

PENGGUNAAN UANG ELEKTRONIK PADA MASA PANDEMI COVID-19: TELAAH PUSTAKA

THE USE OF E-MONEY IN THE COVID-19 PANDEMIC TIME: LITERATURE REVIEW

*Edmira Rivani * Eddo Rio***

**(Pusat Penelitian, Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, BKD Jalan Gatot Subroto, Gedung Nusantara I, lantai 2, Setjen DPR RI, e-mail: 3dm1r4.er@gmail.com)*

*** (Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Jl. Dharmawangsa Dalam Selatan, Airlangga, Kec. Gubeng, Kota Surabaya, Jawa Timur, e-mail: eddorioritonga18@gmail.com)*

Naskah diterima: 5 Februari 2021, direvisi: 15 Oktober 2021,
disetujui: 30 Oktober 2021

Abstract

Covid 19 is a new disease with a relatively fast transmission rate and a high mortality rate. This pandemic has changed people's behavior in non-cash transactions to reduce the risk of being infected with the coronavirus. This change is interesting to be studied so that the use of e-money in realizing a cashless society during the Covid-19 pandemic can be seen. The cashless society was socialized to the public before the covid-19 pandemic emerged. On August 14, 2014, the National Non-cash Movement (GNNT) was launched to increase public awareness and business people to use non-cash payments in financial transactions. The cashless society increased during this pandemic, marked by an increase in the value of e-money transactions reaching 59% during the January-July 2020 period. During the pandemic, changes in consumer behavior from physical shopping to online shopping caused online sales to increase. Of course, this impacts the use of transactions, which previously used cash; now, it is common to use e-money. The ease and security that exist in transactions using e-money can be an essential consideration for the public in choosing e-money as a means of payment. Several obstacles include non-cash transaction activities, one of which is social and cultural factors and the availability of infrastructure. In this case, the Government, business actors, and society must socialize the cashless society. By developing systems and regulations as an umbrella act for electronic money itself and providing supporting facilities that are evenly distributed throughout the region and not only focused on big cities.

Keywords: *electronic transaction; e-money; cashless society; Covid-19*

Abstrak

Covid 19 merupakan penyakit baru yang memiliki tingkat penularan relatif cepat dan tingkat kematian yang tinggi. Pandemi ini telah mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai agar mengurangi resiko terinfeksi virus corona. Perubahan tersebut menarik untuk dikaji, tujuan penulisan ini adalah agar dapat diketahui bagaimana perkembangan *e-money* di Indonesia, penggunaan uang elektronik sebagai mode baru konsumtif masyarakat kelas menengah, penggunaan uang elektronik pada masa pandemi covid-19 dengan melihat model *the adaptive shopper* serta tantangan yang akan dihadapi ke depannya. *Cashless society* sudah disosialisasikan kepada masyarakat sebelum pandemi covid-19 muncul. Pada tanggal 14 Agustus 2014, dicanangkan Gerakan Nasional Nontunai (GNNT) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku bisnis untuk menggunakan pembayaran nontunai dalam transaksi keuangan. *Cashless society* semakin marak pada masa pandemi ini, ditandai dengan meningkatnya nilai transaksi *e-money* mencapai 59% selama periode Januari-Juli 2020. Perubahan perilaku konsumen di masa pandemi, dari yang melakukan pembelian secara fisik menjadi *online*, menyebabkan penjualan *online* semakin meningkat. Tentu saja hal tersebut berdampak pula pada penggunaan transaksi, yang sebelumnya menggunakan uang tunai, kini lazim memanfaatkan *e-money*. Kemudahan dan keamanan yang ada pada transaksi menggunakan *e-money* dapat menjadi bahan pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memilih *e-money* sebagai suatu alat pembayaran. Beberapa kendala meliputi kegiatan transaksi nontunai, salah satunya faktor sosial dan budaya serta faktor ketersediaan infrastruktur. Dalam hal ini antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat masing-masing harus turut andil dalam mensosialisasikan *cashless society*. Pemerintah dengan terus melakukan perkembangan sistem maupun aturan sebagai payung hukum dari uang elektronik itu sendiri, selian itu menyediakan sarana penunjang yang merata di seluruh daerah dan tidak terfokus di kota-kota besar saja.

Kata kunci: *transaksi elektronik, uang elektronik, cashless society, covid-19*

PENDAHULUAN

Tahun 2020 merupakan tahun krisis dan mengkhawatirkan yang dialami oleh seluruh negara di dunia akibat pandemi virus Covid 19.¹ Covid 19 merupakan penyakit baru yang memiliki tingkat penularan relatif cepat dan tingkat kematian yang tinggi.² Hingga saat ini belum ditemukan terapi definitif yang tepat untuk mengobati virus ini.³ Indonesia secara resmi mengumumkan dua kasus pertama pada 2 Maret 2020. Pandemi telah mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi secara nontunai, agar mengurangi resiko terinfeksi virus corona yang menempel pada uang, kartu kredit, atau kartu lainnya. *World Health Organization* (WHO) mengimbau masyarakat, agar dapat menerapkan *contactless payment*, yaitu mengurangi kontak pembayaran tunai dengan menggunakan transaksi elektronik, seperti *e-money*.

Adanya transaksi menggunakan *e-money* adalah wujud dari perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi telah mengubah sistem pembayaran dari sistem pembayaran tunai ke nontunai. Dengan perkembangan tersebut menjadikan sebuah inovasi bagi perusahaan penyedia sistem pembayaran dengan mengikuti perkembangan saat ini dengan memunculkan sistem pembayaran digital. Masyarakat pun telah dikenalkan dengan gaya hidup tanpa uang tunai (*cashless society*) atau dikenal dengan Gerakan Nontunai. *Cashless society* adalah sebutan yang merujuk pada masyarakat yang dalam bertransaksi, tidak lagi menggunakan uang tunai, tetapi melalui perpindahan informasi finansial secara digital. Dalam bertransaksi sehari-hari, masyarakat tidak menggunakan uang tunai, tetapi uang digital.⁴

Menurut *Bank for International Settlements*, *e-money* didefinisikan sebagai *stored-value* atau *prepaid* produk dimana catatan dana atau *value*

yang tersedia untuk konsumen disimpan pada perangkat elektronik yang di miliki.⁵ Dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 menyebutkan bahwa Uang Elektronik (*E-Money*) adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur sebagai berikut:⁶

- a. diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit;
- b. nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip;
- c. digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut; dan
- d. nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan. Nilai Uang Elektronik adalah nilai uang yang disimpan secara elektronik pada suatu media server atau chip yang dapat dipindahkan untuk kepentingan transaksi pembayaran dan/atau transfer dana.

Laila Ramadhani dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa” mendefinisikan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang dapat digunakan untuk berbagai macam jenis pembayaran (*multi purposed*), tidak seperti kartu telepon yang merupakan *single-purpose prepaid card*.⁷ Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa uang elektronik merupakan salah satu inovasi instrumen pembayaran yang muncul akibat dari dampak perkembangan teknologi yang semakin pesat dengan menggunakan media elektronik tertentu yang dimana dimiliki konsumen dan telah mendapat izin serta diatur dalam Peraturan Bank Indonesia.

Hampir semua kegiatan ekonomi, sudah menggunakan uang elektronik sebagai alat

1 Phan Nguyen L., & et.al, Importation and Human-to-human transmission of a Novel Coronavirus in Vietnam, *The New England Journal of Medicine*, 382:9, 2020, hal 872.
 2 A. Susilo, & dkk., Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini, 2020, *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia* 7 (1), 45-63.
 3 J. Whitworth, *Covid 19: A Fast Evolving Pandemic*, Trans R Soc Trop Med Hyg, 2020
 4 E. Bintarto, 2018, *Call For Essays: Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan*, hal. 1-77.

