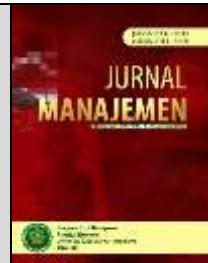




JURNAL MANAJEMEN

Terbit online : <http://jurnalfe.ustjogja.ac.id>



PENGARUH UANG ELEKTRONIK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DI KOTA KEDIRI)

Dewi Wungkus Antasari

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kadiri
Email: dewiwung@gmail.com

Informasi Naskah

Diterima: 15 Desember

2019

Revisi: 22 Oktober

2019

Terbit: 30 Juni 2020

Kata Kunci: e-money;
purchasing decision;
financial technology.

Abstrak

This research aims to know the effect of electronic money towards the purchasing decision of the people in Kediri in this Industrial Revolution 4.0 era. As we know that so many e-money as financial technology facilities in Indonesia are show up. The author decide to choose GOPAY, OVO, and DANA to be researched. The first reason is, these three e-money are permissible by Bank Indonesia as Central Bank In Indonesia. Second, GOPAY, OVO, and DANA are the most used e-money in Kediri. They give a lot of promotion for their costumer in so many department stores in Kediri.

This reaserach method is qualitative research. The author directly researching on the department store and the people who did the purchasing method with these three electronic money.

From this research the author found a lot of positive effect by using electronic money, such as GOPAY, OVO, and DANA which brought a lot of benefits also. The people as customer got so much benefits by the promotion the coorporate of electronic money offered. As the cash back and sale from partner companies, such as delivery services, or better known as ojek-online. Then, electronic money application such as GOPAY, OVO, and DANA also give easy access fitures like prepaid vouchers purchaser, postpaid payments, contributions or health insurance,etc. So, by the fiture from the electronic money offered to the customer will make customer decide for purchasing some product easily.

PENDAHULUAN

Kediri adalah salah satu kota berkembang di Jawa Timur, ini dapat dilihat oleh banyak industri dan perusahaan yang dibangun di Kediri dari tahun ke tahun. Seperti banyak department store, banyak produk waralaba datang, begitu pula dengan semakin banyaknya gedung bioskop yang berdiri baru-baru ini. Fenomena ini dapat menjadi cara untuk membuat dukungan untuk menjadi orang yang sadar. Ini akan menjadi peluang bagi perusahaan untuk meraup untung yang lebih besar karena masyarakat Kediri dapat diklasifikasikan sebagai orang yang konsumtif. Namun di sisi lain, di era revolusi industri 4.0 ini, perusahaan mendapat sejumlah ancaman dari pesaing lain untuk memasarkan produk mereka. Karena hal inilah, perusahaan semakin berusaha untuk membuat penawaran dan strategi menarik dalam melakukan pemasaran produknya untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian menurut Swasta (1990) dalam Dinawan (2010) adalah, jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli; tempat dan saat pembelian; harga dan cara pembayaran. Cara pembayaran merupakan salah satu hal yang

mempengaruhi terjadinya transaksi atau keputusan pembelian. Memasuki era revolusi industri 4.0, perkembangan internet menyebabkan terbentuknya sebuah dunia baru yang lazim disebut dunia maya. Perkembangan teknologi ini telah menawarkan banyak kesempatan untuk inovasi *e-business* yang akan dibuat berdasarkan pendekatan baru untuk bisnis (Ahmadi dan Hermawan, 2013:3). Selain digunakan untuk sara bisnis/ jual-beli, kini internet mulai memasuki inovasi lain yaitu dapat digunakan sebagai alat transaksi atau alat pembayaran melalui beberapa aplikasi *financial technology* berupa *e-money* yang mulai banyak berkembang di Indonesia. Semakin berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi telah merambah ke berbagai aspek kehidupan di era digital ini, salah satunya adalah penerapan teknologi informasi di bidang keuangan yang umumnya disebut sebagai *financial technology* (*fintech*). Berbagai definisi fintech dijelaskan oleh banyak pihak, tetapi secara umum *fintech* dapat didefinisikan sebagai inovasi teknologi dalam layanan keuangan. Penyedia layanan keuangan mengembangkan teknologi yang dapat mendisrupsi pasar keuangan tradisional dengan mengembangkan aplikasi baru yang dapat digunakan mulai untuk pembayaran hingga aplikasi yang lebih kompleks untuk *artificial intelligence* dan *big data* (Harahap et al., 2017). Beberapa pusat perbelanjaan di Kediri saat ini mulai menggunakan uang elektronik (*e-money*) sebagai instrumen pembayaran non-tunai dan juga sebagai salah satu strategi pemasaran produk dari perusahaan rekanan. Salah satu kelebihan dari *e-money* adalah kemudahannya dalam melakukan transaksi. Untuk mengaksesnyapun tidak melalui proses yang panjang dan berbelit, pengguna hanya perlu mengunduh salah satu aplikasi *e-money* yang akan digunakan dalam melakukan pembayaran. Untuk melakukan *top-up* saldo bisa melalui transfer bank, ATM, maupun pembelian *cash* beberapa perusahaan *partner* yang mudah ditemukan di Kediri. Hal lain yang menarik adalah bberapa fitur didalamnya dapat lebih memudahkan dalam melakukan pembelian pulsa, paket data juga pembayaran tagihan listrik, asuransi, dll yang disediakan dalam satu aplikasi dalam genggaman.

