

Analisis Peran Penggunaan E-Wallet Pada Perilaku Bisnis Para Pengusaha Butik Dalam Perspektif Syariah Di Kabupaten Bone

¹Selviana Dwi Putri, ²Abd. Hafid, ³Masyhuri
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bone, Watampone

E-mail: selvianadwiputri09@gmail.com, abdulhafidizzah@gmail.com,
masyhuri.akuntansi@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penggunaan *e-wallet* dalam operasional bisnis butik di Kabupaten Bone dari aspek kemudahan transaksi, efisiensi pengelolaan keuangan, kepuasan pelanggan, perluasan jangkauan pasar, hingga tinjauan terhadap prinsip syariah. Subjek dalam penelitian ini adalah lima pemilik butik, yaitu Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop, yang memiliki tahun pendirian usaha berbeda-beda. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui wawancara langsung dengan masing-masing pemilik usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan *e-wallet* memberikan dampak positif terhadap kemudahan transaksi, mempercepat proses pembayaran dengan pelanggan dan pemasok, serta meminimalkan risiko kehilangan uang. Dalam pengelolaan keuangan, sebagian pemilik merasa lebih efisien dengan sistem digital, meskipun ada yang tetap memilih pencatatan manual. Selain itu, *e-wallet* juga membantu menjangkau pasar di luar daerah Bone, meskipun pengaruhnya terhadap peningkatan omset belum sepenuhnya dirasakan oleh semua pemilik. Dari segi kepuasan pelanggan, penggunaan *e-wallet* dinilai sangat memudahkan karena transaksi dapat dilakukan dengan nominal pas tanpa repot uang kembalian. Seluruh pemilik butik menyatakan bahwa tidak terdapat unsur riba dalam penggunaan *e-wallet*, karena transaksi dilakukan secara tunai tanpa melibatkan bunga atau pinjaman. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan *e-wallet* dalam bisnis butik di Kabupaten Bone memberikan kemudahan, efisiensi, serta sejalan dengan prinsip ekonomi syariah, dan berpotensi untuk terus dikembangkan dalam mendukung digitalisasi UMKM.

Kata kunci : *E-wallet, Transaksi Digital, UMKM, Syariah*

ABSTRACT

This study aims to analyze the use of e-wallets in the operational activities of boutique businesses in Bone Regency from various perspectives, including transaction convenience, financial management efficiency, customer satisfaction, market reach expansion, and compliance with Sharia principles. The subjects of this study are five boutique owners: Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, and Sukinang Shoop, each of which was established in different years. This research employs a qualitative method with a descriptive approach, using direct interviews with each business owner. The findings indicate that the use of e-wallets has a positive impact on transaction convenience by accelerating the payment process with both customers and suppliers and by minimizing the risk of cash loss. In terms of financial management, some owners find digital systems to be more efficient, although a few still prefer manual bookkeeping. Furthermore, e-wallets assist in reaching markets beyond Bone Regency, even though the impact on increased revenue has not yet been fully experienced by all owners. From the perspective of

customer satisfaction, the use of e-wallets is considered very convenient because transactions can be made with exact amounts, eliminating the hassle of providing change. All boutique owners stated that there is no element of riba involved in e-wallet usage, as transactions are conducted on a cash basis without involving interest or loans. In conclusion, the use of e-wallets in boutique businesses in Bone Regency provides convenience, improves efficiency, aligns with Islamic economic principles, and holds the potential for further development in supporting the digitalization of micro, small, and medium enterprises (MSMEs).

Keyword : *E-wallet, Digital Transaction, MSME, Sharia*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi finansial (*financial technology* atau *fintech*) merujuk pada penggunaan teknologi inovatif untuk menyediakan layanan keuangan yang lebih efisien, mudah diakses, dan lebih murah dibandingkan dengan layanan keuangan tradisional. *Fintech* telah mengubah cara orang melakukan pembayaran. Dompot digital, transfer uang melalui aplikasi, dan pembayaran tanpa kontak adalah contoh layanan pembayaran digital yang kini sangat populer. Otoritas Jasa Keuangan menjelaskan bahwa *fintech* adalah sebuah inovasi pada industri jasa keuangan yang memanfaatkan penggunaan teknologi. Produk *fintech* biasanya berupa suatu sistem yang dibangun guna menjalankan mekanisme transaksi keuangan yang spesifik (Marginingsih, 2021).