5 Dikutip dalam Hidayati, Siti, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah, Aulia Fadly, Isnu Yuwana Parmawan. 2006. Operasional E-money. Bank Indonesia.
 6 Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018, Tentang Perubahan Atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2014 Tentang Uang Elektronik (*Electronic Money*).
 7 Ramadhani, Laila, “Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa”, *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 8. No.1, 2016, hal. 4.

pembayaran. Mulai dari belanja, transportasi, akomodasi, makanan, tiket bioskop, tiket jalan tol, berbagai macam tagihan rumah tangga seperti listrik, air, telepon, dan sebagainya., supermarket, minimarket, bahkan sampai warteg sudah mulai menyediakan fasilitas pembayaran uang elektronik. Tidak hanya itu, sedekah pun bisa dilakukan dengan menggunakan uang elektronik seperti halnya yang pernah dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional yang membuka program sedekah *online* bekerjasama dengan gopay dan kitabisa.com.⁸ Transaksi yang paling sering digunakan menurut hasil riset lembaga riset berbasis aplikasi, snapchart yaitu transaksi ritel (28%), pemesanan transportasi *online* (27%), dan pemesanan makanan *online* (20%). Sisanya, untuk transaksi *e-commerce* (15%) dan pembayaran tagihan (7%).⁹

Pilihan masyarakat bergeser ke arah kemudahan digitalisasi terus menguat. Penerimaan masyarakat akan uang elektronik sebagai alat pembayaran ini tidak terlepas dari penerimaan masyarakat akan hadirnya teknologi dalam uang elektronik. Hal ini berkaitan dengan teori TAM (*Technology Acceptance Model*) yang dikembangkan oleh Fred Davis. Dalam TAM, Davis menemukan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan teknologi. Dua dari beberapa faktor tersebut, yakni *perceived usefulness* (kemudahan) dan *perceived easy to use* (kemudahan) menjadi faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi.¹⁰

Dengan adanya kemudahan dalam bertransaksi dengan menggunakan uang elektronik ini akan membuat seseorang lebih mudah membelanjakan uangnya yang mana akan

menawarkan gaya hidup untuk lebih efisien atau konsumtif. Pengonsumsi suatu barang tidak lagi sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia namun sebagai alat pemuas keinginan.¹¹ Pergeseran makna dalam pengonsumsi suatu barang ini mengandung indikasi bahwa adanya perilaku konsumtif yang terjadi ketika menggunakan uang elektronik. Perilaku konsumtif tidak terlepas dari seorang konsumen. Konsumen dari perspektif konsumen dapat berarti; (a) pelanggan, pemakai, pengguna, pembeli, pengambil keputusan, (b) barang, jasa, merek, harga, kemasan, kualitas, kredit toko, layanan purna jual, (c) menawar, mencari informasi, membandingkan merek, dan (d) persepsi, preferensi, sikap, loyalitas, kepuasan, motivasi, gaya hidup.¹² Dalam hal ini, konsumen selalu berusaha untuk memaksimalkan kepuasannya dalam mengonsumsi barang dan jasa, namun apabila seorang konsumen memandang dirinya sebagai orang yang modern dan mudah menerima inovasi. Persepsi konsumen terhadap dirinya tersebut akan direfleksikan dengan perilaku konsumsinya. Konsumen tersebut akan mudah menerima dan membeli berbagai peralatan dan alat komunikasi yang modern dan selalu tertarik membeli suatu yang baru. Dengan demikian, konsumen akan terus melakukan pembelian di luar yang menjadi kebutuhannya. Hasrat untuk membeli barang dan jasa di luar kebutuhan konsumen inilah yang membuat seorang konsumen berperilaku konsumtif.

Beralihnya masyarakat dalam penggunaan uang tunai ke transaksi digital akhir-akhir ini menarik untuk dikaji. Tujuan penulisan ini adalah agar dapat diketahui bagaimana perkembangan *e-money* di Indonesia, penggunaan uang elektronik sebagai mode baru konsumtif masyarakat kelas menengah, penggunaan uang elektronik pada masa pandemi covid-19 dengan melihat model *the adaptive shopper*, dimana setiap orang bereaksi sesuai dengan cara yang berbeda terhadap keadaan baru selama pandemi Covid-19 ini. Serta, melihat

8 Alief Reza, "Selamat Datang di Era Cashless, Pengamen Bersiaplah Pakai E-Money", (*online*), (<https://www.kompasiana.com/alrezkc/5c82472fc112fe69ce457954/selamat-datang-di-eracashless-pengamen-bersiaplah-pakai-e-money>), diakses tanggal 10 November 2021).

9 Eko Sutriyanto, "3 Besar Dompot Digital Indonesia Untuk Transaksi Ritel, Transportasi dan Pengiriman Makanan", (*online*), (<https://www.tribunnews.com/techno/2019/07/15/3-besar-dompotdigital-indonesia-untuk-transaksiritel-transportasi-dan-pengirimanmakanan-online>), diakses 05 Oktober 2020).

10 Fatmasari, Dewi dan Wulandari, Sri, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan APMK", *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, 2016, hal. 96.

11 Syifa, Lailatu, "Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta", Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, 2019, hal. 4.

12 Sumarwan, Ujang, 2011, "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran", Bogor: Ghalia Indonesia, hal. 1

tantangan perkembangan uang elektronik ke depannya.

Jenis-Jenis Uang Elektronik

Seperti yang telah tertera dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Eletronik mengenai lingkup penyelenggaraan uang elektronik, uang jenis ini dibedakan menjadi dua, yakni *closed loop* dan *open loop*.

- a. *Closed loop*, yaitu uang Elektronik yang hanya dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang merupakan penerbit uang elektronik tersebut.
- b. *Open loop*, yaitu uang elektronik yang dapat digunakan sebagai instrumen pembayaran kepada penyedia barang atau jasa yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut.

Sementara, jenis uang elektronik berdasarkan pencatatan data identitas pemegang uang elektronik dapat dibedakan menjadi 2 (dua) jenis (Tabel 1), yaitu uang elektronik yang data identitas pemegangnya terdaftar dan tercatat pada penerbit (*registered*) dan uang elektronik yang data identitas pemegangnya tidak terdaftar dan tidak tercatat pada penerbit (*unregistered*).

Tabel 1. Fasilitas Uang Elektronik *Registered* dan *Unregistered*

Registered	Unregistered
Registrasi pemegang	Pengisian ulang (<i>top up</i>)
Pengisian ulang (<i>top up</i>)	Pembayaran transaksi
Pembayaran transaksi	Pembayaran tagihan
Pembayaran tagihan	Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia
Transfer dana	
Tarik tunai	
Fasilitas lain berdasarkan persetujuan Bank Indonesia	

Sumber: Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018

Sementara, berdasarkan tempat penyimpanan nilai dana uang elektronik terbagi 2 (dua) jenis yaitu:

- a. Uang elektronik berbasis kartu atau chip, di mana nilai dana uang elektronik dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit juga dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh pemegang. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis kartu atau chip dan memungkinkan transaksi dilakukan secara *offline*.
- b. Uang elektronik berbasis *server*, di mana nilai dana pemegang tersimpan pada database penerbit dan dalam melakukan transaksi akan membutuhkan media berupa *gadget* pengguna



Sumber: Bank Indonesia

Gambar 1. Produk-Produk E-Money

untuk mengirim nomor sandi dan nilai transaksi yang dibutuhkan dan menerima nomor token untuk melakukan transaksi. Sistem pencatatan seperti ini terjadi pada uang elektronik berbasis *server* dan hanya dapat dilakukan secara *online* (gambar 1).