Perlu kita pelajari kembali mengenai sistem pembayaran. Sistem pembayaran adalah peraturan, standar, serta instrumen yang digunakan untuk pertukaran nilai keuangan (*financial value*) antara dua pihak yang terlibat untuk melepaskan diri dari kewajiban berdasarkan Listfield dan Montes Negret (1994) dalam Ramadani (2016). Pada awalnya sistem pembayaran di Indonesia adalah dengan cara barter. Barter merupakan suatu cara menukar barang dengan barang lain dengan syarat kedua belah pihak mau menukar, saling membutuhkan, dan kedua barang mempunyai nilai yang sama. Karena sulitnya menentukan nilai suatu barang, maka sistem pembayaran barter mulai digantikan dengan logam. Logam emas bernilai lebih besar daripada perak dan perunggu. Namun sistem pembayaran atau alat tukar berupa logam yang dianggap kurang praktis karena mempunyai bentuk fisik yang besar dan berat, serta membutuhkan ruang yang besar untuk penyimpanan sehingga mulai digantikan dengan uang kertas dan uang logam yang saat ini masih berlaku di Indonesia. Sistem pembayaran dengan menggunakan uang kertas dan uang logam tersebut dikenal dengan istilah sistem pembayaran tunai. Uang kertas dan uang logam tersebut dalam istilah perbankan dikenal dengan nama uang kartal. Uang kartal diciptakan oleh Bank Indonesia yang berwenang sebagai pengatur lalu lintas keuangan di Indonesia. Kemudian ada jenis uang lain yang disebut dengan uang giral. Contoh uang giral adalah kartu debit, kartu kredit, cek, bilyet giro dan lain sebagainya. Masyarakat diberi kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran melalui kartu kredit maupun kartu debit. Dengan alasan praktis, mudah dibawa, dan tidak perlu menyediakan uang kertas dan uang logam di dalam dompet untuk melakukan pembayaran. Di kota Kediri khususnya, transaksi non-tunai sudah sangat umum terjadi, karena disetiap outlet sudah menyediakan mesin EDC (*Electronic Data Capture*) untuk melakukan transaksi non-tunai. Seiring dengan kemajuan teknologi, pembayaran non-tunai menggunakan kartu debit dan kredit yang terbilang praktis semakin tergantikan dengan sistem pembayaran elektronik dengan menggunakan uang elektronik. Dalam publikasi yang di keluarkan *Bank for International Settlement* (BIS) pada bulan Oktober 1996 mendefinisikan uang elektronik merupakan produk yang memiliki nilai tersimpan (*stored-value*) atau prabayar (*prepaid*) dimana sejumlah uang disimpan dalam suatu media elektronis yang dimiliki seseorang. Uang elektronik (*e-money*) merupakan alat pembayaran yang dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran (*multi purposed*), tidak seperti kartu telepon yang merupakan *single-purpose prepaid card* dalam

Ramadani (2016).