Kemajuan teknologi finansial telah mengubah lanskap layanan keuangan secara signifikan. Dengan terus berkembangnya teknologi dan meningkatnya kebutuhan konsumen akan layanan yang lebih efisien dan mudah diakses, sektor *fintech* diprediksi akan terus berkembang dan beradaptasi dengan tantangan dan peluang di masa depan. Dalam perspektif syariah ada beberapa jenis *fintech* yang telah diatur kesyariahnya yaitu jenis *Peer to Peer Lending* (pinjaman berbasis teknologi), uang elektronik (*e-Money*), dan gerbang pembayaran (*payment gateway*). Hukum syariah yang mengatur *financial technology* belum memiliki kepastian hukumnya beberapa jenis *fintech* seperti

crowdfunding, market aggregator, risk dan investment management belum memiliki fatwa syariahnya. Maka perlu adanya kepastian hukum Syariah yang harus selaras dengan dinamika perkembangan teknologi (Narastrri, 2020).

Dompot digital sebagai uang yang transaksi pembayarannya dilakukan melalui telepon genggam dan dengan terhubung jaringan internet. *E-Wallet* merupakan suatu aplikasi yang terkoneksi dengan internet yang menyimpan nominal uang elektronik. Tidak membutuhkan media kartu, hanya menggunakan *smartphone* yang pasti dibawa oleh masyarakat saat ini maka *e-wallet* bisa digunakan untuk berbagai macam transaksi. Terdapat Dua jenis uang elektronik, yaitu berbasis server dan berbasis chip. Uang Elektronik berbasis chip lebih praktis digunakan karena system *tap-and-pay* (Hakim et al., 2022).

Minat penggunaan *e-wallet* menjadi transaksi atau pembayaran menjadi tinggi semenjak pandemik covid 19 diumumkan oleh Pemerintah pada bulan Maret 2020. Sebuah survei yang dilakukan sang MarkPlis Inc bulan Mei sampai Juli, *E-wallet Shoopepay* sebagai *e-wallet* dengan pangsa pasar atau volume transaksi terbesar sebesar 68% disusul OVO dan Gopay dengan masing-masing 56%, DANA sebesar 42% dan LinkAja sebesar 19%. Shoopepay memiliki banyak pengguna di berbagai kota di Indonesia (Latief et al., 2021). *E-commerce* di era saat ini telah mulai banyak diminati oleh masyarakat karena masyarakat juga telah

banyak meluangkan waktu pada gadget mereka masing-masing. Di dalam dunia e-Commerce terdapat dua pelaku, yaitu merchant yang menyediakan barang/jasa (penjual) dan *buyer/customer* yang melakukan transaksi pembelian (pembeli), sebagaimana pelaku transaksi pada umumnya, baik sebagai merchant maupun *buyer/customer*, pengetahuan yang mendasar tentang cara belanja dan juga cara pembayaran akan mendukung pengambilan keputusan yang tepat bagi keduanya saat memulai aktivitas *e-Commerce*.

E-Commerce tak terlepas dari mahasiswa. Mereka umumnya selalu ingin bergaya hidup *up to date* serta konsumtif, dan untuk pemenuhan itu, mereka meluangkan banyak waktunya dengan gadget mereka untuk melihat barang-barang apa saja yang terbaru dan tersedia di situs belanja online. Promo berupa diskon yang diberikan oleh merchant menjadi daya tarik karena itu strategi pemberian diskon sangat memengaruhi minat beli konsumen (Nawawi, 2020).