Berbagai macam jenis uang elektronik di atas dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang dimana pasti berbeda antarsatu individu dengan individu lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jenis uang elektronik dalam lingkup penyelenggaranya dapat dibedakan menjadi *closed loop* dan *open loop* sedangkan dalam *close loop* dan *open loop* uang elektronik dapat dibedakan menjadi uang elektronik dengan media penyimpanan *server* dan *chip* dan data identitas penggunaanya dapat dibedakan menjadi *unregistered* dan *registered*.

Model Siklus *The Adaptive Shopper*

Setidaknya akibat perubahan perilaku konsumen dari pembelian secara fisik menjadi *online* menyebabkan penjualan di bidang *online* semakin meningkat. Perubahan pola perilaku konsumen ini disebut dengan "*The adaptive shopper*". Di mana setiap orang bereaksi sesuai dengan cara yang berbeda terhadap keadaan baru selama pandemi covid-19 ini. Hal itu dapat dilihat dari penggunaan beberapa aplikasi yang

digunakan dan berbagai reaksi mereka terhadap krisis pandemi ini. *Adaptive shopper* merujuk pada mereka yang beradaptasi dengan dunia yang baru, dan mencari cara baru untuk memenuhi kebutuhan. Model siklus *adaptive shopper* digambarkan seperti dalam Gambar 2.¹³

Model tersebut menjelaskan tentang proses konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan pembelian, diantaranya:¹⁴

1. *Search and browse*, konsumen melakukan pencarian mengenai berbagai produk tanpa maksud melakukan pembelian yang terencana.
2. *Recognize need/want*, di mana konsumen mulai menemukan apa yang dibutuhkan dan diinginkannya.
3. *Intrigued*, mencerminkan rasa ingin tahu yang tinggi dari segi pengalaman berbelanja konsumen.
4. *Wait state/status* menunggu, menunjukkan bahwa konsumen bisa memilih untuk mundur dalam keadaan tidak aktif sebelum beralih ke tahap yang lebih aktif (membeli). Hal ini dilakukan konsumen untuk meneliti apa yang akan dialami oleh konsumen jika mereka melakukan pembelian, apakah akan terjadi keterlambatan pengiriman barang, atau kerusakan akan barang yang dibeli.
5. Yang paling penting yang dilakukan konsumen adalah kritikan akan produk yang akan mereka gunakan, apakah konsumen yang lain merasa puas atau tidak, mereka akan mencari informasi melalui berbagai media sosial mengenai penilaian dari produk yang mereka sudah beli atau gunakan.
6. Terakhir, konsumen akan melakukan validasi dan mengkonfirmasi atas informasi yang mereka dapatkan dari sosial media tersebut. Apakah dapat dipercaya atau malah sebaliknya dari produk yang akan dibeli atau digunakan.

Model tersebut juga menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam berbelanja, yaitu:



Sumber: Leonard Lee, et.al, 2017

Gambar 2. Model Siklus "*The Needs-Adaptive Shopper*"

13 Lee, Leonard, "From Browsing to Buying and Beyond: The Needs Adaptive Shopper Journey Model", *working paper*, 2017.

14 *Ibid.*

1. Psikologi konsumen, kondisi konsumen didorong oleh tujuan spesifik mereka sebelum melakukan pembelian,
2. Tindakan perusahaan/retailer, misalnya perusahaan menyediakan berbagai alternatif diskon untuk mempengaruhi perilaku konsumen, atau menyediakan *test-food* sebelum pembelian makanan dalam jumlah besar.
3. *Peer-to-peer*/sosial, seperti pendamping konsumen ketika berbelanja, bisa teman atau bahkan pelayan dari pihak perusahaan yang akan memberikan bantuan.
4. Teknologi, memberikan perubahan yang besar untuk cara berbelanja konsumen, tidak hanya menyediakan layanan berbelanja secara online tetapi memberikan pengalaman berbelanja kepada konsumen, seperti penggunaan *handphone* untuk berbelanja yang memungkinkan konsumen untuk peka terhadap kebutuhan konsumen, personalisasi dalam berbelanja, dll.

Tipologi pembeli adaptif konsumen berdasarkan kondisi kelesuan ekonomi seperti saat merebaknya covid-19 ini dikarenakan konsumen akan memiliki atribut belanja yang lebih rinci dibandingkan sebelumnya. Selain itu konsumen akan memiliki perencanaan pembelian dan kesadaran harga yang lebih banyak dan mengurangi perhatian pada etika produk (penilaian akan baik atau tidaknya produk) tetapi mencurahkan pada merk toko.¹⁵ Hal ini sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya bahwa kondisi krisis akan menyebabkan konsumen berhemat. Namun perubahan tersebut tidak serta-merta menggambarkan perilaku semua konsumen.

METODE

Sumber data dikumpulkan dari berbagai literatur yang relevan dengan yang membahas tentang perilaku konsumen, penggunaan *e-money*, dan sumber lain yang berkaitan. Sumber data sekunder berupa materi, berbagai informasi atau pemberitaan yang diperoleh melalui jurnal,

media massa/elektronik atau sumber lain yang memiliki konten yang terkait dengan studi makalah ini. Untuk memberi gambaran secara komprehensif, analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan masalah penelitian yakni penggunaan uang elektronik pada masa pandemi covid-19. Berdasarkan dimensi waktu, penelitian ini merupakan penelitian yang dilakukan pada suatu waktu tertentu dan hanya mengambil satu bagian dari fenomena (gejala) sosial pada satu waktu tertentu, yaitu pada masa pandemi Covid-19.¹⁶

Data dan fakta yang telah dikumpulkan mengenai transaksi uang elektronik pada masa pandemi Covid-19 di Indonesia akan di analisis dengan merangkum data hal-hal yang pokok dan penting. Setelah itu, data yang ada disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan gambar sehingga data tersebut dapat tersusun dalam pola hubungan atau saling terkait dengan penggunaan uang elektronik pada masa pandemi Covid-19. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan data dengan sumber yang valid dan konsisten. Sehingga melalui penarikan kesimpulan diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.¹⁷

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Uang Elektronik Di Indonesia

Dalam kurun waktu yang panjang sejak dikenalnya sistem pertukaran yang bernama barter, telah ditemui 3 inovasi besar dalam alat pembayaran yaitu *full-bodied money* (uang logam yang terbuat dari emas dan perak); *fiat money* (uang yang nilainya lebih besar daripada nilainya sebagai barang); *checking accounts* (rekening giro) dan *electronic money* (uang elektronik). Secara garis besar, evolusi uang sebenarnya berakhir sampai *fiat money*. Dikarenakan sampai saat ini pun penggunaan *fiat money* atau uang tunai masih ada. Namun, inovasi dalam pembayaran masih berlanjut hingga kini. Perkembangannya telah sampai pada transaksi pembayaran elektronik atau dapat dikategorikan sebagai Sistem Pembayaran Non-tunai.

15 Daniel P. Hampson & Peter J. McGoldrick (2013), *A Typology of Adaptive Shopping Patterns in Recession*, Journal of Business Research 66, 831-838.

16 Neuman, (2014), *Social Research Methods:Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Pearson.

17 Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabitan, 2008, hlm. 246-253.