Beberapa instrumen pembayaran elektronik yang digunakan adalah melalui layanan *fintech* (*financial technology*). Menurut Fitntech Weekly dalam IBS (2017), *FinTech is a line of business based on using software to provide financial services. Financial technology companies are generally startups founded with the purpose of disrupting incumbent financial systems and corporations that rely less on software.* Beberapa contoh teknologi keuangan yang umum digunakan di Indonesia adalah DANA, GOPAY, PAYTREN, OVO, dan sebagainya. Perusahaan semakin dimudahkan dalam memasarkan produk-produknya, tidak hanya melalui perdagangan *online*, akan tetapi juga *offline*. Teknologi yang sedang berkembang saat ini akan lebih memudahkan baik dari sisi perusahaan maupun konsumen.

KAJIAN PUSTAKA

Evolusi Alat Pembayaran Indonesia

Alat pembayaran boleh dibilang berkembang sangat pesat dan maju. Kalau kita menengok kebelakang yakni awal mula alat pembayaran itu dikenal, sistem barter antarbarang yang diperjualbelikan adalah kelaziman di era pra moderen. Dalam perkembangannya, mulai dikenal satuan tertentu yang memiliki nilai pembayaran yang lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini uang masih menjadi salah satu alat pembayaran utama yang berlaku di masyarakat. Selanjutnya alat pembayaran terus berkembang dari alat pembayaran tunai (*cash based*) ke alat pembayaran nontunai (*non cash*) seperti alat pembayaran berbasis kertas (*paper based*), misalnya, cek dan bilyet giro. Selain itu dikenal juga alat pembayaran paperless seperti transfer dana elektronik dan alat pembayaran memakai kartu (*card-based*) (ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar) (Sistem Pembayaran di Indonesia, Bank Indonesia).

Uang Elektronik

Uang elektronik sebagai alat pembayaran dalam bentuk elektronik dimana nilai uangnya disimpan dalam media elektronik tertentu. Penggunaanya harus menyotorkan uangnya terlebih dahulu kepada penerbit dan disimpan dalam media elektronik sebelum menggunakannya untuk keperluan bertransaksi. Ketika digunakan, nilai uang elektronik yang tersimpan dalam media elektronik akan berkurang sebesar nilai transaksi dan setelahnya dapat mengisi kembali (*top-up*). Media elektronik untuk menyimpan nilai uang elektronik dapat berupa chip atau server. Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di minimarket, *food court*, atau parkir. Perkembangan uang elektronik diharapkan pula dapat digunakan sebagai alternatif alat pembayaran non tunai yang dapat menjangkau masyarakat yang selama ini belum mempunyai akses kepada sistem perbankan (Edukasi Perlindungan Konsumen, Bank Indonesia)

Secara garis besar, dapat dikatakan sebagai uang elektronik jika pengguna melakukan deposit atau penyetoran sejumlah uang kepada penerbit uang elektronik; media elektronik sebagai penyimpanan nilai uang adalah berupa chip atau server; dan nilai uang yang didepositkan kepada penerbit bukan dengan tujuan sebagai simpanan atau tabungan.

Risiko Uang Elektronik

Walapun di satu sisi terdapat beberapa manfaat dari Uang Elektronik, tetapi di sisi lain terdapat risiko yang perlu disikapi dengan kehati-hatian dari para penggunanya, seperti :

1. Risiko uang elektronik hilang dan dapat digunakan oleh pihak lain, karena pada prinsipnya uang elektronik sama seperti uang tunai yang apabila hilang tidak dapat diklaim kepada penerbit.
2. Risiko karena masih kurang pahamnya pengguna dalam menggunakan uang elektronik, seperti pengguna tidak menyadari uang elektronik yang digunakan ditempelkan 2 (dua) kali pada reader untuk suatu transaksi yang sama sehingga nilai uang elektronik berkurang lebih besar dari nilai transaksi (Edukasi Perlindungan Konsumen, Bank Indonesia).

