

The e-Money Technology Acceptance Modal (TAM) as a Shariah Based Payment Mechanism

Naili Nuril Aufa Manik¹, Marliyah²

^{1,2}Ekonomi Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

e-mail: aufamanik@gmail.com¹, marliyah@uinsu.ac.id²

Received: 07 February 2023; Revised: 26 June 2023; Published: 27 June 2023

Abstrak

Pembayaran secara digital e-money berkembang sangat pesat seiring dengan berkembangnya teknologi. Namun masih ada masyarakat yang belum menerima pembayaran menggunakan e-money. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan faktor yang memengaruhi penerimaan teknologi sebagai mekanisme pembayaran. Desain *cross sectional* digunakan untuk menilai faktor sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan persepsi terhadap perilaku menerima teknologi sebagai mekanisme pembayaran. Sejumlah 149 sampel diberi kuesioner selanjutnya hasil pengumpulan data dianalisis menggunakan SEM-PLS. Temuan mengindikasikan bahwa model penerimaan teknologi sebagai mekanisme pembayaran dipengaruhi oleh norma subjektif sebesar $T=2,445$, kontrol perilaku sebesar $T=5,471$ dan persepsi sebesar $T=3,912$. Norma subjektif dan kontrol perilaku memengaruhi konsumen menggunakan pembayaran e-money mendorong terbentuknya persepsi positif pelanggan sehingga membentuk model penerimaan teknologi sebagai mekanisme pembayaran. Persepsi pelanggan tentang keamanan penggunaan e-money dan nilai agama mendorong pelanggan menerima teknologi e-money sebagai mekanisme pembayaran. Pembayaran melalui e-money diterima masyarakat karena kemudahan, kepuasan dan keuntungan yang dirasakan.

Kata kunci: Fintech; kontrol perilaku; norma

Abstract

Digital e-money payments are developing very rapidly along with the development of technology. However, there are still people who have not received payments using e-money. This study aims to find the factors that influence the acceptance of technology as a payment mechanism. The cross-sectional design was used to assess attitude factors, subjective norms, behavioral control, and perceptions of the behavior of accepting technology as a payment mechanism. A total of 149 samples were given a questionnaire and then the results of data collection were analyzed using SEM-PLS. The findings indicate that the technology acceptance model as a payment mechanism is influenced by subjective norms of $T=2.445$, behavioral control of $T=5.471$, and perceptions of $T=3.912$. Subjective norms and behavioral controls influence consumers to use e-money payments to encourage the formation of positive customer perceptions as to form a model of acceptance of technology as a payment mechanism. Customer perceptions about the safety of using e-money and religious values encourage customers to accept e-money technology as a payment mechanism. Payments via e-money are accepted by the community because of the perceived convenience, satisfaction, and benefits.

Keywords: financial technology, perceived behavior, behavior control, subjective norms

PENDAHULUAN

Financial teknologi (*Fintech*) saat ini berkembang pesat dalam bidang keuangan dan digunakan sebagai mekanisme pembayaran. Finansial teknologi merupakan pembayaran secara digital yang mengubah teknik pembayaran tanpa harus tatap muka, cepat dan tidak terbatas oleh jarak. Pertumbuhan finansial teknologi sangat signifikan di Indonesia (Sukaris et al., 2021). Berkembangnya pembayaran digital seiring dengan perkembangan teknologi yang signifikan. Memasuki era 4.0 teknologi menjadi media bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya. Kenyataan bahwa tahun 2019–2021 di masa pandemi COVID-19 terjadi di Indonesia dan terjadi pembatasan sosial, penggunaan teknologi di berbagai bidang seperti pendidikan, kesehatan hingga ekonomi sangat membantu memberi jarak aman sehingga hubungan antar manusia dalam berinteraksi tidak melakukan kontak secara langsung.

Pembayaran menggunakan *mobile* banyak tersedia dalam *market* modern. *Mobile payment* salah satu jenis pembayaran yang dapat dilakukan tanpa batasan tempat dan jarak (Kumoro & Rachmat, 2022). Kelompok masyarakat yang menggunakan *e-money* merupakan kelompok yang bersifat terbuka dan menerima teknologi informasi (Rahmawati et al., 2018). Relevan dengan penelitian ini Wijayanti dkk (2021) melakukan penelitian yang sama bahwa penerimaan finansial teknologi dengan konstruk TAM (*Technology Acceptance Model*) menjelaskan keyakinan individu, sikap dapat memprediksi dan menilai persepsi terhadap penggunaan teknologi baru (Wijayanti & Yandra, 2021).

