

Abstrak

Siti Hamida Fitri

422021413083

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan e-wallet (ShopeePay) dalam perspektif etika bisnis Islam. Latar belakang penelitian ini didasari oleh perkembangan pesat transaksi digital di Indonesia, khususnya penggunaan dompet elektronik, yang semakin diminati masyarakat termasuk kalangan Muslim. Namun, fenomena ini perlu dianalisis lebih lanjut mengingat adanya standar etika bisnis yang harus dipenuhi dalam transaksi digital, terutama dari sudut pandang Islam. Penelitian ini menggunakan empat variabel utama, yaitu persepsi kemudahan penggunaan (X1), manfaat (X2), kepercayaan (X3), dan literasi keuangan (X4), untuk mengetahui pengaruhnya terhadap minat penggunaan ShopeePay oleh konsumen Muslim. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 145 responden yang merupakan mahasiswi Universitas Darussalam Gontor. Teknik analisis data yang digunakan adalah Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) 4.0.9.9. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan e-wallet ShopeePay. Namun, variabel manfaat, kepercayaan, dan literasi keuangan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan ShopeePay. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi e-wallet menawarkan kemudahan, faktor lain seperti manfaat yang dirasakan, kepercayaan terhadap layanan, serta pemahaman konsumen mengenai literasi keuangan memiliki peran yang lebih dominan dalam mendorong minat konsumen Muslim untuk menggunakan e-wallet ShopeePay. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait perilaku konsumen Muslim dalam penggunaan teknologi keuangan digital, serta memberikan rekomendasi bagi pengelola e-wallet untuk meningkatkan aspek kepercayaan dan literasi keuangan agar sejalan dengan etika bisnis Islam.

Keywords: E-wallet, Minat Penggunaan, Etika Bisnis Islam, Kemudahan Penggunaan, Manfaat, Kepercayaan, Literasi Keuangan.

Abstract

Siti Hamida Fitri

422021413083

This study aims to analyze the factors that influence interest in using e-wallets (Shopeepay) from the perspective of Islamic business ethics. This research is based on the rapid development of digital transactions in Indonesia, especially electronic wallets, which are increasingly in demand, including Muslims. However, this phenomenon needs to be analyzed further, considering the business ethics standards that must be met in the transaction. This study uses four main variables, namely perceived ease of use (X1), usefulness (X2), trust (X3), and financial literacy (X4), to find out the effect on interest in using Shopeepay by Muslim consumers. Data were collected by distributing questionnaires to 145 respondents who are students at the University of Darussalam Gontor. Data analysis techniques include structural equation modelling with partial least squares (SEM-PLS). The results showed that the ease of use variable had no positive or significant impact on interest in using e-wallets (Shopeepay). However, the variables of usefulness, trust, and financial literacy positively and significantly affect interest in using Shopeepay. This finding shows that Although e-wallet technology offers convenience, other factors such as perceived benefits, trust in services, and consumer understanding of financial literacy have a more dominant role in encouraging interest in financial literacy. Muslim consumers to use the ShopeePay e-wallet. This research is expected to contribute to developing literature on Muslim consumer behavior in using digital financial technology and provide recommendations for e-wallet managers to improve aspects of digital financial technology. Trust and financial literacy in line with Islamic business ethics.

Keywords: E-wallet, usage interest, Islamic business ethics, ease of use, benefits, trust, financial literacy.

UNIVERSITAS DARUSSALAM GONTOR