Pihak-Pihak Penyelenggara Uang Elektronik

1. Pemegang kartu adalah pengguna yang sah dari Uang Elektronik.
2. Prinsipal adalah bank atau lembaga selain bank yang bertanggung jawab atas pengelolaan sistem dan/atau jaringan antar anggotanya, baik yang berperan sebagai penerbit dan/atau acquirer, dalam transaksi Uang Elektronik yang kerjasama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
3. Penerbit adalah bank atau lembaga selain bank yang menerbitkan Uang Elektronik.
4. *Acquirer* adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang (*merchant*), yang dapat memproses Uang Elektronik yang diterbitkan oleh pihak lain.
5. Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan Uang Elektronik.
6. Penyelenggara kliring adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan perhitungan hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer* dalam rangka transaksi Uang Elektronik.
7. Penyelenggara penyelesaian akhir adalah bank atau lembaga selain bank yang melakukan dan bertanggungjawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau acquirer dalam rangka transaksi Uang Elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring (Edukasi Perlindungan Konsumen, Bank Indonesia).

Keputusan Pembelian

Howard dan Shay dalam Basu Swasta dalam Dimawan (2010) mengkaji beberapa hal terkait keputusan pembelian, keinginan untuk membeli timbul setelah konsumen merasa tertarik dan ingin memakai produk yang dilihatnya, proses membeli (*buying intention*) akan melalui lima tahapan, yaitu : 1. Pemenuhan kebutuhan (*need*) 2. Pemahaman kebutuhan (*recognition*) 3. proses mencari barang (*search*) 4. Proses evaluasi (*evaluation*) 5. Pengambilan keputusan pembelian (*decision*). Lilik Wahyudi dalam Dimawan (2010) menjadikan harga sebagai indikator berapa besar pengorbanan (*sacrifice*) yang diperlukan untuk membeli suatu produk sekaligus dijadikan sebagai indikator *level of quality*. Harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel; harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti fitur produk dan perjanjian. Lebih lanjut, Fandy Tjiptono dalam Dimawan (2010) mengatakan bahwa, harga memiliki dua peranan utama dalam mempengaruhi keputusan beli, yaitu: 1. Peranan alokasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam membantu para pembeli untuk memutuskan cara memperoleh manfaat atau utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya. Dengan demikian, adanya harga dapat membantu para pembeli untuk memutuskan cara mengalokasikan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa. Pembeli membandingkan harga dari beberapa alternatif yang tersedia, kemudian memutuskan alokasi dana yang dikehendaki. 2. Peranan informasi dari harga, yaitu fungsi harga dalam mendidik konsumen mengenai faktor-faktor produk, seperti kualitas. Hal ini terutama bermanfaat dalam situasi di mana pembeli mengalami kesulitan untuk menilai faktor produk atau manfaatnya secara obyektif. Harga (*price*) dari sudut pandang pemasaran merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang dan jasa. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator *value* bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang dilakukan, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Hal ini akan memudahkan dalam melihat hasil penelitian yang lebih valid, karena dalam penelitian kualitatif, penulis akan terjun langsung ke lapangan dalam melakukan penelitian dan hasil yang disuhulkan berupa kata-kata atau deskripsi, bukan berupa angka maupun gambar. Sejalan dengan yang dipaparkan Moeloeng (2000:3), penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang

menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan studi kasus. Studi kasus merupakan jenis pendekatan dalam penelitian kualitatif yang melakukan telaah terhadap suatu objek tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uang elektronik yang paling sering digunakan oleh masyarakat Kediri pada umumnya adalah DANA, OVO, dan GOPAY. Beberapa alasan yang dapat penulis sampaikan adalah karena banyaknya promosi yang ditawarkan oleh penyelenggara uang elektronik tersebut. Diantaranya:

A. DANA (PT. ESPAY DEBIT KOE)

PRODUK DAN FITUR

Aplikasi uang elektronik DANA memberikan beberapa fitur yang mampu memudahkan penggunanya dalam melakukan transaksi-transaksi keuangan. Diantaranya, Mobile recharge yang berfungsi untuk pembelian pulsa dan data internet. Electricity adalah fitur untuk melakukan pembayaran abunemen listrik atau pembelian pulsa listrik. Water, fitur untuk melakukan pembayaran air atau PDAM. Juga fitur-fitur lain seperti untuk pembayaran BPJS, tagihan telepon, asuransi, TV kabel, tiket bioskop, bahkan mempermudah pengguna untuk melakukan zakat dan donasi.

BISNIS DAN PARTNER

PT. Espay Debit Koe mempunyai beberapa perusahaan rekanan, diantaranya adalah:

- Ramayana Department Store
- KFC
- Alfamidi
- TIX.id
- Alfamart
- Bukalapak
- Lazada
- Dll.

