

PENGARUH PENGETAHUAN MASYARAKAT TENTANG RIBA DAN PENGETAHUAN PRODUK TERHADAP MINAT PENGGUNAAN CASHLESS MELALUI APLIKASI OVO

Tisa Ayu Lestianawati
tisaayu123@gmail.com
Ikhsan Budi Riharjo

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of public knowledge about riba and product knowledge on the interest of using cashless through OVO applications. While, the population was Surabaya moslem citizen. Moreover, the research was quantitative. Furthermore, the data collection technique used accidental sampling. In line with, there were 100 respondents as sample. Meanwhile, the instrument in the data collection technique used questionnaires. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression. The research result concluded public knowledge about riba did not affect the interest of using cashless through OVO applications. This was supported by some Moslem leaders' statement in which stated there was no riba in the application. As a consequence, society would follow their leaders as there was no indication of riba in that kind of electronic money (OVO) and considered as Wadi'ah. On the other hand, public knowledge about OVO product affected on the interest of using cashless through OVO applications. This was supported by previous study which concluded the higher knowledge of electronic money, the more interest of using OVO applications.

Keywords: OVO, electronic money, riba, knowledge, interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Objek penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya yang beragama islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang riba tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Hal ini didukung oleh pernyataan beberapa ulama' yang menyebutkan bahwa tidak adanya unsur riba dalam aplikasi OVO, karena itu masyarakat akan mengikuti ulama' tersebut yang menyatakan bahwa tidak ada riba dalam uang elektronik dan termasuk kedalam akad *Wadi'ah*. Sedangkan untuk pengetahuan masyarakat tentang produk OVO berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan akan uang elektronik, maka minat menggunakan aplikasi OVO meningkat.

Kata kunci : OVO, uang elektronik, riba, pengetahuan, minat

PENDAHULUAN

Melihat pesatnya pertumbuhan ekonomi yang terjadi dimana saja termasuk Indonesia, dan beriringan dengan adanya inovasi (perubahan) yaitu dalam sistem pembayaran. Pada laman *website* Bank Indonesia, dijelaskan mengenai pengertian sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga, dan mekanisme yang dipakai untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

Bank dan Perusahaan *Financial Technology (Fintech)* telah mengeluarkan inovasi berupa *electronic money* atau *e-money* (uang elektronik), Tumbuhnya minat masyarakat untuk menggunakan *e-money*, akan membantu negara untuk mengurangi tingkat inflasi yang telah

lama menjadi masalah di negeri ini. Berdasarkan data Bank Indonesia (BI), terdapat 38 dompet digital (*e-wallet*) dengan lisensi resmi. Sedangkan berdasarkan data Riset *iPrice* dan *App Annie* yang diakses melalui *website* databoks.katadata.co.id/ menyatakan bahwa Gojek merupakan dompet digital dengan pengguna aktif bulanan terbesar di Indonesia sejak kuartal IV 2017. Jadi Dompet digital populer yang ada di Indonesia saat ini berdasarkan data *iPrice* tahun 2017 yaitu Gopay, Dana, OVO, LinkAja, Jenius, i.saku, Paytren, Sakuku, dan DOKU. Pesatnya perekonomian Indonesia yang tingkat perkembangannya juga semakin maju dalam era digital. Indonesia adalah salah satu negara dimana mayoritas penduduknya adalah muslim, dengan perbandingan yang sangat jauh dari jumlah agama yang diakui dan termasuk negara dengan populasi muslim tertinggi di dunia. Dalam kehidupan ini, tidak hanya memerlukan pengetahuan akan hal dunia, namun juga dalam hal akhirat, karena sebagai muslim juga sangat perlu untuk mengetahui makna dan arti hidup. Dalam islam, segala hal kehidupan sudah diatur sangat sempurna, sumber yang digunakan adalah Al-Qur'an, hadits dan ijtim'a' ulama.

Al-Qur'an telah mengatur segala hal untuk manusia, baik dalam memenuhi segala kebutuhan materinya, termasuk ekonomi dengan menjelaskan bagaimana manusia melakukan aktivitas ekonomi seperti jual-beli, yang menimbulkan transaksi dengan orang lain. Dalam bertransaksi tentunya harus menggunakan sistem pembayaran yang diperbolehkan dan harus bebas dari riba, sebagai hamba harus selalu berbuat kebaikan di jalan Allah yaitu dengan menjalankan perintah dan menjauhi larangan-Nya.

Sebagai negara dengan mayoritas muslim, maka tingkat pengetahuan menjadi sangat perlu tentang riba, serta kaitannya dengan kegiatan transaksi (*muamalah*) untuk sehari-hari juga agar dapat menghindari riba. Pengetahuan tentang riba dan suatu produk dapat mempengaruhi terhadap minat menggunakan transaksi elektronik, dapat dilihat dari penelitian terdahulu. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Apakah pengetahuan masyarakat tentang riba berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO? (2) Apakah pengetahuan masyarakat tentang produk berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO? Dan Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan diatas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat tentang riba terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO (2) Mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat tentang produk terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

TINJAUAN TEORITIS

Pengertian Pengetahuan

Febriyanto (2016:11) menerangkan pengertian pengetahuan adalah suatu hasil dari apa yang tahu dan diperoleh melalui panca indra manusia dimana sebagian besar pengetahuan didapat melalui mata dan telinga. Menurut Bakhtiar (2014:85), menjelaskan bahwa pengetahuan adalah apa yang diketahui atau dapat disebut sebagai hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut yaitu hasil dari apa yang dikenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai, dan pengetahuan juga berarti semua milik atau isi pikiran. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengetahuan adalah rasa tahu yang didapat dari apa yang dilihat oleh mata dan didengar oleh telinga sehingga menjadikan seseorang itu mengerti akan suatu hal.

Pengertian Riba

Irawati (2018:9) menyebutkan bahwa riba secara bahasa berarti *ziyadah* (tambahan). Sedangkan menurut istilah riba adalah pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil. Berdasarkan beberapa pendapat diatas, riba dapat disimpulkan sebagai

pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun utang-piutang secara batil dimana bertentangan dengan mu'amalah dalam ajaran Islam.