Pembayaran elektronik adalah pembayaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti *Integrated Circuit (IC)*, *cryptography* atau sandi pengaman data transaksi dan jaringan komunikasi. Awalnya transaksi jenis ini dimulai dari transfer antar jaringan di internal bank. Kemudian berkembang dan dimanfaatkan untuk transaksi antara bank dan nasabahnya. Hingga saat ini, transaksi elektronik dengan berbagai variannya terus berkembang. Bukan hanya melibatkan transaksi antar bank dan nasabahnya, melainkan antar nasabah, bahkan antar manusia dalam aktivitas ekonomi.¹⁸

Pada tanggal 14 Agustus 2014, dicanangkan Gerakan Nasional Non-tunai (GNNT) yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pelaku bisnis untuk menggunakan pembayaran non-tunai dalam transaksi keuangan karena lebih mudah, aman dan efisien. Inovasi di sektor keuangan terus berkembang seiring dengan misi Bank Indonesia untuk mencanangkan *Cashless Society* di Indonesia menambah instrumen pembayaran non-tunai yakni berupa kartu dan akun yang dikenal sebagai *Electronic Money (EMoney)*.

Dengan adanya alat pembayaran non-tunai seperti *e-money*, yang merupakan bagian dari kebijakan baru dalam sistem pembayaran oleh Bank Indonesia, diharapkan akan mampu mengoptimalkan daya beli masyarakat yang sekaligus berdampak pada meningkatnya perekonomian negara. Karena *e-money* sendiri memberi kemudahan dan keamanan bagi masyarakat yang dalam hal ini sebagai pengguna

diberikan salah satunya adalah masyarakat tidak perlu membawa uang tunai secara langsung dalam jumlah yang banyak untuk bertransaksi.

Pengembangan *e-money* di berbagai negara telah melahirkan berbagai isu implikasi pengembangan *e-money* terhadap kebijakan Bank Sentral khususnya yang berkaitan dengan fungsi pengawasan sistem pembayaran dan efektifitas kebijakan moneter.¹⁹ Berbeda dengan kartu kredit atau kartu debit, kartu *e-money* tidak memerlukan konfirmasi data atau otorisasi *Personal Identification Number (PIN)* ketika akan digunakan sebagai alat pembayaran dan tidak terkait langsung dengan rekening nasabah di bank. Hal ini karena *e-money* merupakan produk *stored value* di mana sejumlah nilai *monetary value* telah terekam dalam alat pembayaran yang digunakan. Hal tersebut memungkinkan kartu dapat dipindahtangankan dan bisa dipakai siapapun selama saldo masih mencukupi. Hal ini dapat membahayakan karena jika kartu *e-money* hilang, maka saldo yang tersisa dapat digunakan oleh orang lain. Pada kenyataannya, *e-money* dengan nilai yang dapat di *top up* atau diisi ulang ini tidak termasuk dalam inventori bank sebagai salah satu lembaga yang mengeluarkan produk ini. Artinya jika pencurian atau penggunaan kartu *e-money* yang bukan pemegang kartu tidak dapat dilacak keberadaannya dan kartu tersebut tidak dapat diblokir. Contoh Produk *e-money* yang sudah ada yang telah dikeluarkan oleh penerbit yang disahkan oleh Bank Indonesia dapat dilihat pada Tabel 2.

Berdasarkan Tabel 2. terdapat 51 penerbit

Tabel 2. Perusahaan Penerbit Uang Elektronik Tahun 2020

No.	Nama	Tanggal Efektif Operasional	Nama Produk Server Based	Nama Produk Chip Based
1.	PT Artajasa Pembayaran Elektronis	21 November 2012	MYNT E-Money	-
2.	PT Bank Central Asia Tbk	3 Juli 2009	Sakuku	Flazz
3.	PT Bank CIMB Niaga	27 Maret 2013	Rekening Ponsel	-
4.	PT Bank DKI	3 Juli 2009	Jakarta One (JakOne)	JakCard
5.	PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	3 Juli 2009	Mandiri e-Cash	Mandiri e-Money

e-money tersebut, kemudahan dan keamanan yang

uang elektronik yang produknya telah tersebar

6.	PT Bank Mega Tbk	3 Juli 2009	Mega Virtual	Mega Cash
7.	PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk	3 Juli 2009	UnikQu	TapCash
8.	PT Bank National Nobu	29 April 2013	Nobu e-Money	Nobu e-Money
9.	PT Bank Permata	23 Januari 2013	BBM Money	-
10.	PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk	29 Desember 2010	T bank	Brizzi
11.	PT Finnet Indonesia	1 Juni 2012	Finpay Money (d/h Mobile Cash)	-
12.	PT Indosat, Tbk	3 Juli 2009	IMkas (d/h PayPro d/h Dompetku)	-
13.	PT Nusa Satu Inti Artha	25 Maret 2013	DokuPay	-
14.	PT Skye Sab Indonesia	3 Juli 2009	Skye Mobile Money	SkyeCard
15.	PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk	3 Juli 2009	Flexy Cash	iVas Card
16.	PT Telekomunikasi Selular	3 Juli 2009	T-Cash	Tap Izy
17.	PT XL Axiata, Tbk	29 Maret 2011	XL Tunai	-
18.	PT Smartfren Telecom Tbk	16 Juni 2014	Uangku	-
19.	PT Dompot Anak Bangsa (d/h PT MV Commerce Indonesia)	29 September 2014	Gopay	-
20.	PT Witami Tunai Mandiri	5 Januari 2015	Truemoney	-
21.	PT Espay Debit Indonesia Koe	20 Juli 2016	Dana (d/h Unik)	-
22.	PT Bank QNB Indonesia Tbk	1 Maret 2017	Dooet	-
23.	PT BPD Sumsel Babel	4 April 2017	-	BSB Cash
24.	PT Buana Media Teknologi	29 Mei 2017	Gudang Voucher	-
25.	PT Bimasakti Multi Sinergi	14 Juni 2017	Speed Cash	-
26.	PT Visionet Internasional	22 Agustus 2017	OVO Cash	-
27.	PT Inti Dunia Sukses	10 Oktober 2017	iSaku	-
28.	PT Veritra Sentosa Internasional	1 Juni 2018	Paytren	-
29.	PT Solusi Pasti Indonesia	20 Juli 2018	KasPro (d/h PayU)	-
30.	PT Bluepay Digital Internasional	8 Agustus 2018	Bluepay Cash	-
31.	PT Ezeelink Indonesia	8 Agustus 2018	Ezeelink	-
32.	PT E2Pay Global Utama	4 September 2018	M-Bayar	-
33.	PT Cakra Ultima Sejahtera	5 November 2018	DUWIT	-
34.	PT Airpay International Indonesia	28 November 2018	SHOPEEPAY	-
35.	PT Bank Sinarmas Tbk	6 Desember 2018	Simas E-Money	-
36.	PT Transaksi Artha Gemilang	11 Februari 2019	OttoCash	-
37.	PT Fintek Karya Nusantara	22 Februari 2019	LinkAja	-
38.	PT Max Interactives Technologies	6 Mei 2019	Zipay	-
39.	PT Sarana Pactindo	30 Agustus 2019	PACCash	-

40.	PT Datacell Infomedia	7 November 2019	PAYDIA	-
41.	PT Netzme Kreasi Indonesia	23 Desember 2019	Netzme	-
42.	PT Bank BNI Syariah	30 Desember 2019	Hasanahku	-
43.	PT MNC Teknologi Nusantara	1 Desember 2019	Spinpay	-
44.	PT Kereta Commuter Indonesia	14 November 2019	-	KMT
45.	PT Mass Rapid Transit	25 November 2019	-	MTT
46.	PT Paprika Multi Media	6 Februari 2020	Paprika	-
47.	PT Astra Digital Arta	18 Februari 2020	AstraPay	-
48.	PT Bank OCBC NISP	2 Maret 2020	One Wallet	-
49.	PT Rpay Finansial Digital Indonesia	18 Maret 2020	Yourpay	-
50.	PT Visi Jaya Indonesia	6 April 2020	Eidupay	-
51.	PT Bank Jabar dan Banten	5 Maret 2020	DigiCash	-

Sumber: Bank Indonesia, 2020

di masyarakat. Terdapat penerbit yang memiliki produk uang elektronik lebih dari satu, seperti pada perbankan, yaitu Bank Mandiri, Bank DKI, Bank Mega, BCA, BRI dan BNI memiliki setidaknya 2 produk yang dipasarkan kepada masyarakat. Dari tabel tersebut juga terlihat bahwa jumlah penerbit uang elektronik yang efektif melakukan operasional paling banyak ada di tahun 2019. Ke-51 penyelenggara uang elektronik tersebut berlombalomba menarik minat masyarakat untuk menggunakan uang elektronik yang diterbitkannya dengan menawarkan berbagai macam kemudahan yang dapat memenuhi kebutuhan masing-masing penggunaannya.