Awal munculnya *Technology Acceptance Model* (TAM) model penerimaan teknologi berasal dari teori tindakan beralasan *Theory of Reasoned Action* (TRA). Perilaku seseorang ditentukan oleh sikap dan niatnya. Persepsi terhadap sesuatu akan menghasilkan perilaku orang tersebut. Perubahan *Theory of Reasoned Action* (TRA) dan *Technology Acceptance Model* (TAM) pada kontrol perilaku yang memberikan pengaruh langsung kepada perilaku tanpa melalui variabel niat, sehingga perilaku terbentuk karena kemampuan seseorang terhadap kontrol dirinya pada konsep *Theory Planned Behavior* (TPB) (Ajzen, 2005). TPB ini kemudian banyak menjadi dasar dalam penelitian berbagai bidang termasuk ekonomi dan dikenal dengan TAM, ada enam bangun yang secara menyusun model penerimaan teknologi ini.

Penggunaan sistem teknologi informasi banyak mengadopsi teori TAM, oleh karena model ini lengkap untuk menjelaskan faktor yang memengaruhi

perilaku seseorang menerima sistem teknologi informasi dan memiliki kedekatan dengan transaksi perbankan seperti *e-money*. TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan salah satu teknik yang dibuat untuk melihat maupun menganalisis setiap faktor mempengaruhi penerimaan teknologi. Ada banyak model yang dapat menganalisis hal yang sama seperti literatur yang meneliti tentang sikap terhadap teknologi seperti TRA, TPB, TAM. Model ini banyak digunakan dalam penelitian ekonomi dan kesehatan.

Penelitian ini mengadopsi teori TAM (*Technology Acceptance Model*) oleh karena memiliki kesesuaian dengan masalah penelitian ketika penilaian seseorang terhadap teknologi akan membentuk sikap seseorang. Kajian perilaku menerima teknologi sebagai mekanisme pembayaran kemudian diimplementasikan dalam studi ekonomi makro. Ekonomi makro menekankan pada pengembangan ilmu atau sistem dan implementasi ekonomi makro menekankan pada kedekatan ekonomi islam pada prinsip syariah dalam melakukan aktivitas ekonomi (Yuslem et al., 2022). Lebih lanjut dijelaskan bahwa pengembangan ekonomi Islam berbasis finansial syariah berorientasi pada 9 elemen yaitu: 1) kebutuhan. 2) kendala atau masalah. 3) kemungkinan perubahan. 4) memiliki tujuan. 5) memiliki target. 6) aktivitas. 7) pelaku dan pemangku kepentingan dampak kepada masyarakat. 8) dampak kepada masyarakat. 9) efektivitas berbasis finansial teknologi.

Pada kalangan masyarakat menengah ke bawah pembayaran digital belum semua memanfaatkan layanan teknologi ini, padahal selain mudah pembayaran dengan *e-money* memberikan manfaat kepada penggunanya. Pembayaran non-tunai lebih praktis dan efisien oleh karenanya pemerintah menggalakkan penggunaan *e-money* sejak tahun 2014. Masyarakat belum mempercayai *e-money* sehingga menghambat Gerakan Nasional Non Tunai (Rahmawati et al., 2018).

Survey awal ditemukan bahwa pelanggan pada saat pembayaran menyukai jenis pembayaran secara tunai. Pelanggan juga menyatakan keraguan dari sisi keamanan jika membayar dengan *e-money*. Finansial teknologi lainnya ada juga *e-wallet* atau yang dikenal dengan dompet digital. Perbedaannya *e-money* uang dalam bentuk elektronik dalam bentuk kartu (*chip*) dapat digunakan untuk membayar transportasi, sedangkan *e-wallet* merupakan server yang berbasis aplikasi dan hanya dapat digunakan untuk belanja tidak dapat digunakan untuk membayar transportasi.