Macam-macam Riba

Riba terbagi menjadi dua macam yaitu (1) Riba akibat hutang-piutang (*Riba Ad-duyun*) yang telah dijelaskan tentang keharamannya dalam al-Qur'an, bahwa yang termasuk dalam kategori riba *Ad-duyun* adalah *Riba Qard* yaitu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berhutang (*muqtarid*), dan *Riba Jahiliyah* yaitu hutang yang dibayar dari pokoknya, karena si peminjam tidak mampu membayar hutangnya pada waktu yang ditetapkan, dan (2) Riba akibat jual-beli (*Riba Al-Buyu'*) yang juga telah dijelaskan boleh dan tidaknya dalam bertransaksi dalam as-Sunnah, disebutkan yang termasuk dalam kategori riba *Al-Buyu'* adalah *Riba Fadl* yaitu pertukaran antar barang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda dan barang yang dipertukarkan termasuk dalam jenis barang ribawi, dalam hadits Ubadah bin Shamit dijelaskan bahwa seseorang menukar barang berupa emas harus dengan emas pula yang sepadan dan beratnya juga harus sama, perak dengan perak dan harus diserahterimakan secara langsung. Dan *Riba Nasi'ah* yaitu penanguhan atas penyerahan atau penerimaan jenis barang ribawi yang diperlukan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba nasi'ah muncul dan terjadi karena adanya perbedaan, perubahan, atau tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian.

Landasan hukum Riba

Pada dasarnya hukum riba adalah haram, setiap larangan dalam Islam selalu ada landasan yang mendasari yaitu dapat dilihat dari Al-Qur'an dan As-Sunnah dan pendapat ulama', dalam hal riba Ayat yang menyebutkan tentang riba antara lain: (1) QS.Ar-Rum[30]:39:

وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ رَبًّا لِيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوَ عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِنْ زَكَاةٍ تُرِيدُونَ وَجْهَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ○

Dalam QS.Ar-Rum[30]:39 Allah menyatakan secara nasehat bahwa Allah tidak menyenangi orang yang melakukan riba, dan untuk mendapatkan hidayah Allah ialah dengan menjauhkan riba. Di sini Allah menolak anggapan bahwa pinjaman riba yang mereka menganggap untuk menolong manusia merupakan cara untuk mendekati diri kepada Allah. Berbeda dengan harta yang dikeluarkan untuk zakat, Allah akan memberikan barakah-Nya dan melipat gandakan pahala-Nya. Pada ayat ini tidaklah menyatakan larangan dan belum mengharamkannya. (2) QS. An-Nisa[4]:160-161:

فَيُظْلَمُ مِنَ الدِّينِ هَادُوا حَرَمْنَا عَلَيْهِمْ طَيِّبَاتٍ أُحِلَّتْ لَهُمْ وَبِصَدِّهِمْ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ كَثِيرًا ○ وَأَخَذِهِمُ الرِّبَا وَقَدْ نُهُوا عَنْهُ وَأَكْلِهِمْ أَمْوَالِ النَّاسِ

بِالْبَاطِلِ ۗ وَأَعْتَدْنَا لِلْكَافِرِينَ مِنْهُمْ عَذَابًا أَلِيمًا ○

Dalam Surat tersebut, riba disebutkan sebagai sesuatu pekerjaan yang dhalim dan batil. Dalam ayat ini Allah menceritakan balasan siksa bagi kaum Yahudi yang melakukannya. Ayat ini juga menyebutkan Allah lebih tegas lagi tentang riba melalui riwayat orang Yahudi walaupun tidak terus terang menyatakan larangan bagi orang Islam. Tetapi ayat ini telah membangkitkan perhatian dan kesiapan untuk menerima pelarangan riba. Ayat ini menegaskan bahwa pelarangan riba sudah pernah terdapat dalam agama Yahudi. Ini memberikan isyarat bahwa akan turun ayat berikutnya yang akan menyatakan pengharaman riba bagi kaum Muslim. (3) QS. Ali-Imran[3]:130:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُضَاعَفَةً ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ○

Dalam QS. Ali-Imran[3]:130, Allah tidak mengharamkan riba secara tuntas, tetapi melarang dalam bentuk lipat ganda. Hal ini menunjukkan sifat Al-Hakim (Maha bijaksana) Allah yang melarang sesuatu yang telah mendarah daging, mengakar pada masyarakat sejak

zaman jahiliyah dahulu, sedikit demi sedikit, sehingga perasaan mereka yang telah biasa melakukan riba siap menerimanya. (4) QS. Al-Baqarah[2]:278-279:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ۝ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِن تُبْتِغُوا فَالْأُكُومُ ۝
رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۝

Turunnya ayat ini yang isinya tentang pelarangan riba secara jelas, tegas, pasti dan tuntas dan mutlak mengharamkannya dalam berbagai bentuk dan tidak dibedakan besaran. Bagi yang melakukan riba sama dengan melakukan kriminalisasi, yang artinya Allah dan Rasul-Nya akan memerangi siapa saja yang melakukan kriminalisasi. Rasulullah Shallallahu 'Alaihi Wasallam menyatakan perang kepada riba dan orang-orang yang memungut riba, di samping menjelaskan bahaya riba bagi masyarakat. Sabdanya, "Apabila riba dan zina sudah merajalela di suatu negeri, maka mereka telah menghalalkan dirinya untuk menerima adzab Allah." (H.R. Al-Hakim). Rasulullah Shallallahu 'alaihi Wa Sallam bersabda dalam haditsnya:

عَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ قَالَ لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ وَشَاهِدِيَهُ وَكَاتِبِيَهُ

Artinya: "Allah melaknat pemakan riba, yang memberi makan riba, dua orang saksinya dan penulisnya". (H.R. At-Tirmidzi).