Kehadiran *e-Money* setidaknya memiliki lima karakteristik, yaitu praktis, cepat, nyaman, mudah, dan aman telah membangun kepercayaan (*trust*) masyarakat untuk beralih dari *cash society* ke *cashless society* dan memahami bahwa kehadiran *e-Money* sebagai perubahan sosial kultural dan interaksional. Peningkatan penggunaan *e-Money* membawa perubahan pemikiran masyarakat mengenai konsep kebendaan. Pada awalnya masyarakat hanya menganggap *e-Money* sebagai kartu biasa, kini *e-Money* dianggap sebagai alat pembayaran praktis yang modern, karena metode pembayarannya menggunakan teknologi terkini, dan akurat sehingga jumlah saldo yang terpotong sesuai dengan nominal barang tersebut.

Mengevaluasi dampak positif dan negatif dari *e-Wallet* bagi pengguna, menunjukkan bahwa kesadaran adalah

kunci bagi pengguna untuk mengurangi dampak negatif penggunaannya. Mahasiswa saat ini identik dengan *Lifestyle* yang *up to date*, sehingga dapat dikatakan bahwa mereka merupakan konsumen yang banyak melakukan aktivitas jual-beli di pasaran (Masturoh et al., 2023). Perkembangan teknologi khususnya pada *Fintech* (*Financial technology*) membuat mahasiswa mulai beralih pada produk tersebut dalam melakukan transaksi perbelanjaan.

Penelitian mengenai peran penggunaan *E-Wallet* pada perilaku finansial mahasiswa perbankan syariah pada pendekatan paradigma interpretif ini memiliki urgensi yang sangat penting dalam dunia perbankan digital sekarang ini. Dengan semakin berkembangnya teknologi dan penggunaan layanan perbankan melalui platform mobile, seseorang akan mudah melakukan transaksi terlebih pada kalangan mahasiswa yang mempunyai keinginan untuk berbelanja yang tidak terbatas.

2. LANDASAN TEORI

Konsep Ewallet

E-wallet, atau yang dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai dompet elektronik, adalah aplikasi atau layanan yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan melakukan transaksi keuangan secara digital. Istilah ini mencerminkan fungsi utama dari *e-wallet* sebagai sarana penyimpanan uang dan alat untuk melakukan transaksi tanpa menggunakan uang tunai. *E-wallet* berfungsi mirip dengan dompet fisik, tetapi dalam bentuk digital yang terintegrasi dengan perangkat mobile (Diva & Ashori, 2024).

E-wallet sering terhubung dengan rekening bank atau kartu kredit, yang memudahkan proses pengisian saldo dan transaksi. Dengan kemudahan akses dan fitur keamanan yang ditawarkan, *e-wallet* semakin populer di kalangan masyarakat modern sebagai solusi pembayaran yang

efisien dan praktis. *E-Wallet* menerusi aplikasi telepon pintar mampu merekodkan semua transaksi keuangan melalui *e-Money*, kad debit atau kad kredit. Walau bagaimana pun, untuk melaksanakan sesuatu transaksi melalui *e-Wallet*, tanpa menggunakan kad kredit dan kad debit, pengguna memerlukan *e-Money* bagi memastikan transaksi tersebut berjaya dilaksanakan (Ramli et al., 2021).

Transaksi keuangan di Indonesia umumnya dilakukan dengan menggunakan uang tunai dan transfer bank konvensional. Namun, dengan berkembangnya teknologi informasi dan penetrasi internet, munculah konsep dompet digital sebagai solusi alternatif. Kita akan melihat beberapa perusahaan yang memperkenalkan konsep dompet digital pertama di Indonesia dan bagaimana mereka mengubah lanskap transaksi keuangan (Ramadhani, 2024).