Wawancara terhadap 5 orang pelanggan yang berkunjung ke café mereka tidak memahami pembayaran menggunakan *e-money* bahkan belum pernah melakukan pembayaran secara digital. Berdasarkan fenomena ini perlu dilakukan kajian penerimaan teknologi sebagai mekanisme pembayaran. Masalah ini diteliti menggunakan teori TAM (Ajzen, 2005) dan (Wijayanti & Yandra, 2021) dengan melakukan kombinasi terhadap variabel persepsi menggunakan 2 indikator yaitu nilai agama dan keamanan yang belum dilakukan peneliti sebelumnya. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat untuk meningkatkan penggunaan *e-money* secara luas melalui sosialisasi media massa.

METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif menggunakan desain *cross sectional*. Metode *cross sectional* dilakukan dengan cara survei, pengumpulan data variabel *x* dan *y* dikumpulkan secara bersamaan pada satu waktu. Survei merupakan penyelidikan terhadap fakta dan penelitian dilakukan di kafe lokasi di Kecamatan Batangkuis. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober–Desember 2022 dimulai dari survei lokasi, mengajukan ijin kepada pemilik kafe, hingga pengumpulan data pada responden penelitian.

Populasi adalah konsumen yang berada di 4 kafe lokasi penelitian di Kecamatan Batangkuis, dan keempat kafe ini bersedia menjadi lokasi penelitian. Jumlah populasi dari keempat kafe 238 pelanggan perhari. Sampel dihitung menggunakan rumus Slovin sejumlah 149 sampel pada derajat kesalahan 5%. Teknik pemilihan sampel dengan non-random digunakan teknik *accidental*.

Variabel penelitian terdiri dari 5 variabel diukur menggunakan kuesioner yang disusun oleh peneliti mengadopsi konstruk teori TAM. Tiap variabel diukur menggunakan 2–3 indikator, variabel sikap diukur dengan indikator keyaninan terhadap konsekuensi dan keyakinan terhadap nilai positif dan negatif. Variabel norma subjektif diukur dengan indikator harapan orang lain dan tekanan sosial. Variabel kontrol perilaku diukur dengan keyakinan terhadap harapan individu dan hambatan. Persepsi diukur menggunakan indikator nilai agama dan persepsi terhadap keamanan, variabel perilaku individu dalam penerimaan teknologi diukur menggunakan indikator kemudahan, kepuasan dan keuntungan dengan menggunakan skala likert. Data karakteristik dianalisis dalam bentuk distribusi frekuensi menggunakan SPSS

dan uji hipotesis menggunakan analisis SEM-PLS versi 3.0. Signifikansi hipotesis dinyatakan dari nilai *p-value* lebih kecil dari 0,05 atau T-statistik lebih besar dari 1,96. Kontribusi variabel diketahui dari nilai *R-square*, yang menunjukkan besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengumpulan data dengan melakukan survei menggunakan kuesioner sebanyak 149 responden dianalisis menggunakan analisis univariat distribusi frekuensi. Berikut hasil distribusi frekuensi berdasarkan karakteristik umur, jenis kelamin, pendidikan dan status pekerjaan.