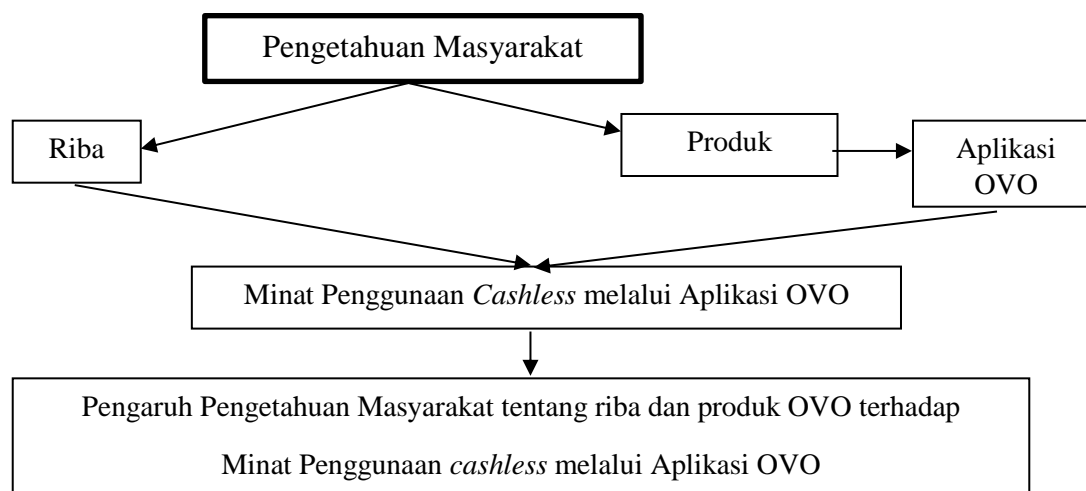
Pengertian Minat

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, minat berarti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu. Menurut Djamarah (2011:191) menyatakan bahwa minat adalah perasaan lebih dalam menyukai dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa paksaan maupun perintah siapapun. Sedangkan pengertian lain tentang minat adalah dorongan yang menjadikan terikatnya suatu perhatian individu pada objek tertentu seperti pekerjaan, pelajaran, benda dan orang.

Pengertian OVO

OVO adalah bentuk kecanggihan teknologi dalam sebuah aplikasi yang memberikan Anda kemudahan dalam bertransaksi (*OVO Cash*) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (*OVO Points*). OVO, aplikasi pembayaran Serba Bisa, Sempel, Instan dan Aman yang siap buat segala kebutuhan transaksi finansal anda jadi lebih menyenangkan.

Rerangka Pemikiran



Gambar 1
Rerangka Pemikiran

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba Terhadap Minat Menjadi Pengguna Aplikasi OVO

Riba merupakan pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual-beli maupun utang-piutang secara batil dimana bertentangan dengan mu'amalah dalam ajaran islam. Sedangkan Pengetahuan adalah apa yang diketahui atau dapat disebut sebagai hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut yaitu hasil dari apa yang dikenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai, dan pengetahuan juga berarti semua milik atau isi pikiran. Sebagai negara dengan mayoritas muslim, maka tingkat pengetahuan menjadi sangat perlu tentang riba, serta kaitannya dengan kegiatan transaksi (muamalah) untuk sehari-hari juga agar dapat menghindari riba. Pengetahuan tentang riba dan suatu produk dapat mempengaruhi terhadap minat menggunakan transaksi elektronik, dapat dilihat dari penelitian terdahulu.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kholila (2018), dimana hasil dari penelitian tersebut menyebutkan bahwa kedua variabel independen yaitu motivasi menghindari riba dan pengetahuan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan. Selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Irawati (2018:65), dengan variabel Independennya adalah Pengetahuan masyarakat tentang Riba, Variabel Dependennya adalah Perilaku Utang piutang di Kecamatan Anreapi Polewali Mandar. Dan dengan hasil penelitian menyebutkan bahwa Penelitian ini hubungan pengetahuan riba terhadap perilaku utang piutang berhubungan positif. Adapun perbedaannya terletak pada penggunaan variabel, dan objek penelitian. Dari beberapa hasil penelitian terdahulu, maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_0 : Pengetahuan Masyarakat tentang riba berpengaruh positif Terhadap minat penggunaan *Cashless* melalui aplikasi OVO

Pengaruh Pengetahuan Masyarakat Tentang produk Terhadap Minat Menjadi Pengguna Aplikasi OVO

Pengertian dari OVO adalah bentuk kecanggihan teknologi dalam sebuah aplikasi yang memberikan Anda kemudahan dalam bertransaksi (*OVO Cash*) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk mengumpulkan poin di banyak tempat (*OVO Points*). OVO, aplikasi pembayaran Serba Bisa, Sempel, Instan dan Aman yang siap buat segala kebutuhan transaksi finansal anda jadi lebih menyenangkan. Dan pengertian pengetahuan adalah apa yang diketahui atau dapat disebut sebagai hasil pekerjaan tahu. Pekerjaan tahu tersebut yaitu hasil dari apa yang dikenal, sadar, insaf, mengerti dan pandai, dan pengetahuan juga berarti semua milik atau isi pikiran.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Khafiyah (2019), dengan Variabel Independennya adalah Pengaruh Persepsi Mahasiswa Mengenai Uang Elektronik, Variabel Dependennya adalah Minat Menggunakan Aplikasi OVO yaitu hasil dari penelitiannya menyebutkan bahwa Persepsi mengenai uang elektronik secara signifikan mempengaruhi minat menggunakan aplikasi OVO. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Fadli (2017), Variabel yang digunakan antara lain yaitu variabel independennya adalah Pengaruh Pengetahuan dan iklan, sedangkan variabel dependennya adalah minat menabung di Bank Syariah dengan hasil penelitian yang menyebutkan bahwa idealnya dilihat dari sudut pandang statistik pengetahuan dan iklan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menabung di bank syariah. Akan tetapi, jika dilihat dari sudut pandang wawancara langsung, maka hasilnya berbanding terbalik dengan hasil pengolahan data secara statistik, yakni dibandingkan antara mahasiswa yang menabung di bank syariah lebih kecil dari pada yang menabung di bank konvensional. Adapun perbedaannya terletak pada penggunaan variabel, dan objek penelitian. Maka penulis membuat hipotesis sebagai berikut:

H_2 : Pengetahuan Masyarakat tentang Aplikasi OVO berpengaruh positif Terhadap minat penggunaan *Cashless* melalui aplikasi OVO

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Populasi (Obyek) Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang menggambarkan atau menguraikan suatu keadaan atau kejadian se jelas mungkin dengan cara menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan keterangan dan informasi yang diolah dengan menggunakan statistik, yaitu analisis regresi linier berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen (Ortega, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah Masyarakat Kota Surabaya dengan populasi sebanyak 3.095.026 juta jiwa.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Kholila (2018:50) teknik sampling adalah cara yang digunakan dalam menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran yang akan dihitung dan dijadikan sumber data, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi. Penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu metode dengan cara pengambilan sampel secara kebetulan. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti pada saat proses penelitian, maka itulah yang akan menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuisisioner, Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya (Nurngaeni, 2018). Dalam penelitian ini, penulis menyediakan pertanyaan tentang pengetahuan riba berdasarkan penelitian dari Irawati (2018:9) dan pertanyaan tentang pengetahuan produk OVO serta minat penggunaan aplikasi OVO berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Khafiyah, 2019). Teknik pengukuran data menggunakan skala *Likert*.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012:64) variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk. Menurut Sugiyono (2012:64) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

Tabel 1
Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Pengukuran
Pengetahuan Masyarakat tentang Riba	Merupakan tingkat pengetahuan yang dimiliki seseorang mengenai riba dan bahaya riba (dalam Irawati, 2018)	1. Kebutuhan akan pengetahuan untuk transaksi sesuai syariah 2. Kebutuhan agar terhindar dari riba 3. Pengetahuan tentang riba dan bahaya riba	<i>Skala Likert</i>
Pengetahuan Produk	Pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen mengenai produk/jasa yang akan dikonsumsi. Peter dan Olson (dalam Kholila, 2018:90)	1. Atribut produk 2. Manfaat produk 3. Yang ditawarkan oleh Produk	<i>Skala Likert</i>

Minat Penggunaan <i>Cashless</i> melalui Aplikasi OVO	Merupakan minat ingin menggunakan pembayaran secara <i>cashless</i> melalui aplikasi OVO (dalam Khafiyah, 2019)	1. Mengetahui aplikasi OVO 2. Minat Penggunaan <i>Cashless</i> 3. Minat penggunaan aplikasi OVO	Skala Likert
---	---	---	--------------

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Teknik Analisis Data

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Menurut Rochiyati (2011:47) Uji Validitas bertujuan untuk melihat ketepatan instrument penelitian. Validitas adalah ukuran yang sebenarnya, untuk mengukur apa yang akan diukur yaitu ketepatan dan kecermatan tes dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Uji validitas dilakukan dengan cara menghitung korelasi antara skor jawaban instrument dengan skor total instrument dikatakan valid jika nilai korelasi lebih besar dari r - *Tabel Priduct Moment*, atau juga dapat dilihat dari nilai r (signifikansi), dikatakan valid jika $r < \alpha = 0,1$ (Ghozali, 2013:110). Jadi, validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner dalam penelitian yang dibuat sudah betul-betul dapat mengukur apa yang dapat diukur. Dengan kata lain, sebuah kuesioner penelitian dinyatakan valid berarti kuesioner mampu memperoleh data yang tepat dari yang hendak diteliti.

Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2013:81) Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula. Reliabilitas alat ukur dapat diuji dengan menganalisis konsisten butir- butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu.

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2013:110) menjelaskan bahwa statistik deskriptif data meliputi rata-rata (*mean*), minimum, maksimum dan standar deviasi. Sedangkan menurut Sentosa (2006:86) Analisis statistik deskriptif lebih informatif dimana penyajian data dilakukan secara mengelompok dan lebih ringkas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Metode yang digunakan adalah Analisis regresi linier Berganda. Penerapan metode ini akan menghasilkan tingkat hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Dengan demikian dapat ditunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikatnya (*dependen*) serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif). Menurut Sugiyono (2014:277), Analisis regresi ganda adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel-variabel independen. Teknik analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

$$M = b_0 + b_1PR + b_2PP + e$$

Dimana :

M : Minat Penggunaan *Cashless* melalui Aplikasi OVO

PR : Pengetahuan Masyarakat tentang Riba

pp : Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO

e : Error

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas perlu dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terkait, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Syarat untuk mendapatkan model regresi yang baik adalah distribusi datanya normal dan mendekati normal. Apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya dengan menguji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ dan apabila signifikansi uji Kolmogorov-SmirnovSig $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Menurut Nurngaeni (2018:60) Multikolinieritas adalah adanya suatu hubungan linear yang sempurna (mendekati sempurna) antara beberapa atau semua variabel bebas. Bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas=0. Uji ini perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu, cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF (*variance-inflating factor*). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinieritas dapat ditoleransi.

Heteroskedastisitas

Menurut Nurngaeni (2018:60) Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa varians variabel tidak sama untuk semua pengamatan/observasi. Jika pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Model regresi yang baik adalah terjadi homokedastisitas dalam model, atau dengan kata lain tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Cara untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*.

Uji Kelayakan Model

Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011:93) uji *goodness of fit model* (uji F) adalah dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen atau tidak. Pada uji F yang menjadi dasar kriteria pengambilan keputusan untuk diterima atau ditolak yaitu nilai F hitung dan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menurut Ghozali (2011:93) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberi hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang untuk tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan; sedangkan untuk data runtut waktu biasanya memiliki nilai koefisien determinasi yang tinggi.