Uang Elektronik sebagai Mode Baru Konsumtif Masyarakat Kelas Menengah

Uang elektronik adalah alat pembayaran elektronik yang diperoleh dengan menyertorkan terlebih dahulu sejumlah uang kepada penerbit, baik secara langsung maupun melalui agen-agen penerbit atau dengan pendebitan rekening di bank, dan nilai uang tersebut dimasukkan menjadi nilai uang dalam media uang elektronik, yang dinyatakan dalam satuan Rupiah, yang digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran dengan cara mengurangi secara langsung nilai uang pada media elektronik tersebut.²⁰

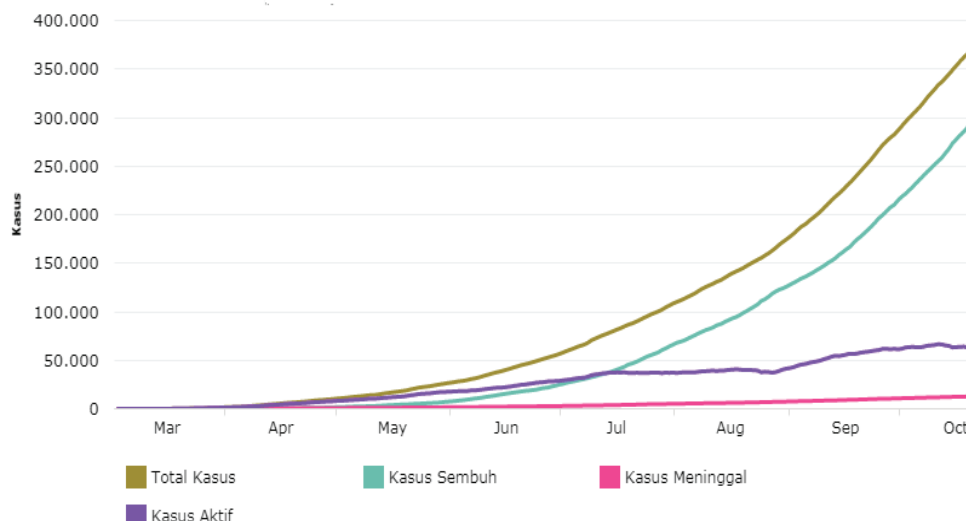
20 Asep Saiful Bahri, Asep. "Konsep Uang Elektronik Dan Peluang Implementasinya Pada Perbankan Syariah (Studi Kritis Terhadap Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik)" (Skripsi-UIN Syarif

Penerbit atau *issuer* adalah pihak yang membuat dan menyediakan kartu *e-money*. Penerbit *e-money* terdiri dari sektor perbankan dan non-perbankan. Para penerbit tersebut telah sah dan legal untuk membuat *e-money* karena telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia. Penerbit yang telah disahkan oleh Bank Indonesia tersebut dapat menyediakan kartu *e-money* bagi masyarakat. Sementara pedagang dalam sistem *e-money* ini adalah pengusaha atau pedagang yang menyediakan penggunaan fasilitas jasa pembayaran dengan *e-money* dalam transaksi pembayarannya. Pengguna atau konsumen *e-money* dalam hal ini adalah orang yang menggunakan *e-money* dalam transaksi pembayarannya.

Dalam era seperti ini, peran teknologi sangat menentukan motif konsumsi yang dilakukan oleh publik terutama masyarakat kelas menengah. Less Cash Society dengan uang elektronik telah menimbulkan berbagai perubahan sosial dalam masyarakat kelas menengah Indonesia.²¹ Masyarakat ini merupakan masyarakat yang cepat mengakses informasi dan teknologi. Oleh karena itu, perkembangan teknologi dengan uang elektronik akan cepat menyebar. Kini masyarakat kelas menengah tersebut sudah menerima dan terbiasa menggunakan uang elektronik sebagai

Hidayatullah, 2010).

21 Warsisto Raharjo Jati, "Less Cash Society: Mengakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia", Jurnal Sosioteknologi, Vol. 14, No. 2, 2015, hal. 109.



Sumber: Kementerian Kesehatan, 2020

Gambar 3. Jumlah Total Kasus, Kasus Aktif, Kasus Sembuh, dan Kasus Meninggal Covid-19 di Indonesia Periode 2 Maret 2020 - 21 Oktober 2020

pembayaran yang sah dalam transaksi. Hal ini terjadi karena kalangan tersebut senantiasa menuntut segala kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. Pada umumnya, mereka ingin menampilkan sisi kepraktisan namun masih elegan.

Hasil analisis konsumsi dalam kasus kelas menengah Indonesia melalui skema masyarakat non tunai (*less cash society*) yang dilakukan oleh Warsisto Raharjo Jati menemukan bahwa teknologi secara jelas berperan penting mendorong konsumsi kelas menengah Indonesia agar lebih konsumtif. Kehadiran uang elektronik menjadi salah satu cara mendorong masyarakat menjadi konsumtif. Selain itu, adanya sentuhan teknologi dalam konsumsi melalui uang elektronik telah memberikan warna baru dalam memaknai konsumsi. Konsumsi tidak hanya menggunakan fungsi utilitasnya untuk dihabiskan, namun juga fungsi identitas yang perlu dipenuhi.²²

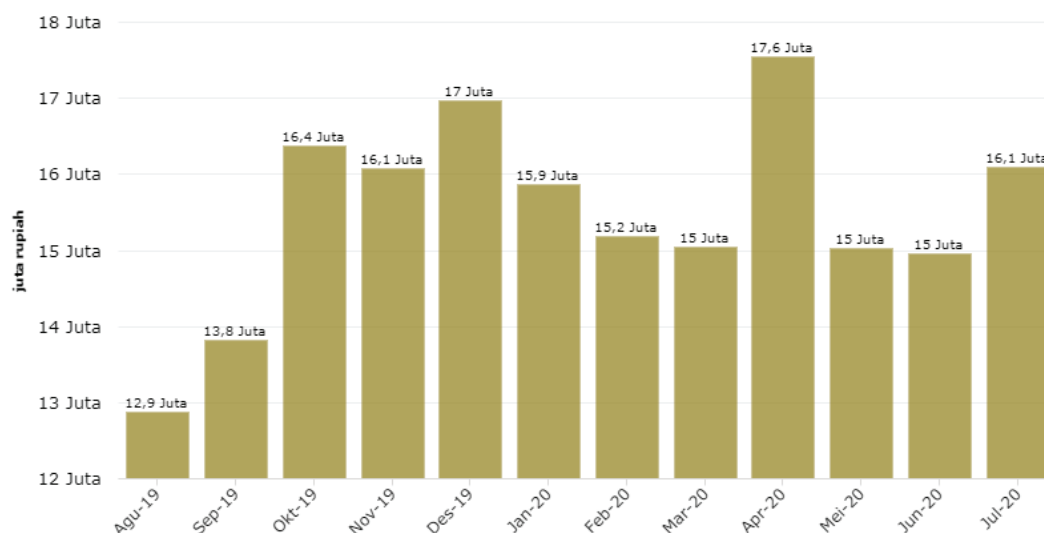
Dengan demikian, penggunaan uang elektronik secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang, terlebih lagi pada masyarakat yang cepat mengakses informasi dan teknologi serta senantiasa menuntut segala kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. Mereka akan mudah menerima hadirnya uang elektronik dan menggunakannya sebagai pengganti dompet

untuk belanja atau mengakses keperluan lain. Hal inilah dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif dan memberi makna baru dalam berkonsumsi.