Tabel 1 Karakteristik informan dan jenis pembayaran

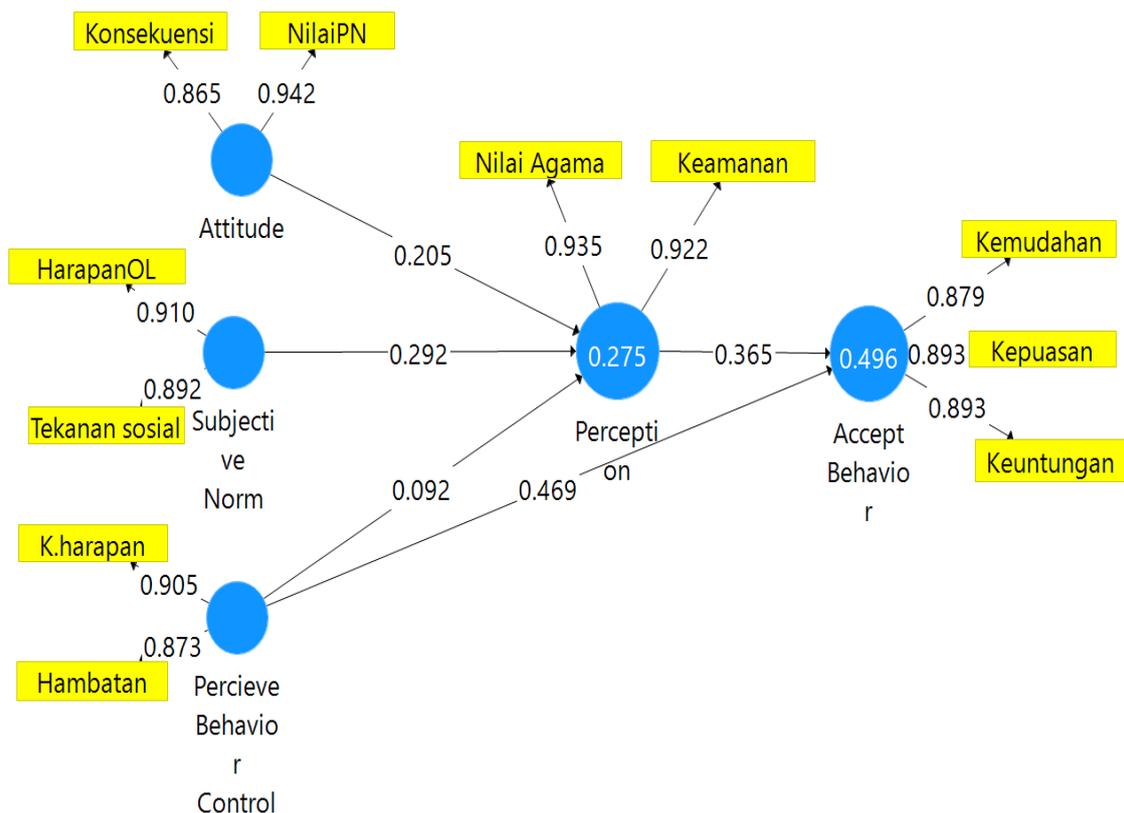
Karakteristik	Frekuensi	Persentase
Umur		
Remaja (12-16 tahun)	8	5,4
Remaja akhir (17-25 tahun)	128	85,9
Dewasa Awal (26-35 tahun)	8	5,4
Dewasa akhir (36-45 tahun)	3	2,0
Lansia awal (46-55 tahun)	2	1,3
Jumlah	149	100
Jenis kelamin		
Laki-Laki	72	48,3
Perempuan	77	51,7
Jumlah	149	100
Pendidikan		
SD	4	2,7
SMP	9	6,0
SMA	119	79,9
PT	17	11,4
Jumlah	149	100
Status pekerjaan		
Belum bekerja/mahasiswa	61	40,9
Wiraswasta	83	55,7
ASN	5	3,4
Jumlah	149	100

Jenis pembayaran		
<i>e-money</i>	101	67,8
Tunai	48	32,2
Jumlah	149	100

Sumber: analisis data primer, 2022

Tabel 1 diketahui bahwa mayoritas responden kategori remaja akhir umur (17 - 25 tahun) sejumlah 128 orang (85,9%). Jenis kelamin didominasi perempuan 77 responden (51,7%), pendidikan mayoritas SMA 119 responden (79,9%) dan status pekerjaan mayoritas wiraswasta 83 responden (55,7%). Hasil analisis jalur dilihat berikut ini.

Gambar 1. Analisis Outer Model (Sumber: hasil analisis data primer, 2022)



Gambar 1 menunjukkan hasil analisis *outer model* 5 variabel laten terhadap tiap indikator pengukurnya. Nilai *outer model* harus memenuhi minimal 0,7 untuk mengukur validitas eksternalnya. Validitas indikator dari variabel sikap,

norma subjektif, kontrol perilaku, persepsi dan penerimaan teknologi mempunyai nilai diatas 0,8 - 0,9 maka seluruh indikator variabel laten dinyatakan valid.

Tabel 2 Analisis Jalur Pengaruh dan Uji Hipotesis

Hipotesis	Mean	SD	T-statistik	P-value
Sikap → persepsi	0,208	0,114	1,803	0,072
Norma subjektif → persepsi	0,284	0,116	2,517	0,012*
Kontrol perilaku → persepsi	0,102	0,126	0,730	0,466
Kontrol perilaku → penerimaan teknologi	0,468	0,086	5,432	0,000*
Persepsi → penerimaan teknologi	0,364	0,093	3,933	0,000*

Sumber: analisis data primer. Keterangan: *signifikan ($< 0,05$)

Tabel 2 diketahui bahwa ada 3 hipotesis yang signifikan yaitu norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi nilai p -value 0,012 (T-statistic = 2,517). Kontrol perilaku berpengaruh terhadap penerimaan teknologi nilai p -value 0,000 (T-statistik = 5,432). Persepsi berpengaruh terhadap penerimaan teknologi nilai p -value 0,000 (T-statistik = 3,933).