Uji Hipotesis (Uji t)

Menurut Ghozali (2011:94) uji t menunjukkan tingkat pengaruh satu variabel independen atau variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel

dependen. Pada uji t yang menjadi dasar kriteria pengambilan keputusan untuk diterima atau ditolak yaitu nilai t hitung dan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Dilakukan uji validitas untuk mengetahui tingkat ketepatan suatu item dalam kuesioner yang berupa pernyataan yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Berikut hasil pengujian validitas dengan perhitungan korelasi *Person Product Moment*:

Tabel 2
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Kesimpulan
Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba	PR1	0,626	0,000	Valid
	PR2	0,407	0,000	Valid
	PR3	0,301	0,002	Valid
	PR4	0,259	0,009	Valid
	PR5	0,215	0,032	Valid
	PR6	0,465	0,000	Valid
	PR7	0,626	0,000	Valid
	PR8	0,425	0,000	Valid
	PR9	0,325	0,001	Valid
	PR10	0,626	0,000	Valid
Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO	PP1	0,581	0,000	Valid
	PP2	0,632	0,000	Valid
	PP3	0,701	0,000	Valid
	PP4	0,670	0,000	Valid
	PP5	0,643	0,000	Valid
	PP6	0,749	0,000	Valid
	PP7	0,684	0,000	Valid
	PP8	0,642	0,000	Valid
	PP9	0,544	0,000	Valid
	PP10	0,684	0,000	Valid
	PP11	0,642	0,000	Valid
	PP12	0,544	0,000	Valid
	PP13	0,564	0,000	Valid
	PP14	0,390	0,000	Valid
	PP15	0,745	0,000	Valid
	PP16	0,536	0,000	Valid
Minat Penggunaan <i>Cashless</i> melalui aplikasi OVO	M1	0,751	0,000	Valid
	M2	0,829	0,000	Valid
	M3	0,715	0,000	Valid
	M4	0,618	0,000	Valid
	M5	0,762	0,000	Valid
	M6	0,819	0,000	Valid
	M7	0,857	0,000	Valid
	M8	0,777	0,000	Valid
	M9	0,872	0,000	Valid
	M10	0,811	0,000	Valid

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 2 diatas menunjukkan hasil dari pengujian validitas bahwa dari semua indikator variabel bebas dan variabel terikat menunjukkan hasil yang valid, karena nilai signifikannya kurang dari 0,05 sehingga dinyatakan bahwa semua variabel penelitian telah valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian Reliabilitas bertujuan untuk menetapkan apakah instrumen suatu data pada variabel menunjukkan konsistensi atau stabil dari waktu ke waktu. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6, maka instrumen penelitian reliabel. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0.6, maka instrumen penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2016). Berikut ini adalah tabel hasil uji realibitas data :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Alpha	Kesimpulan
PR	0,818	0,6	Reliabel
PP	0,891	0,6	Reliabel
M	0,929	0,6	Reliabel

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 3 diatas menyebutkan bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6, yaitu untuk variabel pengetahuan masyarakat tentang riba sebesar 0,818, variabel pengetahuan masyarakat tentang produk OVO sebesar 0,891 dan variabel Minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO adalah 0,929, maka semua variabel dikatakan reliabel.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif memberikan hasil gambaran suatu data yang dapat dideskripsikan dengan nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum (Gozali, 2013:19).

Tabel 4
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PR	100	14	35	28,26	0,422
PP	100	42	78	62,28	0,777
M	100	20	49	34,45	0,655
Valid N (Listwise)	100				

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa: (1) Variabel Pengetahuan Masyarakat tentang Riba memiliki nilai *mean* atau rata-rata sebesar 28,26, yang berarti rata-rata tingkat pengetahuan masyarakat tentang riba sebesar 28,26%. Sedangkan nilai *minimum* sebesar 14 dan nilai *maximum* sebesar 35, dan standar deviasi yang terdapat pada variabel ini sebesar 0,422. (2) Variabel Pengetahuan masyarakat tentang Produk OVO memiliki nilai *mean* sebesar 62,28, yang berarti rata-rata tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk OVO sebesar 62,28% dan mendapatkan nilai *minimum* sebesar 42 dan nilai *maximum* sebesar 78, dan standar deviasi sebesar 0,777. (3) Variabel Minat Penggunaan *Cashless* melalui aplikasi OVO memiliki nilai *mean* sebesar 34,45, yang berarti rata-rata tingkat Minat Penggunaan *Cashless* melalui aplikasi OVO sebesar 34,45% dari nilai tersebut terdapat nilai *minimum* sebesar 20 dan nilai *maximum* sebesar 49.

Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (014:277), Analisis regresi ganda adalah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menganalisa hubungan antara satu variabel dependen tunggal dan beberapa variabel-variabel independen, dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel

bebas yaitu pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk terhadap variabel terikat yaitu minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Dengan demikian dapat ditunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikatnya (*dependen*) serta arah hubungan yang terjadi (hubungan negatif atau positif).

Tabel 5
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-6.533	4.331		-1.508	.135
	Pengetahuan Masyarakat tentang Riba	.177	.113	.114	1.569	.120
	Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO	.578	.061	.686	9.456	.000

a. Dependent Variable: Minat Penggunaan *Cashless* melalui Aplikasi OVO
Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 5 diperoleh prediksi minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO yang dapat dimasukkan kedalam regresi linier berganda sebagai berikut:

$$M = -6.553 + 0.117PR + 0.578PP + e$$

Dimana :

- M : Minat Penggunaan *Cashless* melalui Aplikasi OVO
- PR : Pengetahuan Masyarakat tentang Riba
- pp : Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO
- e : Error

Penjelasan hasil dari analisa regresi diatas antara variabel pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan masyarakat tentang produk OVO terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO adalah sebagai berikut: (1) Variabel pengetahuan masyarakat tentang riba (PR) memiliki koefisien regresi bertanda positif 0.117 yang memberikan makna bahwa variabel pengetahuan masyarakat tentang riba memiliki hubungan searah atau positif dengan minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO karena semakin kuat pengaruh variabel pengetahuan masyarakat tentang riba membawa dampak pada peningkatan minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO begitu pula sebaliknya, apabila pengetahuan masyarakat tentang riba menurun maka minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO juga ikut menurun. (2) Nilai koefisien regresi variabel Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO (PP) memiliki koefisien regresi bertanda positif 0.578, yang memberikan makna bahwa variabel Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO memiliki hubungan searah atau positif dengan minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO, karena semakin kuat pengaruh variabel Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO membawa dampak pada peningkatan minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO begitu pula sebaliknya, apabila Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO menurun maka minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO juga ikut menurun.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel terkait, variabel bebas, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Apakah data berdistribusi normal atau tidak dapat dilihat dengan beberapa cara, diantaranya dengan menguji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikansi $>0,05$ dan apabila signifikansi uji *Kolmogorov-SmirnovSig* $<0,05$ maka data tidak berdistribusi normal. Berikut ini adalah tabel hasil uji Normalitas:

Tabel 6
Hasil uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std.Deviation	4,52596596
Most Extreme Differences	Absolute	,063
	Positive	,041
	Negative	-,063
Test Statistic		,063
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^c

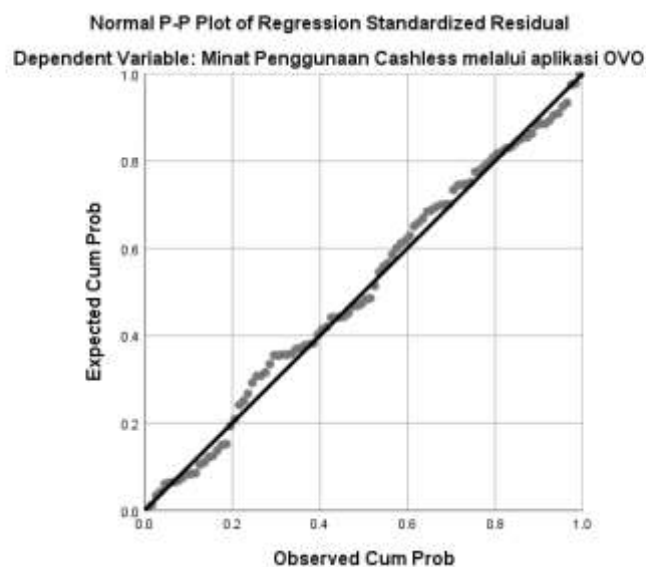
a. Test Distribution is Normal

b. Calculated from data

c. Lilliefors Significance Correction

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 6 diatas menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,200 berarti nilai signifikan tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa residual berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan melalui grafik penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal histogram dari residualnya atau disebut uji *Normal P-P Plot* yang tampak pada Gambar 2.



Gambar 2
Grafik Uji Normalitas
 Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Gambar 2 tersebut dapat dilihat bahwa data telah terdistribusi normal dimana dijelaskan dengan titik-titik yang mengikuti arah garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu X (*Observed Cum Prob*) dengan sumbu Y (*Expected Cum Prob*) dan memenuhi asumsi normalitas yang layak digunakan untuk penelitian.

Uji Multikolonieritas

Menurut Nurngaeni (2018:60) menyatakan bahwa uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas=0. Uji ini perlu dilakukan jika jumlah variabel independen lebih dari satu, cara untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas yaitu dengan melihat nilai VIF. Jika $VIF < 10$, maka tingkat kolinearitas dapat ditoleransi.

Tabel 7
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Pengetahuan Masyarakat tentang Riba	.937	1.067
Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO	.937	1.067

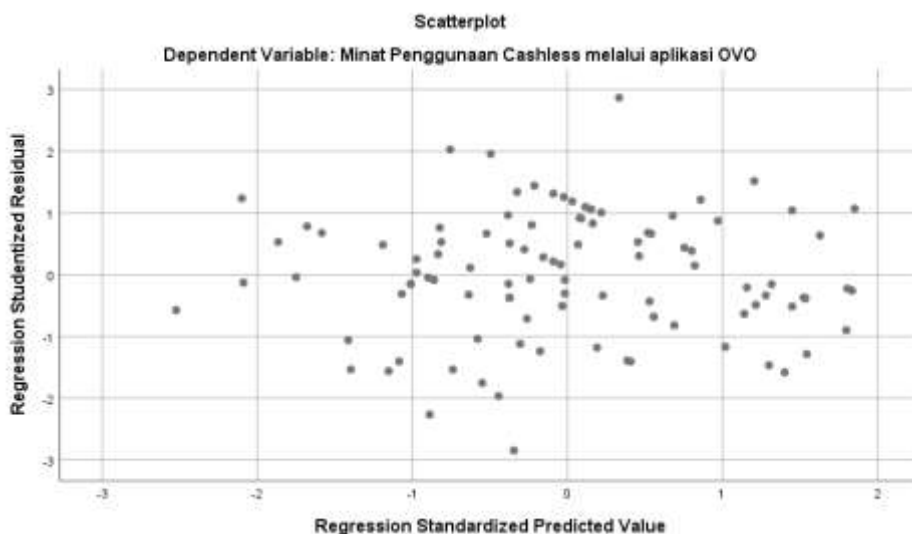
a. Dependent Variable: Minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 7 diatas maka diketahui bahwa nilai *Tolerance* variabel independen menunjukkan nilai kurang dari 0,10 yang artinya bahwa seluruh variabel independen dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolonieritas atau tidak terjadi multikolonieritas, sehingga dengan hasil tersebut maka dapat digunakan karena bebas dari multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Dalam penelitian untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik *scatterplot*.



Gambar 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Variabel Dependen M
Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan grafik pada Gambar 3 menunjukkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu γ , maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F (Simultan)

Menurut Ghozali (2011) Pada uji F yang menjadi dasar kriteria pengambilan keputusan untuk diterima atau ditolak yaitu nilai F hitung dan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Adapun yang menjadi dasar kriteria adalah sebagai berikut: **(1)** Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka model tersebut tidak layak digunakan untuk memprediksi variabel dependen. **(2)** Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka model tersebut sudah tepat digunakan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 8
Hasil Uji F (Simultan)
ANOVAⁿ

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2214.798	2	1107.399	52.969	.000 ^b
	Residual	2027.952	97	20.907		
	Total	4242.750	99			

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 8 dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa model persamaan dapat dikatakan layak, sehingga dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh Pengetahuan masyarakat tentang riba, dan pengetahuan masyarakat tentang produk OVO terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi menurut Ghozali (2011) pada intinya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Variabel independen yang dalam penelitian ini adalah pengetahuan masyarakat tentang riba (X_1), dan Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO (X_2) terhadap variabel dependen yaitu minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Berikut ini Tabel dari koefisien determinasi :

Tabel 9
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.723 ^a	.522	.512	4.572

a. Predictors: (Constant), Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO, Pengetahuan Masyarakat tentang Riba

b. Dependent Variable: Minat Penggunaan Cashless melalui aplikasi OVO

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Dari Tabel 9 diatas diketahui bahwa besarnya korelasi atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat di kolom R. Berdasarkan hasil penelitian pada Tabel 9 disimpulkan bawa korelasi yang terjadi antara variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar $r=0,522$, hal ini mengindikasikan bahwa variabel independen memiliki hubungan sangat kuat terhadap variabel dependen. Koefisien determinasi yang dinotasikan dengan *R square* sebesar 0,522.