Model-Model E-Wallet

a. E-Wallet Berbasis Bank

E-wallet ini terintegrasi langsung dengan rekening bank pengguna. at melakukan transaksi menggunakan saldo yang ada di rekening bank mereka atau mengisi ulang saldo *e-wallet* dari rekening tersebut (Nurina Saffanah & Amir, 2022), contohnya OVO dan DANA. Bisnis pada Usaha Butik dengan *E-Wallet* Berbasis Bank. Dalam konteks bisnis butik, penggunaan e-wallet berbasis bank telah menjadi semakin penting seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen.

b. E-Wallet Berbasis Non-Bank

E-wallet ini tidak terikat langsung dengan bank, tetapi tetap berfungsi sebagai alat pembayaran. Biasanya, pengguna dapat mengisi ulang saldo dari berbagai sumber, termasuk kartu kredit atau transfer bank. Contoh Gopay, ShopeePay (Dian Iriani et al.,

2024). Penggunaan e-wallet berbasis non-bank seperti GoPay dan ShopeePay memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman belanja di usaha butik.

E-Wallet Syariah

E-wallet ini dirancang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Setiap transaksi harus mematuhi hukum Islam, termasuk larangan terhadap riba (bunga) dan ketidakpastian (gharar). Contohnya yaitu Beberapa platform lokal yang menawarkan layanan *e-wallet* dengan prinsip syariah. Batasannya yaitu Harus mematuhi regulasi syariah dalam setiap transaksi dan keterbatasan dalam jenis produk atau layanan yang dapat ditawarkan (Muttaqin & Umrotul, 2023).

Jenis-jenis E-Wallet untuk Bisnis

E-wallet dalam konteks bisnis memiliki beragam jenis yang disesuaikan dengan kebutuhan pengguna, seperti *e-wallet* untuk pembayaran online yang memudahkan transaksi di platform e-commerce tanpa perlu memasukkan data kartu setiap kali, contohnya OVO dan GoPay. Ada pula *e-wallet* untuk pembayaran offline melalui pemindaian QR atau teknologi NFC seperti DANA dan ShopeePay. Selain itu, terdapat *e-wallet* untuk transfer uang yang memungkinkan pengiriman dana ke sesama pengguna atau rekening bank secara praktis, misalnya GoPay dan DANA (Nugroho & Hasibuan, 2022). Beberapa *e-wallet* juga dilengkapi fitur investasi seperti reksa dana atau emas, seperti OVO Invest dan DANA Emas, yang memberi kemudahan bagi pengguna dalam mengelola keuangan. Tak kalah penting, jenis *e-wallet* berbasis program loyalitas seperti OVO Points atau ShopeePay memberikan cashback atau poin yang dapat ditukar dengan diskon, menjadikannya menarik bagi konsumen sekaligus efektif sebagai strategi pemasaran bagi pelaku bisnis.

Perilaku Bisnis

Perilaku bisnis merujuk pada serangkaian tindakan dan keputusan yang diambil oleh individu atau organisasi dalam konteks bisnis. Ini mencakup cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, karyawan, pemasok, dan masyarakat umum. Dalam perspektif Islam, perilaku bisnis tidak hanya terbatas pada aktivitas ekonomi, tetapi juga mencakup nilai-nilai moral dan etika yang harus dipegang teguh oleh para pelaku bisnis (Umuri & Ibrahim, 2020).

Fintech

Fintech, atau teknologi finansial, merujuk pada inovasi teknologi yang digunakan untuk meningkatkan dan mengotomatiskan layanan dan proses keuangan. Istilah ini mencakup berbagai aplikasi, produk, dan layanan yang menggunakan teknologi untuk menyederhanakan, mempercepat, atau mengubah cara orang dan bisnis mengelola keuangan mereka.

Secara umum, tujuan *fintech* adalah untuk membuat layanan keuangan lebih mudah diakses, lebih efisien, dan lebih terjangkau bagi semua orang. Ini dapat memberikan manfaat besar, terutama bagi mereka yang sebelumnya tidak terlayani atau kurang terlayani oleh sistem keuangan tradisional (Marginingsih, 2021).

Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran sangat penting baik untuk produk maupun jasa, namun keduanya memiliki pendekatan yang berbeda. Pemasaran jasa lebih menitikberatkan pada pelayanan dan kepuasan konsumen sebagai tolok ukur keberhasilannya. Di era persaingan yang ketat saat ini, perusahaan dituntut untuk berinovasi dan tidak lagi mengandalkan strategi pemasaran konvensional. Pendekatan pemasaran telah bergeser dari orientasi penjualan menjadi orientasi pada nilai tambah bagi pelanggan. Fokus utama

bisnis jasa kini tidak hanya pada perolehan laba melalui penciptaan pelanggan, tetapi juga pada pembangunan hubungan jangka panjang melalui pendekatan *relationship marketing* dan *customer relationship management* (CRM), yang bertujuan menjaga loyalitas serta menciptakan kepuasan berkelanjutan bagi konsumen (Mashuri, 2019).

Teori yang Digunakan

Teori yang relevan dengan penelitian penulis yaitu *Diffusion of Innovation Theory* (Everett Rogers). Teori Difusi Inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers adalah sebuah teori yang menjelaskan bagaimana suatu inovasi, baik itu berupa ide, teknologi, produk, atau praktik baru, dapat menyebar dan diadopsi dalam suatu komunitas atau masyarakat dari waktu ke waktu. Dalam konteks ini, inovasi dipahami sebagai sesuatu yang dianggap baru oleh individu atau kelompok, walaupun belum tentu benar-benar baru secara mutlak (Kartikawati, 2018).

3. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian lapangan (*Field Research*). Dalam penelitian ini peneliti turun langsung ke tempat penelitian, dengan subyek penelitian pada pengusaha butik di kab.bone Adapun pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif karena ingin mengurai mekanisme penetapan harga taksiran barang jaminan.

Data primer diperoleh langsung dari pengguna mobile banking dan pihak terkait, sedangkan data sekunder berasal dari sumber seperti buku, jurnal, dan laporan yang mendukung penelitian tentang top-up *e-wallet*. Analisis data dilakukan dengan wawancara, membuat transkrip, menyaring data penting (reduksi), menyajikan data dalam bentuk

narasi atau tabel, dan menarik kesimpulan melalui interpretasi dan verifikasi.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran Penggunaan E-Wallet dalam Perilaku Bisnis yang Dilakukan oleh Para Pengusaha di Kabupaten Bone

a. Kemudahan Transaksi

Berdasarkan wawancara dengan lima owner butik, yaitu Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop, disimpulkan bahwa kemudahan transaksi sangat dirasakan berkat penggunaan berbagai metode pembayaran seperti transfer bank, e-wallet, dan QRIS. Alul Shoop dan Filmy Shoop, misalnya, menyebut transaksi dengan pelanggan dan pemasok kini lebih fleksibel karena sistem pembayaran digital. Cahaya Shoop dan Mia Collection juga menekankan kemudahan transaksi online yang membantu pengelolaan modal dan waktu, terutama dengan adanya kerja sama yang sudah terjalin baik dengan pemasok. Sementara itu, Sukinang Shoop menyatakan bahwa transaksi kini lebih cepat dan efisien, baik dengan pelanggan maupun pemasok, berkat kepercayaan dan sistem digital yang digunakan.

b. Efisiensi pengelolaan keuangan

Kelima owner butik menyampaikan bahwa penggunaan sistem pencatatan keuangan, baik digital maupun manual, sangat membantu dalam efisiensi pengelolaan usaha. Owner Alul Shoop menggunakan aplikasi pencatatan digital sederhana untuk memantau keuntungan secara berkala. Owner Cahaya Shoop mencatat manual lalu merekap di Excel, sehingga bisa mengevaluasi penjualan dengan lebih rapi. Owner Filmy Shoop lebih memilih mencatat manual di buku tulis agar lebih teliti dan sadar terhadap setiap transaksi. Owner Mia Collection mencatat harian dan memisahkan dana usaha dari pribadi, yang memudahkan kontrol stok dan laba rugi. Owner

Sukinang Shoop menerapkan sistem pencatatan konsisten dan rutin evaluasi keuangan bulanan. Kelimanya sepakat bahwa dominasi transaksi non-tunai, seperti transfer dan e-wallet, sangat mengurangi risiko kehilangan uang.