PROMO

Promo yang ditawarkan oleh PT. ESPAY DEBIT KOE adalah dengan melakukan potongan harga untuk konsumen perusahaan partner jika melakukan transaksi dengan menggunakan aplikasi DANA. Sebagai contoh, konsumen akan menerima potongan harga tiket bioskop melalui aplikasi partner (TIX) jika konsumen melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi DANA sebesar 50% dengan syarat dan ketentuan tertentu.

B. OVO (PT. VISIONET INTERNASIONAL)

PRODUK DAN FITUR

Secara umum, fitur pembelian pulsa dan paket selalu ditawarkan oleh penyedia uang elektronik, begitu pula OVO yang menyediakan fitur tersebut. Pembayaran tagihan PLN, pascabayar, BPJS maupun streaming film juga terdapat pada aplikasi, bahkan aplikasi OVO juga memberikan fitur transfer OVO CASH pada pengguna OVO lain tanpa dipungut biaya administrasi. OVO. Saldo OVO dibedakan menjadi dua, pertama adalah OVO CASH, kedua adalah OVO POINT. OVO CASH merupakan saldo utama yang didapatkan dari deposit konsumen yang dilakukan melalui transfer bank, kasir-kasih merchant OVO, maupun pembayaran ke SPG OVO yang tersedia di departement store kota Kediri. Yang kedua, OVO POINT, didapatkan dari cashback setiap transaksi yang dilakukan di merchant OVO dengan promo cashback yang diberikan.

BISNIS DAN PARTNER

Perusahaan partner PT. Visionet Internasional bisa dilihat dari gerai-gerai yang memampang banner OVO atau keterangan cahbask yang diberikan oleh OVO. Di Kota Kediri sendiri jika konsumen memasuki pusat-pusat perbelanjaan atau department store akan banyak menemui baner OVO beserta cashback yang ditawarkan. Misalnya di Kediri Town Square (KETOS) partner bisnis atau yang sering di sebut merchant OVO diantaranya adalah hypermart, matahari deparment store, tongji tea house, miniso, es teler 77, outlet tepresso, outlet teabreak, doner kebab, excelso, maxx coffee, dan lain lain. Hampir seluruh outlet yang terdapat di Kediri Town Square (KETOS) menerima OVO sebagai alat pembayaran elektronik. Selain itu, ramayana departement store, informa, ace hardware dan beberapa outlet makanan maupun konveksi juga menerima transaksi pembayaran elektronik OVO. Berikut adalah daftar merchant OVO di Kediri:

- Agen Jawa Pos Radar Kediri
- Matahari Department Store
- Geprek Bensu
- Miniso
- Burger King
- Dhoho Plaza Kediri
- Warunk Upnormal
- Tong Tji Tea House
- Tepresso Kediri Mall

PROMO

PT. VISIONET INTERNASIONAL memberikan tawaran promo terhadap konsumen melalui promo cashbask disetiap transaksi yang dilakukan menggunakan OVO di perusahaan partner OVO. Cashback yang diperoleh tersebut akan dimasukkan ke dalam OVO POINT, yang dapat digunakan untuk bertransaksi di merchant OVO, termasuk dapat digunakan untuk jasa Grab Bike, Grab Car, Grab Food, Grab Delivery, dan lainnya.

C. GOPAY (PT. DOMPET ANAK BANGSA)

GOPAY pada awalnya adalah uang elektronik yang disediakan oleh aplikasi penyedia jasa GO-JEK. Gopay seringkali digunakan untuk melakukan pembayaran jika konsumen menggunakan jasa GOJEK (baik go-ride, go-food, go-shop, go-sent, dan lain sebagainya). Tawaran yang diberikan adalah potongan harga jika transaksi menggunakan GOPAY, dan tidak diberikan potongan harga jika transaksi pembayaran melalui pembayaran tunai.

PRODUK DAN FITUR

Fitur yang ditawarkan GOPAY adalah transfer saldo dan sebagai alat pembayaran elektronik. Untuk menikmati fitur lain pengguna bisa mendapatkan dari aplikasi GOJEK mulai dari go-ride, go-food, go-car, go-send, go-shop dan lain sebagainya. Sedangkan GOPAY merupakan fitur uang elektronik yang disediakan oleh GOJEK.