Dapat diartikan bahwa variabel dependen mendapatkan kontribusi dari variabel independen sebesar 52,2%. Variasi variabel dependen bisa dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel bebas sebesar 52,2%, jadi sisanya sebesar $(100\% - 52,2\% = 47,8\%)$ variabel dependen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini dengan *standart error of the estimate* atau tingkat kesalahan sebesar 5,572. Dari penjelasan diatas dapat dinyatakan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak untuk diuji.

Uji Hipotesis (Uji t)

Pada uji t yang menjadi dasar kriteria pengambilan keputusan untuk diterima atau ditolak yaitu nilai t hitung dan probabilitas tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Adapun yang menjadi dasar kriteria adalah sebagai berikut: (1) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan probabilitas signifikansi $< 0,05$ maka ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. (2) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan probabilitas signifikansi $> 0,05$ maka tidak ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 10
Hasil Uji Hipotesis
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-6.533	4.331		-1.508	.135
Pengetahuan Masyarakat tentang Riba	.177	.113	.114	1.569	.120
Pengetahuan Masyarakat tentang Produk OVO	.578	.061	.686	9.456	.000

a. Dependent Variable: Minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO

Sumber: Kuesioner diolah, 2020

Berdasarkan Tabel 10 dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Pengujian terhadap variabel pengetahuan masyarakat tentang riba menunjukkan hasil bahwa variabel pengetahuan masyarakat tentang riba tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO dengan tingkat signifikansi sebesar 0,120, yang berarti lebih besar dari 0,05 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.117. Maka (H_1) ditolak yang artinya pengetahuan masyarakat tentang riba tidak berpengaruh terhadap terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. (2) Pengujian terhadap variabel pengetahuan masyarakat tentang produk OVO pada Tabel 10 menunjukkan bahwa variabel pengetahuan masyarakat tentang produk OVO berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.578. Maka (H_2) diterima yang artinya terdapat

pengaruh positif antara variabel pengetahuan masyarakat tentang produk OVO terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

Pembahasan Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Riba Terhadap Minat Penggunaan *Cashless* melalui Aplikasi OVO

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pada pengujian hipotesis pertama tidak berpengaruh yaitu pengetahuan masyarakat tentang riba terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO, dengan nilai signifikans sebesar 0,120 yang berarti lebih besar dari 0,05. Maka (H_1) ditolak. Hal ini diperkuat dengan pandangan menurut tokoh Nahdlatul Ulama' bahwa akad yang dipakai adalah *wadi'ah* (titipan), karena Gopay/OVO itu merupakan alat untuk membayar semua transaksi yang dilakukan oleh pengguna. Maka customer hanya menitipkan uangnya di Gopay/OVO untuk melakukan transaksi yang diperlukan, dan berarti tidak ada penambahan saldo atau bunga dalam saldo tersebut ketika pelanggan melakukan *top up*, dan tidak ada unsur riba. Karena pendapat tokoh ulama' sangat berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan masyarakat, dalam islam mengatakan bahwa ulama' adalah pewaris nabi, hal tersebut sesuai dengan pernyataan website *nu.or.id* yang menyebutkan bahwa sebagai ahli waris nabi, ulama' harus Uswatun Hasanah. Jadi karena itu masyarakat akan mengikuti ulama' tersebut yang menyatakan bahwa tidak ada riba dalam uang elektronik dan termasuk kedalam akad *Wadi'ah*.

Pembahasan Pengaruh Pengetahuan Masyarakat tentang Produk Terhadap Minat Penggunaan *Cashless* melalui Aplikasi OVO

Pada pengujian hipotesis kedua yang menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang produk OVO berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO pada masyarakat kota Surabaya, ditunjukkan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05, maka (H_2) diterima. Hal ini didukung oleh penelitian yang pernah dilakukan oleh Khafiyah (2018) bahwa tingkat pengetahuan tentang uang elektronik berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi OVO yang berarti semakin tinggi tingkat pengetahuan akan uang elektronik, maka minat menggunakan aplikasi OVO meningkat, dan didukung pula oleh penelitian yang dilakukan Kholila (2018) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel independen, yaitu pengetahuan produk perbankan syariah mempunyai pengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu keputusan. Jadi karena hasil pengujian hipotesis kedua diterima dan kedua penelitian menunjukkan berpengaruh, maka dalam penelitian ini tingkat pengetahuan masyarakat tentang produk berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk pada masyarakat kota Surabaya penulis dapat menyimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang riba tidak memiliki pengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO. Sedangkan pengetahuan masyarakat tentang produk OVO berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi OVO pada masyarakat kota Surabaya dengan nilai signifikan 0,000.