Perkembangan Penggunaan Uang Elektronik Pada Masa Pandemi Covid-19 dan Tantangannya di Masa Depan

Sejak teridentifikasi pada Bulan Desember 2019, kasus positif Covid-19 kumulatif di seluruh dunia terus mengalami tren peningkatan. Sampai minggu ketiga bulan Oktober 2020, jumlah orang yang positif Covid-19 secara global sudah mencapai 41,12 juta orang dengan tingkat kematiannya mencapai 2,7%.²³ Kondisi ini menyebabkan Covid-19 menjadi pandemi di seluruh dunia. Begitu juga jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia (Gambar 3). Sejak teridentifikasi tanggal 2 Maret 2020, jumlah kasus positif Covid-19 kumulatif di Indonesia terus mengalami tren peningkatan. Data dari Kementerian Kesehatan menunjukkan bahwa jumlah kasus positif Covid-19 di Indonesia per tanggal 21 Oktober 2020 sudah mencapai 373.109 kasus. Pada awal-awal munculnya kasus positif Covid-19, tingkat kematian yang

23 World Health Organization (WHO), WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard, https://covid19.who.int/?adgroupsurvey={adgroupsurvey}&gclid=CjwKCAjwmK6IBhBqEiwAocMc8s7yCDaLqk_AYMP-qghKxcMr8XL_cPjkc20dGeKSmxz-SmKgVBCichoCJ-oQAvD_BwE, diakses pada 21 oktober 2020.



Sumber: Bank Indonesia, 2020

Gambar 4. Nilai Transaksi Uang Elektronik (Agustus 2019-Juli 2020)

disebabkan oleh Covid-19 terbilang sangat tinggi. Puncaknya pada 2 April 2020, tingkat kematian akibat Covid-19 mencapai 9,5%. Namun, setelah itu tingkat kematian kumulatif akibat Covid-19 terus mengalami penurunan.²⁴

Pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dalam hal ini himbauan yang diterapkan pemerintah berupa *stay at home*, *work from home*, *study from home* sebagai bentuk antisipasi penyebaran covid-19 telah begitu besar mempengaruhi semua bidang kehidupan. Covid-19 yang begitu cepat merebak menyebabkan kebiasaan masyarakat banyak berubah, mulai dari bidang kesehatan, teknologi, bahkan ekonomi telah menyebabkan kebiasaan baru dalam masyarakat yang dikenal dengan istilah *The New Normal*.

Selama pandemi ini setidaknya membuat hampir semua sektor kehidupan melambat, sehingga manusia melakukan perubahan dan beradaptasi dengan cepat, dan melakukan berbagai rutinitas secara digital, seperti belajar, bekerja, berbelanja, latihan fisik di rumah secara *online*. Menurut *Analytics Data Advertising (ADA)* setidaknya ada 6 jenis *crisis persona* baru yang muncul di Indonesia akibat pandemi covid 19 ini, diantaranya: 1. *The adaptive shopper*, 2. *The brave one*, 3. *The market observer*, 4. *The bored homebody*, 5. *The health nut*, dan 6. *The yearning traveller*.²⁵

Dalam bidang ekonomi, kebiasaan masyarakat banyak berubah, dari yang biasanya berbelanja secara fisik, berubah menjadi berbelanja secara *online* atau dengan menggunakan *e-money*. *E-money* adalah model pembayaran yang memudahkan dan menawarkan kenyamanan kepada penggunanya dalam melakukan transaksi pembayaran. Pengguna hanya perlu melakukan transaksi dengan memanfaatkan internet yaitu secara *online*, tanpa harus bertemu atau datang jauh-jauh untuk menemui penjual. *E-money* menyediakan cara yang nyaman, cepat, dan aman kepada penggunanya untuk melakukan transaksi secara *online* di seluruh dunia dari toko manapun dan siapapun. *E-money* juga menyediakan beberapa fitur keamanan yang tidak dimiliki kebutuhan kehidupan sehari-hari yang dilakukan oleh *the adaptive shopper*.

Pada masa pandemi ini, *e-money* mempunyai potensi dalam menggeser peran uang tunai untuk pembayaran-pembayaran yang bersifat *retail* sebab transaksi *retail* tersebut dapat dilakukan dengan lebih mudah dan murah baik bagi konsumen maupun pedagang (*merchant*). Selain itu, dengan maraknya *e-commerce* atau perdagangan berbasis elektronik, transaksi non-tunai pun akan meningkat, nilai transaksi dengan uang elektronik juga semakin meningkat. Hal ini terlihat pada Gambar 4.

Gambar 4. juga menunjukkan bahwa rata-

24 Kementerian Kesehatan, Update Data Covid-19, <https://covid19.kemkes.go.id/dashboard/covid-19>, diakses pada 21 Oktober 2020.

25 "Ditemukan 6 Persona Baru Konsumen Akibat Pandemi

Covid 19", online <https://swa.co.id/swa/trends/business-research/ditemukan-6-persona-baru-konsumen-akibat-pandemi-covid-19>, diakses pada 21 Oktober 2020

rata nilai transaksi uang elektronik di tanah air meningkat di tengah pandemi. Selama periode Januari-Juli 2020, nilai transaksi *e-money* bulanan mencapai Rp16,7 triliun. Angka ini meningkat 59% dibandingkan rata-rata transaksi pada periode yang sama tahun lalu sebesar Rp9,9 triliun. Pada tahun ini, nilai transaksi tertinggi terjadi pada April sebesar Rp17,5 triliun, seiring dengan mulai diterapkannya pembatasan sosial berskala besar (PSBB) di Jakarta. nominal itu diperkirakan akan terus melonjak karena pengguna non tunai bahkan belum mencapai setengah dari jumlah penduduk Indonesia. Hal ini mengindikasikan preferensi masyarakat menggunakan uang elektronik akan terus meningkat.

Pemintaan uang elektronik mengalami perubahan. Begitu juga, permintaan uang kartal atau uang tunai. Penggunaan uang elektronik berdampak terhadap penurunan permintaan uang di masyarakat yang mana menurut Mankiw dalam Ferry Fabi Fadlillah penurunan permintaan uang akan menyebabkan penurunan tingkat suku bunga di pasar uang karena masyarakat akan memilih menggunakan alat pembayaran non tunai yang dibarengi dengan menyimpan uang di bank yang bersangkutan sehingga biaya pinjaman lebih kompetitif dan meningkatkan investasi perusahaan serta meningkatkan output riil nasional.²⁶