BISNIS DAN PARTNER

Perusahaan partner GOPAY relatif banyak, tiap outlet yang ada di beberapa pusat perbelanjaan sudah menyediakan layanan pembayaran elektronik dari GOPAY. Minimarket alfamart juga menerima pembayaran GOPAY. Berikut adalah daftar *merchant* GOPAY di Kediri:

- Toko Buku Gramedia
- Optik Seis
- Excels
- Burger King
- Domino's Pizza
- I am Geprek Bensu

- Warung Upnormal
- Alfamart
- Mc'Donals

PROMO

PT. DOMPET ANAK BANGSA memberikan promo yang hampir menyerupai dengan OVO yaitu memberikan cashback dengan jumlah tertentu jika melakukan transaksi pembayaran melalui GOPAY. Beberapa minimarket seperti alfamart juga memberikan promosi dengan memberikan potongan harga tertentu jika konsumen melakukan pembayaran melalui GOPAY.

Swasta (1990) dalam Dinawan menyebutkan beberapa hal yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, diantaranya: jenis, bentuk, modal, dan jumlah yang akan dibeli; tempat dan saat pembelian; harga dan cara pembayaran. Uang elektronik dalam hal ini termasuk dalam salah satu unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Kemudahannya dalam melakukan pembayaran dalam genggaman, kemudahan melakukan *top-up* saldo yang bisa dilakukan melalui transfer bank, ATM, maupun secara tunai. *Top-up* saldo secara tunai OVO dapat dilakukan di kasir-kasir hypermart di Kota Kediri maupun di kasir Matahari Department store dengan minimal nominal sebesar Rp. 100.000,00. Sedangkan GOPAY dapat ditop-up di *driver-driver* GOJEK yang ada di Kediri. Keduanya menawarkan kemudahan dalam melakukan pengisian saldo para pelanggannya.

Kelebihan uang elektronik selanjutnya adalah pada GOPAY menawarkan *cashback* di setiap transaksi yang dilakukan. *Cashback* yang diberikan disetiap *merchant* GOPAY berbeda, pada umumnya berkisar 15% sampai dengan 50% dengan maksimum *cashback* yang ditetapkan. Sebagai contoh, pembelian makanan di gerai merchant GOPAY dengan cashback sebesar 10% maka pengguna hanya akan membayar dengan jumlah Rp 90.000,00. Sedangkan OVO, menawarkan *cashback* disetiap transaksi yang dilakukan berbeda dari satu *merchant* dengan *merchant* yang lain. Hal tersebut ditentukan *merchant* OVO sendiri. Sebagai contoh, pembelian makanan sebesar Rp. 100.000,00 dengan promo *cashback* sebesar 40% dengan maksimum *cashback* Rp 30.000,00. Berarti saldo OVO CASH akan berkurang Rp 100.000,00 dan saldo OVO POINT akan bertambah sebesar Rp 30.000,00. dengan alasan terdapat batas maksimum *cashback*. Hal ini berlaku juga terhadap GOPAY. *Cashback* dalam OVO POINT tersebut dapat digunakan pula pada merchant OVO lainnya, termasuk transportasi *online* *Grab Car*, *Grab Bike*, *Grab Delivery*, maupun *Grab Food*. Untuk DANA, promo yang diberikan berupa potongan harga dengan syarat dan ketentuan tertentu. Sebagai contoh, jika pelanggan melakukan memesanan tiket bioskop XXI di aplikasi TIX.id dengan pembayaran melalui DANA, maka akan memperoleh potongan 50% dengan syarat tertentu. Syaratnya diskon berlaku pada tiket kedua, atau diskon berlaku pada pembelian pertama setelah menginstal aplikasi TIX.id.