Saran

Berdasarkan pembahasan hasil dan kesimpulan, maka diajukan beberapa saran sebagai berikut: (1) Masyarakat belum sadar betul mengenai riba dari karena masih banyak masyarakat yang memilih jawaban yang cenderung melakukan riba. Maka diperlukan pemahaman tentang praktek perokonomian yang diusung oleh Islam, oleh karena itu diperlukan kewajiban bagi ulama' dan juga tokoh masyarakat untuk memberikan

pemahaman yang memadai tentang riba agar masyarakat mengetahui dengan jelas mengenai riba dalam hal perekonomian sehari-hari, sehingga islam yang disebut sebagai petunjuk dan pedoman hidup baik didunia maupun akhirat dapat terwujudkan. (2) Diharapkan bagi penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan dengan menggunakan metode kualitatif atau menambah variabel yang sekiranya berhubungan dengan minat penggunaan uang elektronik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arnaldi, M. (2014). Four Factor Psychologies as Executive Function to Increase Interest of Learning. *Procedia-Social Behavioral Science* , 503-509.
- Bakhtiar, A. 2010. *Filsafat Ilmu*.PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- _____. 2014. *Filsafat Ilmu*,PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Bank Indonesia. 2011. Sistem Pembayaran di Indonesia. <https://www.bi.go.id/id/> 03 November 2019 (21:00)
- Bugin, B. 2013 *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Kencana. Jakarta.
- Chen, S.-C., Yang, S. J., dan Hsiao, C.-C. (2015). Exploring Student Perception, Learning Outcome and Gender Defferences in a Flipped Mathematics Course. *British Journal of Educational Technology*.
- Data Boks, Kata Data databoks.katadata.co.id/ 03 November 2019 (21:00)
- Dewan Fatwa Perhimpunan Al-Irsyad, *Fatwa Haramnya Diskon yang didapatkan dari Go-pay dan Layanan yang sejenisnya Nomor 005/DFPA/VI/1439*, Angka 4 dan 5
- Djamarah, B. 2011. *Psikologi Belajar*, Rineka Cipta. Jakarta.
- Dzulqarnain. 2018 <http://dzulqarnain.net/> (8 Desember 2019)
- Fadli. 2017. Pengaruh Pengetahuan dan Iklan terhadap Minat Menabung di Bank Syariah, *skripsi*, Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Padangsiampuan.
- Febriyanto, M. A. B. 2016, *Hubungan Antara Pengetahuan dan Sikap dengan Perilaku Konsumsi Jajanan Sehat di Mi Sulaimaniyah Mojoagung Jombang*, *skripsi*, Universitas Airlangga.Surabaya
- Finansialku. 2019. OVO. www.finansialku.com/OVO/amp/ 04 November (10.00)
- Flowerdayy, T., dan Shell, D. F. (2015). Disentangling The Effects of Interest and Choice on Learning, Engagement, and Attitude. *Learning and Individual Differences* , 40, 134-140.
- Fryer, L. K. (2015). Predicting Self Concept, Interest and Achievement for First - Year Students: The Seeds of Lifelong Learning. *Learning and Individual Differences* .
- Ghozali, I. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hadi, S., dan Farida, F. S. (2012). Pengaruh Minat, Kemandirian, dan Sumber Belajar terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran IPS Kelas VII SMP Negeri 5 Ungaran. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dinamika Pendidikan* , 7 (1), 8-13.
- Idris. 2015. *Hadis Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*, Prenadamedia. Izza. Jakarta.
- Irawati dan Akramunnas. 2018. Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba Terhadap Perilaku Utang Piutang Di Kecamatan Anreapi Polewali Mandar. *LAA MAISYIR* 5(2).
- Kholila, S. 2018. Pengaruh Motivasi Menghindari Riba dan Pengetahuan Produk Perbankan yariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Di Bank Muamalat KC Surabaya- Mas Mansyur, *skripsi*, Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Mina News. 2019. Riba Dala Perspektif Alquran dan As sunnah. <https://minanews.net/riba-dalam-perspektif-al-quran-dan-sunnah/> 04 November 2019 (10.00)

- Mubarak, I. 2019. <http://wahdah.or.id/> 07 Desember 2019 (18.00)
- Muhamad. 2005. *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangannya di Indonesia*, Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Muhamad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Muslim Pro Apps, Al-Qur'an muslimpro.com/ 03 November 2019 (21:00)
- Nahdlatul Ulama. 2018 Adakah Unsur Riba pada aplikasi gopay, OVO dan Gofood. <https://islam.nu.or.id/post/read/100573/adakah-unsur-riba-pada-aplikasi-gopay-OVO-dan-gofood/> 03 November 2019 (21:00)
- Nurngaeni. 2018. Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa tentang Perbankan Syariah terhadap Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah, *skripsi*, Program Sarjana Strata Satu Ekonomi Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
- Ortega, D., dan A. Alhifni. "Pengaruh Media Promosi Perbankan Syariah terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah", *Equilibrium*, 5(1).
- OVO, www.OVO.co.id 03 November 2019 (21:00)
- Rochiyati, M. 2011. Komitmen Organisasi Karyawan UKM: Pengaruh Job Enrichment dan Employee Recognition (Studi Empiris pada Usaha Kecil dan Menengah di Kota Magelang)
- Sahroni, O. 2019. <http://www.rumahwasathia.org/> (7 Desember 2019)
- Sentosa, P. 2006. Lingkup Penelitian Kualitatif dan Alternatif Penggunaannya dalam Pengembangan Ilmu di Fakultas Ekonomi. *Jurnal Bisnis Strategi*. Semarang.
- Siddik, A. Hukum Gopay menurut Pandangan Tokoh Nahdlatul Ulama dan Perhimpunan Al-Irsyad. 2019. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Sillahi, U. 2010. *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama. Bandung.
- Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Fajar Interpratama Mandiri. Jakarta.
- Slameto. 2010. *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya*, PT. Rineka Jaya. Jakarta.
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D)*. ALFABETA.. Bandung
- Tarmizi, E. 2017. *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, PT. Berkah Mulia Insani. Bogor.
- Usman, R. 2017. Karakteristik Uang Elektronik dalam Sistem Pembayaran. *Jurnal Universitas Airlangga* 32 (1):135.
- Wang, Z., dan Adesope, O. (2016). Exploring the Effects of Seductive Details with The 4-Phasemodel of Interest. *Learning and Motivation* , 55, 65-77.
- Warta Ekonomi, wartaekonomi.co.id/ 03 November 2019 (21:00)
- Wikipedia, <https://wikipedia.com/Surabaya/> 15 Februari 2020 (15.00)