Hal tersebut didukung juga dengan data bahwa pada akhir Februari 2020 hingga minggu ketiga Maret, aktivitas di kawasan pusat bisnis Jakarta mengalami penurunan sebesar 53%. Tentu saja hal tersebut berdampak pula pada penggunaan transaksi, yang sebelumnya menggunakan uang tunai, kini lazim memanfaatkan *e-money*. Transaksi yang dilakukan melalui *Quick Response Code Indonesian Standard* (QRIS) terus meningkat baik secara volume maupun nominal. Sementara transaksi melalui EDC debit mengalami penurunan yang ditengarai meningkatnya perluasan QRIS dan penurunan aktivitas transaksi

offline di tengah pandemi.²⁷

Penggunaan *e-money* saat ini mengalami peningkatan seiring dengan peningkatan penggunaan internet sebagai alat transaksi mereka. Setidaknya akibat perubahan perilaku konsumen dari melakukan pembelian secara fisik menjadi *online* menyebabkan penjualan di bidang *online* semakin meningkat. Perubahan pola perilaku konsumen yang disebut dengan "*The adaptive shopper*". Dimana setiap orang bereaksi sesuai dengan cara yang berbeda terhadap keadaan baru selama pandemi covid-19 ini. Hal itu dapat dilihat dari penggunaan beberapa aplikasi yang digunakan dan berbagai reaksi mereka terhadap krisis pandemi ini. Sejak pembatasan jarak diumumkan, berdasarkan analisis *Analytics Data Advertising* (ADA), penggunaan aplikasi belanja mengalami kenaikan hingga 300%. Aplikasi yang banyak digunakan adalah aplikasi belanja yang menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari, juga aplikasi khusus jual-beli barang bekas. Penggunaan aplikasi jenis ini mengalami kenaikan puncak pada tanggal 21-22 Maret 2020, mencapai lebih dari 400%.²⁸

Selain karena kemudahan dan kepraktisannya, uang elektronik memiliki beberapa kelebihan dibandingkan uang kertas konvensional, yaitu salah satunya bisa meminimalisir peredaran uang palsu sehingga bisa menekan angka kriminalitas karena tidak perlu kemana-mana membawa uang tunai. Dengan memakai uang elektronik pun jauh lebih sehat dibandingkan penggunaan uang tunai terutama uang kertas. Seperti diketahui bahwa sebagai pengguna uang kertas masyarakat jarang menyadari kalau banyaknya bakteri yang tertinggal di uang tunai, sedangkan jika menggunakan uang elektronik jarang berpindah-pindah tangan.²⁹ Uang elektronik juga bisa menekan biaya pengelolaan uang rupiah dan *cash handling*.

27 *Ibid.*

28 "Riset: Belanja Online Meningkat Pesat di Tengah Pandemi Covid-19", online <https://bisnis.tempo.co/read/1331198/riset-belanja-online-meningkat-pesat-di-tengah-pandemi-covid-19>, diakses 22 Oktober 2020.

29 "Saatnya Nontunai Menjadi Gaya Hidup Sehari-hari, Kompasiana, http://www.kompasiana.com/mbakavy/saatnya-non-tunai-menjadi-gaya-hidup-sehari-hari_556c4b6041afbd55048b4567, diakses pada 15 Februari 2018.

26 Ferry Fabi Fadlillah, "Sudah Saatnya Beralih ke E-money, Alat Pembayaran Zaman Now", (online) (<https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/artikel-dan-opini/sudah-saatnya-beralih-ke-e-money-alatpembayaran-zaman-now/>), diakses pada 12 November 2021)

Bank Indonesia sendiri bekerjasama dengan beberapa instansi terkait menggalakkan transaksi non-tunai yang bertujuan untuk mendorong masyarakat untuk mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai (*cashless society*). Dalam hal ini Bank Indonesia bekerjasama dengan perbankan dan juga pemerintah untuk mewujudkan *cashless society*, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap penggunaan instrumen non-tunai. Dengan cara ini berangsur-angsur terbentuk suatu komunitas atau masyarakat yang lebih menggunakan instrumen non-tunai dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonominya. Ini sekaligus juga mampu menekan anggaran yang dikeluarkan pemerintah setiap tahunnya untuk mencetak uang.

Dalam kasus negara maju, penggunaan uang elektronik sudah menjadi perilaku keseharian. Publik terutama kalangan kelas menengah memahami betul tentang pentingnya penggunaan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari. Hal ini terjadi karena sisi kepraktisan yang ingin ditonjolkan dalam penggunaannya. Selain karena tuntutan gaya hidup yang serba dinamis, implementasi uang elektronik ini sudah menjadi suatu keharusan. Terlebih lagi karakteristik transaksi belanja yang biasanya berlaku dalam karakter konsumsi kelas menengah negara maju adalah *impulsive buying* yang mengandalkan transaksi belanja yang tidak direncanakan sebelumnya. Oleh karena itu, penggunaan saldo dalam jumlah yang besar menjadi suatu keharusan untuk menunjang kebutuhan konsumtif tersebut. Pada akhirnya uang elektronik menjadi kebiasaan masyarakat yang tidak hanya digunakan untuk berbelanja, namun juga mengakses pelayanan publik secara komprehensif. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa teknologi senyawa kehidupan negara maju yang serba cepat dan *robotic*.³⁰

Sedangkan di Indonesia sendiri yang tergolong kategori negara berkembang, hanya masyarakat kelas menengah hingga menengah atas yang menjadi pengguna dari uang elektronik. Sekarang ini, kita bisa melihat bahwa segmentasi pengguna dari uang elektronik ini sebagian besar

masih di dominasi kalangan pekerja di kota-kota besar. Pada umumnya masyarakat perkotaan ingin menampilkan sisi kepraktisan dalam bertransaksi namun masih elegan. Hal itu menunjukkan bahwa masyarakat tersebut profesional dalam intensitas penggunaan uang elektronik untuk keperluan transportasi maupun konsumsi di *convenient store*.³¹ Penggunaan uang elektronik sebagai bagian dari gaya hidup kelas menengah perkotaan memang didukung oleh keberadaan *convenient store* yang buka selama 24 jam.

Selain menjamurnya berbagai *convenient store* yang ada di Indonesia, transaksi non-tunai juga didukung dengan berubahnya pola hidup masyarakat modern saat ini. Berkembangnya sistem perekonomian nasional ke perekonomian global, membuat masyarakat masa kini cenderung tertarik dengan model transaksi *e-commerce* yang mana tidak mengharuskan antara penjual dan pembeli untuk bertemu.³² Perkembangan ini semakin memudahkan orang maupun perusahaan untuk melakukan berbagai macam transaksi bisnis khususnya perdagangan.

Namun, ada beberapa tantangan dan hambatan dalam transaksi non-tunai, berdasarkan sebuah studi literatur ditemukan 6 faktor utama yang menjadi tantangan dan hambatan dalam transaksi non-tunai. Faktor tersebut adalah penerimaan pengguna, keamanan, ketersediaan infrastruktur, faktor sosial dan budaya, kenyamanan pengguna dan preferensi pengguna.³³ Dua faktor yang menjadi fokus adalah faktor ketersediaan infrastruktur serta faktor sosial dan budaya. Menurut Deputy Direktur Program Elektronifikasi dan Keuangan Inklusif BI, transaksi nontunai di Indonesia baru sekitar 26% dari keseluruhan transaksi yang dilakukan. Padahal transaksi ritel di Indonesia adalah yang paling tinggi di ASEAN. Hal itu dikarenakan masih banyak dari masyarakat di Indonesia lebih memilih bertransaksi dengan menggunakan uang

31 *Ibid.*

32 Nindyo Pramono, "Revolusi Dunia Bisnis Indonesia Melalui E-Commerce dan E-business: Bagaimana Solusi Hukumnya," *Jurnal Hukum*, Vol. 8, No.16, 2001.

33 Kirana Widyastuti, Putu Wuri H, dan Iik Wilarso, "Tantangan dan Hambatan Implementasi Produk Uang Elektronik Di Indonesia: Studi Kasus PT XYZ" *Jurnal Sistem Informasi*, Vol.13 No. 1, April, 2017.