Setelah diketahui 3 variabel berpengaruh terhadap perilaku penerimaan teknologi maka besaran kontribusi faktor yang berpengaruh terhadap perilaku penerimaan teknologi diketahui dari nilai R^2 (R -square) pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Nilai R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Persepsi	0,275	0,260
Kontrol perilaku	0,496	0,489

Sumber: analisis data primer, 2022

Tabel 3 memperlihatkan bahwa besar variabel persepsi memengaruhi perilaku menerima teknologi pembayaran sebagai mekanisme pembayaran sebesar 27,5%. Besar variabel kontrol perilaku terhadap perilaku menerima teknologi sebagai mekanisme pembayaran sebesar 49.6%. Hasil R Square ini mempunyai makna hubungan atau pengaruh variabel independent ke variabel dependen besar kekuatan kategori sedang. R square berarti bahwa nilai kekuatan hubungan atau pengaruh mempunyai nilai antara 0 - 1. Apabila besar nilai R Square 0,01 - 0,25 kategori lemah, nilai 0,26 - 0,50 kategori sedang, dan nilai 0,51 - 1 kategori kuat (Agung, 2018).

Diketahui (Tabel 1) bahwa mayoritas responden adalah kelompok umur remaja akhir (17 - 25 tahun) sejumlah 85,9% dan diketahui pula pengguna *e-money* mayoritas sejumlah 101 responden (67,8%). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* dilakukan oleh konsumen yang membuka diri terhadap informasi. Pembayaran secara elektronik merupakan gaya hidup (Tazkiyyaturrohmah, 2018). Finansial teknologi yang berkembang saat ini adalah pembayaran uang secara elektronik (*e-money*), memberikan kemudahan dan praktis sehingga membawa perubahan sosial di masyarakat (Suharni, 2018). Konsumen mempunyai hak untuk memilih jenis pembayaran (Aksami & Jember, 2019). Kategori umur remaja akhir merupakan kelompok yang sering menggunakan teknologi digital untuk mendapatkan informasi melalui media sosial, mereka lebih bersikap terbuka dibandingkan kelompok usia dewasa akhir dan lanjut usia. Sejalan dengan peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa remaja mengakses media sosial sangat tinggi hingga lebih dari 5 jam/hari dan berkorelasi dengan menurunnya aktivitas fisik (Anggraini, 2019).

Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis norma subjektif berpengaruh terhadap persepsi seseorang menerima teknologi *e-money*. Norma subjektif merupakan keyakinan yang berhubungan dengan lingkungannya termasuk dukungan orang lain dalam bentuk “menyetujui” atau “tidak menyetujui” terhadap tindakan yang dipilih.

Sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya faktor sikap positif atau negatif yang dimiliki oleh seseorang. Sikap merupakan hasil dari pengalaman seseorang positif atau negatif yang mendorong seseorang untuk berperilaku (Kayati, 2018). Keyakinan perilaku tersebut ini berkaitan dengan keyakinan seseorang tentang apakah teman sebaya dan orang-orang penting bagi orang tersebut berpikir dia harus terlibat dalam perilaku tersebut (Ajzen, 2005).

Pemanfaatan teknologi diterima masyarakat karena lingkungan sosial. Relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan, penelitian sebelumnya juga menggunakan teori *planned behavior* menemukan hasil yang sama bahwa lingkungan sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku seseorang menggunakan *e-wallet*. Hal ini didukung pula fasilitas, motivasi dan kepercayaan menggunakan pembayaran secara digital (Sukaris et al., 2021).

Kontrol perilaku berpengaruh terhadap penerimaan teknologi *e-money* sebagai mekanisme pembayaran. Kontrol perilaku melibatkan harapan dan hambatan yang dialami apabila memilih pembayaran menggunakan *e-money*

sesuai dengan referensi sebelumnya bahwa kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada pendapat seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diminati. Kontrol perilaku yang dirasakan bervariasi di seluruh situasi dan tindakan, yang mengakibatkan seseorang memiliki persepsi kontrol perilaku yang bervariasi tergantung pada situasinya (Ajzen, 2005). Pembayaran menggunakan *e-money* lebih memberikan keuntungan karena tidak ada kesalahan dalam menghitung uang pengembalian (Aksami & Jember, 2019). Ada ketidakpuasan yang dirasakan konsumen ketika uang pengembalian tidak diberikan oleh penjual.