Dikutip dari website Bank Indonesia, instrumen pembayaran bisa dibilang berkembang sangat pesat dan progresif. Jika kita menoleh ke belakang, yaitu awal dari instrumen pembayaran diketahui, sistem barter antara barang yang diperdagangkan adalah norma di era pra-modern. Dalam perkembangannya, mulai dikenal unit-unit tertentu yang memiliki nilai pembayaran lebih dikenal dengan uang. Hingga saat ini, uang masih menjadi salah satu instrumen pembayaran utama di masyarakat. Selain itu, instrumen pembayaran terus tumbuh dari alat pembayaran tunai (berbasis tunai) menjadi instrumen pembayaran non tunai seperti instrumen pembayaran berbasis kertas, misalnya, cek dan giro. Selain itu, instrumen pembayaran tanpa kertas seperti transfer dana elektronik dan instrumen pembayaran berbasis kartu (ATM, Kartu Kredit, Kartu Debit dan Kartu Prabayar) juga dikenal.

Dari waktu ke waktu teknologi yang semakin canggih dan praktis banyak ditawarkan, seperti halnya kehadiran *e-money* yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi

dalam genggaman. Fitur yang ditawarkan pun semakin banyak dan variatif. Tidak banyak perbedaan fitur yang disediakan oleh layanan fintech baik DANA, OVO, maupun GOPAY. Semua memiliki tujuan yang sama yaitu menawarkan kemudahan-kemudahan pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari terutama aktivitas bertansaksi keuangan. Ketiganya mempunyai pengaruh positif bagi masyarakat kota Kediri. Hal ini dapat dipastikan dari puluhan gerai, department store, dan minimarket yang menyediakan pembayaran *online*. Bagi konsumen, tentu saja kemudahan-kemudahan dan promo yang ditawarkan akan sangat bermanfaat dan sangat diuntungkan, pada dasarnya dengan harga yang relatif murah dengan kualitas yang baik akan membuat konsumen lebih mempertimbangkan untuk melakukan pembelian. Begitu pula dengan layanan jasa yang merupakan rekanan DANA, OVO, dan GOPAY. Dengan menyimpan uang/ saldo di dalam aplikasi *fintech* tersebut akan lebih memudahkan mobilitas masyarakat kota Kediri, dan juga dengan adanya potongan harga bagi pengguna yang akan lebih menyakinkan masyarakat untuk menggunakan layanan jasanya.

PENUTUP

Perkembangan teknologi yang semakin meningkat dari waktu ke waktu salah satunya yang berupa uang elektronik di Kota Kediri memiliki pengaruh yang tinggi bagi keputusan pembelian masyarakat. Berikut beberapa hal yang menyebabkan uang elektronik mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat Kota Kediri:

- Mudah digunakan, karena aplikasi uang elektronik dapat diunduh melalui smartphone.
- Bisa menggunakan uang elektronik lebih dari satu.
- Kemudahan melakukan *top-up/* pengisian saldo.
- Banyak promo dan tawaran menarik.
- Banyak perusahaan rekanan yang menyediakan pembayaran melalui uang elektronik.
- Gerai perusahaan rekanan yang mayoritas berada di department store menyediakan tempat berbelanja yang nyaman dengan kualitas barang yang baik dan mendapatkan harga yang lebih murah daripada tidak menggunakan uang elektronik sebagai alat pembayaran.

REFERENSI

- Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang, (2013), E-Business & E-Commerce, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Bank Indonesia, Edukasi Perlindungan Konsumen, <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx>, diakses pada tanggal 16 Oktober 2019 pada 13.36
- Bank Indonesia, Sistem Pembayaran Di Indonesia, <https://www.bi.go.id/id/sistem-pembayaran/di-indonesia/sekilas/Contents/Default.aspx>, diakses tanggal 31 Juli 2019 pada 07.05
- Dinawan, Muhammad Rhendria, (2010), Analisis Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia Volume IX, No. 3, halaman 335-369.
- Harahap, et al. (2017). Perkembangan Financial Technology terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) terhadap Transmisi Kebijakan Moneter dan Makroekonomi. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/wp/Pages/WP-2-2017.aspx> diakses 31/7/2019 pada 08.35.
- Indonesia Banking School, Financial Technology di Indonesia, <http://www.ibs.ac.id/img/doc/MDH%20-%20FinTech%20IBS%20June%202017.pdf> diakses tanggal 17 Juni 2019 pada 07.42.
- Moelong, J. Lexy, (2000), Metode Penelitian Kualitatif, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ramadani, Laila, (2016), Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Elektronik (E-Money) terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa, Jurnal Ekonomi Studi Pembangunan Uinersitas Negeri Malang, Vol. 8, No.1, halaman 1-8.