c. Peningkatan kepuasan pelanggan

Para pemilik butik seperti Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop menyampaikan bahwa penggunaan e-wallet berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan. Mayoritas pelanggan merasa proses transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman karena cukup menggunakan ponsel tanpa perlu membawa uang tunai atau menunggu kembalian. Penggunaan QRIS dan dompet digital juga dinilai mempercepat layanan di kasir dan mempermudah pembelian, terutama bagi pelanggan dari luar kota yang lebih terbiasa dengan pembayaran digital. Hal ini secara tidak langsung meningkatkan kenyamanan dan loyalitas pelanggan terhadap butik mereka.

d. Jangkauan pasar dan pemasaran

Para owner butik seperti Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop sepakat bahwa penggunaan *e-wallet* sangat berperan dalam memperluas jangkauan pasar mereka. Mereka menyatakan bahwa pelanggan dari luar daerah seperti Makassar, Sinjai, hingga Parepare semakin banyak melakukan pembelian baik secara online maupun langsung ke toko karena kemudahan transaksi digital. *E-wallet* dianggap bukan hanya mempermudah pembayaran, tetapi juga menjadi sarana strategis untuk menarik dan melayani pelanggan dari luar Bone. Kepraktisan dan kecepatan transaksi membuat pelanggan lebih memilih toko yang menyediakan opsi ini, sehingga peluang usaha menjadi lebih luas.

e. Dampak terhadap omzet dan pertumbuhan

Mayoritas owner butik, seperti dari Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, dan Mia Collection, menyatakan bahwa penggunaan *e-wallet* secara signifikan meningkatkan omzet usaha mereka. Transaksi menjadi lebih cepat dan praktis, sehingga pelanggan, terutama dari luar kota, lebih mudah melakukan pembelian tanpa tertunda oleh masalah pembayaran tunai. Hal ini juga memperkuat kepercayaan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan, terutama melalui saluran online. Namun, owner Sukinang Shoop mengungkapkan bahwa dampak *e-wallet* terhadap omzet di tokonya belum terlalu besar karena jumlah pelanggan luar daerah yang menggunakan *e-wallet* masih terbatas. Meski demikian, ia tetap menyediakan opsi pembayaran digital karena yakin tren ini akan terus berkembang.

Perilaku bisnis pengusaha butik (yang dipengaruhi atau tidak dipengaruhi oleh e-wallet) di kabupaten Bone.

a. Strategi pemasaran

Para owner butik seperti Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop menyatakan bahwa mereka sangat mengandalkan media sosial sebagai sarana utama promosi. Mereka aktif menggunakan platform seperti Facebook, Instagram, WhatsApp Story, dan TikTok untuk menginformasikan produk baru, diskon, serta testimoni pelanggan. Promosi online ini terbukti meningkatkan penjualan, khususnya dari pelanggan di luar Bone. Meski ada kendala seperti jaringan internet yang lambat di beberapa lokasi, para owner tetap berusaha konsisten mengunggah konten dan melakukan live streaming untuk menarik perhatian pembeli. Dengan cara ini, mereka mampu memperluas pasar dan menjaga stabilitas penjualan secara efektif dan dengan biaya yang relatif rendah.

b. Pengambilan keputusan

Para owner butik seperti Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop menyatakan bahwa penggunaan media sosial sangat membantu dalam pengambilan keputusan pemasaran karena memungkinkan mereka menjangkau pelanggan lebih luas dan meningkatkan penjualan, khususnya dari luar daerah. Meskipun ada kendala seperti jaringan internet yang lambat, mereka tetap konsisten menggunakan media sosial. Dalam hal pembayaran, *e-wallet* dianggap sangat praktis dan membantu mempermudah transaksi dengan pembayaran tepat tanpa perlu menyiapkan uang kembalian. Meski ada yang merasa dampaknya terhadap omzet belum signifikan, semua sepakat *e-wallet* menjadi solusi efisien dalam proses pembayaran.

Perspektif syariah dalam bisnis butik di kabupaten Bone.