Persepsi berpengaruh terhadap penerimaan teknologi sebagai mekanisme pembayaran (*e-money*). Hasil penelitian di Kota Denpasar, layanan *e-money* dimanfaatkan masyarakat berbanding lurus dengan pendapatan, manfaat, kemudahan dan keyakinan terhadap keamanan. Semakin besar manfaat, kemudahan, pendapatan dan keamanan maka semakin besar pula penggunaan *e-money* (Aksami dkk., 2019). Relevan dengan pendapat peneliti lainnya menyebutkan bahwa teknologi informasi mendukung perekonomian khususnya Bank Indonesia untuk memanfaatkan fasilitas tersebut. Salah satu pemanfaatan teknologi untuk transaksi jual beli adalah dengan pembayaran non-tunai atau *e-money*. Inovasi *e-money* fasilitas yang mudah, efisien dan praktis (Hendarsyah, 2016). Saat ini telah banyak jenis pembayaran *e-money* yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi.

Layanan finansial teknologi dalam sudut pandang syariah tidak bertentangan dengan nilai Islam. Peneliti sebelumnya menyebutkan bahwa teori model penerimaan teknologi dalam kajian finansial teknologi dipengaruhi oleh faktor manfaat, kepercayaan dan kemudahan (Fernando et al., 2019). Perbankan syariah juga mengembangkan transaksi berbasis finansial teknologi, kekhawatiran terhadap penggunaan *e-money* dikuasai oleh bank konvensional yang tidak menggunakan prinsip syariah. Produk bank syariah seperti *Truemoney*, *Tapcash*, *Link-aja*. Kajian yang telah dilakukan adalah *Truemoney* dan telah bersertifikat syariah (Nurhasanah et al., 2021).

Penggunaan uang elektronik digunakan untuk jual beli. Islam memandang hukum muamalah adalah mubah, atas dasar sukarela, mendatangkan manfaat dan memiliki nilai keadilan. Dengan demikian penggunaan *e-money* yang merupakan cara manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya tidak bertentangan dalam hukum Islam. Jika transaksi dilakukan untuk membeli barang yang haram maka transaksi tidak sah dan hukumnya haram.

Prinsip syariah dalam perbankan menjadi kebutuhan masyarakat di Indonesia yang mayoritas muslim, untuk menghindari riba (Katman dkk., 2022). Majelis Ulama Indonesia menyebutkan bahwa finansial teknologi syariah harus bebas dari riba, transparan, ada aqad, memiliki tujuan yang jelas, tidak berbahaya, serta tidak merugikan orang lain (Mujahidin, 2019). Pengguna *e-money* sebagai alat pembayaran lebih praktis dan tidak bertentangan dari sudut pandang agama Islam. Didukung oleh peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa uang dalam bentuk *e-money* sebagai alat pembayaran. Pandangan Ibnu Taimiyah alat tukar tidak harus berbentuk dan berbahan logam dapat berbentuk apa saja. Uang elektronik halal didasarkan pada hadis yang menyebutkan: sesuatu yang berlaku berdasarkan adat kebiasaan sama dengan sesuatu yang berlaku berdasarkan *syara* selama tidak bertentangan dengan syariah (Firdaus, 2018).