30 Wasisto Raharjo Jati, "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia," *Jurnal Sositologi*, Vol. 14, No.2, Agustus 2015.

tunai.³⁴ Kendala lain adalah ketersediaannya infrastruktur yang mendukung terlaksananya transaksi non-tunai. Mesin yang biasa digunakan untuk transaksi uang elektronik adalah berupa mesin *Electronic Data Capture* (EDC) yaitu sebuah alat yang bisa membaca data dari uang elektronik yang disediakan oleh *merchant*. Kebanyakan kelompok usaha enggan menjadi *merchant* uang elektronik karena tidak dapat menyediakan mesin EDC tersebut.

PENUTUP

Covid-19 telah membawa dampak negatif besar terhadap perekonomian Indonesia. Beberapa upaya terus dilakukan oleh pemerintah untuk menangani penyebaran virus covid-19 ini, diantaranya adalah penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang membuat orang-orang tetap di rumah dan tidak pergi keluar untuk melakukan aktivitas biasanya. Salah satu kegiatan yang menghilang dari rutinitas adalah tidak berbelanja ke luar rumah. Sehingga berakibat terhadap perubahan perilaku konsumen dari pembelian secara fisik menjadi *online* yang menyebabkan penjualan *online* semakin meningkat. Tentu saja hal tersebut berdampak pula pada penggunaan transaksi, yang sebelumnya menggunakan uang tunai, kini lazim memanfaatkan uang elektronik. Penggunaan uang elektronik secara tidak langsung dapat mempengaruhi pola konsumsi seseorang, terlebih lagi pada masyarakat yang cepat mengakses informasi dan teknologi serta senantiasa menuntut segala kepraktisan dan kemudahan dalam melakukan berbagai transaksi. Mereka akan mudah menerima hadirnya uang elektronik dan menggunakannya sebagai pengganti dompet untuk belanja atau mengakses keperluan lain. Hal inilah dapat mendorong seseorang menjadi konsumtif dan memberi makna baru dalam berkonsumsi.

Harapan kita dengan turut sertanya semua pihak dalam mensosialisasikan transaksi dengan menggunakan uang elektronik maka tidak menutup kemungkinan jika suatu saat nanti negara

Indonesia menjadi negara yang menerapkan *cashless society* untuk semua masyarakatnya. Selain itu, masyarakat selaku calon pengguna atau pengguna alat pembayaran nontunai agar bersikap lebih bijak dalam memilih dan menggunakan alat pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan serta fungsinya. Kemudahan dan keamanan yang ada pada transaksi menggunakan *e-money* dapat menjadi bahan pertimbangan penting bagi masyarakat dalam memilih *e-money* sebagai suatu alat pembayaran.

Beberapa kendala meliputi kegiatan transaksi non-tunai, salah satunya faktor sosial dan budaya serta faktor ketersediaan infrastruktur. Dalam hal ini antara pemerintah, pelaku usaha dan masyarakat masing-masing harus turut andil dalam mensosialisasikan *cashless society*. Pemerintah terus melakukan perkembangan sistem maupun aturan sebagai payung hukum dari uang elektronik itu sendiri, selain itu menyediakan sarana penunjang yang merata di seluruh daerah dan tidak terfokus di kota-kota besar saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Bank Indonesia. 2006. *Paper Kajian E-money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Hidayati, Siti dkk. 2006. *Kajian Operasional E-money*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Pohan, Aulia. 2011. "Sistem Pembayaran: Strategi dan Implementasi di Indonesia", Jakarta: Rajawali Press.
- Ujang Sumarwan. 2011. "Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran", Bogor: Ghalia Indonesia.

Jurnal

- Adiyanti, Arsita Ika. 2015. Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi, dan Kepercayaan terhadap Minat menggunakan layanan E-money. *Jurnal Ilmu Ekonomi Univeristas Brawijaya*, Vol.3 No.1, hal. 1-12.

³⁴ Nuriman Jayabuana, "Yuk Pakai Uang Elektronik!," Media Indonesia, <http://www.mediaindonesia.com/read/detail/9163> diakses pada 5 Februari 2018.

- Dewi Fatmasari dan Sri Wulandari. 2016. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan APMK. *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 4, hal. 96.
- Hampson, Daniel P. & McGoldrick, Peter J. (2013), *A Typology of Adaptive Shopping Patterns in Recession*, *Journal of Business Research* 66, hal. 831-838.
- Laila Ramadhani. 2016. Pengaruh Penggunaan Kartu Debit dan Uang Elektronik (E-Money) Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*, Vol. 8. No.1, hal. 4.
- Nguyen, Phan, & et.al. 2020. Importation and Human-to-human transmission of a Novel Coronavirus in Vietnam. *The New England Journal of Medicine*, 382:9, 2020, hal 872.
- NiNyomanAnitaCandrawati. 2014. Perlindungan Hukum terhadap Pemegang Kartu E-money sebagai Alat Pembayaran dalam Transaksi Komersial. *Jurnal Magister Hukum Udayana*, Vol. 3 No. 1, hal. 1-16.
- Susilo, A. & dkk. 2020. Coronavirus Disease 2019: Tinjauan Literatur Terkini. *Jurnal Penyakit Dalam Indonesia*, 7 (1), hal. 45-63.
- Wasisto Raharjo Jati. "Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia". *Jurnal Sositologi*, Vol. 14, No.2, (Agustus 2015).
- Yudhistira, Afrizal. 2014. *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Preferensi dan Aksesibilitas terhadap penggunaan Karty Pembayaran Elektronik*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya*.
- Tesis, Makalah Seminar, Lokakarya, Penataran**
- Bintarto, E. 2018. Fintech dan Cashless Society: Sebuah Revolusi Mendongkrak Ekonomi Kerakyatan. *Call For Essays*, hal. 1- 77.
- Lailatu Syifa. 2019. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Mobile Banking terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta: Skripsi pada UIN Syarif Hidayatullah.
- Lee, Leonard, "From Browsing to Buying and Beyond: The Needs Adaptive Shopper Journey Model", working paper, 2017.
- Rahmatsyah, Deni. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Produk Baru (Studi Kasus : Kartu Flazz BCA)*. Tesis Magister Ilmu Manajemen Universitas Indonesia.
- Whitworth, J. *Covid 19: A Fast Evolving Pandemic*. *Trans R Soc Trop Med Hyg*, 2020.
- Internet**
- "Riset: Belanja Online Meningkatkan Pesat di Tengah Pandemi Covid-19", online <https://bisnis.tempo.co/read/1331198/riset-belanja-online-meningkat-pesat-di-tengah-pandemi-covid-19>, diakses 22 Oktober 2020.
- "Saatnya Nontunai Menjadi Gaya Hidup Sehari-hari, Kompasiana, http://www.kompasiana.com/mbakavy/saatnya-non-tunai-menjadi-gaya-hidup-sehari-hari_556c4b6041afbd55048b4567, diakses pada 15 Februari 2018.
- Alief Reza, "Selamat Datang di Era Cashless, Pengamen Bersiaplah Pakai E-Money", online, <https://www.kompasiana.com/alrezkc/5c82472fc112fe69ce457954/selamat-datang-di-eracashless-pengamen-bersiaplah-pakai-e-money>, diakses tanggal 10 November 2021.
- Eko Sutriyanto. "3 Besar Dompot Digital Indonesia Untuk Transaksi Ritel, Transportasi dan Pengiriman Makanan", Online <https://www.tribunnews.com/techno/2019/07/15/3-besar-dompotdigital-indonesia-untuk-transaksiritel-transportasi-dan-pengirimanmakanan-online>, diakses 05 Oktober 2020.
- Irene Gianov. "Sebelum Menggunakan, Ketahui Dulu Kelebihan dan Kekurangan Uang Elektronik", Online <https://glints.com/id/lowongan/kelebihan-dan-kekurangan-uang-elektronik/#.YQvxmfkza00>, diakses pada 05 Agustus 2021.