KESIMPULAN

Teknologi informasi mendukung perekonomian khususnya Bank Indonesia untuk memanfaatkan fasilitas finansial teknologi sebagai transaksi dalam bentuk non-tunai. Penggunaan *e-money* dilakukan oleh konsumen yang membuka diri terhadap informasi, dari sudut pandang kemudahan, efisien dan praktis. Fasilitas ini telah disediakan oleh produk bank syariah seperti *Truemoney* dan telah bersertifikat. Model Penerimaan Teknologi (TAM) sebagai Mekanisme Pembayaran Berbasis Syariah dipengaruhi oleh faktor norma subjektif dalam bentuk dukungan orang lain, persetujuan untuk menggunakan pembayaran berbasis digital. Keyakinan atas dukungan seseorang, teman sebaya, keluarga atau orang yang mempunyai pengaruh bagi orang tersebut untuk menerima teknologi sebagai mekanisme pembayaran. Kontrol perilaku berpengaruh terhadap penerimaan teknologi *e-money* sebagai mekanisme pembayaran. Kontrol perilaku melibatkan harapan dan hambatan yang dialami apabila memilih pembayaran menggunakan *e-money* sesuai dengan referensi sebelumnya bahwa kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada pendapat seseorang tentang kemudahan atau kesulitan melakukan perilaku yang diminati. Disarankan kepada bank syariah yang telah mengeluarkan produk *e-money* harus mendaftarkan produknya agar mendapatkan sertifikat halal sehingga memberikan rasa aman dan nyaman pada masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim untuk melakukan transaksi menggunakan *e-money*. Sesuai dengan hasil penelitian persepsi keamanan dan keyakinan terhadap nilai agama menjadi faktor yang mendorong penerimaan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung. (2018). *Apa perbedaan R Squared, R squared adjusted, dan R Squared Predicted.*
- Anggraini, NV. (2019). Hubungan teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dengan Kelebihan Berat Badan di Kalangan Remaja SMA di Depok. *Jurnal Keperawatan.* 3 (2).
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, Personality and Behavior. In *International Journal of Strategic Innovative Marketing* (Vol. 3, pp. 117–191). Open University Press.
- Aksami, D., & Jember, I. M. (2019). Analisis Minat Penggunaan Layanan E-Money Pada Masyarakat Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(10), 2439–2470.
- Batubara, M. M. (2011). Metode Penelitian Sosial Ekonomi. In *Universitas Muhammadiyah Palembang.*
- Fernando, E., Suryanto, Surjandy, & Meyliana. (2019). Analysis of the Influence of Consumer Behavior Using FinTech Services with SEM and TOPSIS. *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology, ICIMTech 2019*, 1(August), 93–97.
- Firdaus, MR. (2018). E-Money dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Tahkim*, 14 (1).
- Hendarsyah, D. (2016). Penggunaan Uang Elektronik Dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai Di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 5(1), 1–15. h
- Katman, MN., Arajab, MF., Parakkassi, I. (2022). Musyarakah Financing Risk Management at bank Syariah Indonesia. *Laa Maisyir.* Vol 9 (2). 219-230.
- Kayati, K. (2018). Peran Theory of Reasoned Action Terhadap MinatT Menggunakan Produk Bagi Hasil Bank Syariah. *Accountthink : Journal of Accounting and Finance*, 3(01), 454–467.
- Kumoro, C. J., & Rachmat, B. (2022). Faktor-Faktor Penentu Adopsi E-Wallet Ovo

Di Provinsi Jawa Timur. *Manajerial*, 9(01), 52.

- Mujahidin, M. (2019). Opportunities and Challenges of Sharia Technology Financials in Indonesia, *Munich Personal RePEc Archive*.
- Nurhasanah, N., Maulana, A., & Rusdiyanto, A. (2021). Tinjauan Prinsip Syariah Produk Uang Elektronik Di Indonesia: Studi Kasus Pada Produk E-Money Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 933–941.
- Rahmawati, Juliprijanto, W., & Jalunggono, G. (2018). Analisis Pengaruh E-Money terhadap Perputaran Uang di Indonesia. *DINAMIC: Directory Journal of Economic Volume*, 2(3), 834–848.
- Suharni. (2018). Uang Elektronik (E-Money) Ditinjau Dari Perspektif Hukum Dan Perubahan Sosial. *Spektrum Hukum*, 15(1), 15.
- Sukaris, S., Renedi, W., Rizqi, M. A., & Pristyadi, B. (2021). Usage Behavior on Digital Wallet: Perspective of the Theory of Unification of Acceptance and Use of Technology Models. *Journal of Physics: Conference Series*, 1764(1).
- Tazkiyyaturrohmah, R. (2018). Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern. *Muslim Heritage*, 3(1), 23.
- Wijayanti, D. M., & Yandra, F. P. (2021). Islamic Fintech: A Solution for Financial Problem. *Global Review of Islamic Economics and Business*, 9(1), 065.
- Yuslem, N., Soemitra, A., & ... (2022). Financial Technology-Based Shariah Cooperative Development Strategy in Indonesia: english. ... *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(148), 207–222.