Para owner butik di Kabupaten Bone, seperti Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop, menyatakan bahwa dalam menjalankan bisnis mereka, prinsip syariah selalu dijaga terutama dengan menghindari unsur riba. Mereka memastikan bahwa harga barang yang dijual sudah wajar dan sesuai nilai pasar, tanpa menerapkan sistem cicilan atau pembayaran berbasis bunga. Semua transaksi dilakukan secara langsung dengan pembayaran penuh sesuai harga, tanpa ada biaya tambahan yang tidak adil.

Penggunaan *e-wallet* juga dianggap sesuai dengan prinsip syariah selama pembayaran dilakukan dengan nominal yang tepat sesuai harga barang, tanpa adanya bunga atau biaya tersembunyi. *E-wallet* justru mempermudah transaksi dan menjaga transparansi pembayaran sehingga tidak ada unsur riba dalam proses jual beli mereka.

PEMBAHASAN

Peran penggunaan E-Wallet dalam perilaku bisnis yang dilakukan oleh para pengusaha di kabupaten Bone

Kemudahan transaksi menjadi salah satu faktor penting yang mendukung kelancaran operasional bisnis butik. Dalam wawancara yang dilakukan dengan pemilik butik Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop, seluruh pemilik butik sepakat bahwa *e-wallet* telah memberikan kontribusi besar terhadap kemudahan dalam transaksi, baik untuk transaksi dengan pelanggan maupun pemasok.

a. Transaksi dengan pelanggan

Berisi kesimpulan saja, tidak perlu ada saran ilmiah Penggunaan *e-wallet* membuat transaksi antara pemilik butik dan pelanggan menjadi lebih cepat, praktis, dan efisien. Sebagian besar pemilik butik menyatakan bahwa pelanggan merasa nyaman karena tidak perlu membawa uang tunai atau mencari uang kembalian. Selain itu, *e-wallet* memudahkan pencatatan transaksi dan mengurangi risiko kesalahan atau kerugian akibat uang tunai.

Pelanggan dari luar kota juga menjadi segmen pasar yang terus meningkat berkat kemudahan pembayaran digital ini. Owner Alul Shoop dan Sukinang Shoop menegaskan bahwa banyak pelanggan *e-wallet* berasal dari luar Kabupaten Bone, yang menandakan jangkauan pasar mereka tidak hanya lokal. Dengan begitu, *e-wallet* berperan penting dalam memperluas pasar butik tanpa terhambat batas geografis.

b. Transaksi dengan pemasok

Penggunaan *e-wallet* juga mempermudah para pemilik butik dalam bertransaksi dengan pemasok. Selama ini, transaksi pembayaran ke pemasok yang menggunakan *e-wallet* membuat proses pembayaran lebih cepat, menghindari masalah keterlambatan pembayaran yang sering terjadi pada pembayaran tunai.

Transaksi yang tercatat dalam aplikasi *e-wallet* juga mempermudah pemantauan keuangan dan transaksi yang dilakukan antara butik dan pemasok.

Perilaku bisnis pengusaha butik di kabupaten Bone

Bagian ini menyoroti pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dalam bisnis butik. Semua pemilik butik sepakat bahwa *e-wallet* sangat membantu dalam memantau transaksi keuangan. Namun, sebagian pemilik, terutama Filmy Shoop, masih memilih mencatat transaksi secara manual meskipun sudah menggunakan *e-wallet*. Hal ini dilakukan agar mereka memiliki kontrol lebih baik dan memastikan tidak ada transaksi yang terlewat. Meski demikian, *e-wallet* tetap mempermudah pencatatan yang lebih rapi dan transparan, meskipun beberapa transaksi dicatat manual untuk memperkuat bukti transaksi.

Selain itu, *e-wallet* membantu pemilik butik mengelola arus kas dan meminimalisir kesalahan pembayaran. Pembayaran elektronik memastikan jumlah yang dibayar sesuai dengan yang diterima, sehingga pemilik butik merasa lebih aman dan nyaman tanpa risiko kehilangan uang tunai atau masalah kembalian. Keuntungan lain adalah kemudahan pelacakan transaksi, yang memudahkan pemantauan pengeluaran dan pemasukan.

Perspekti syariah

Salah satu aspek penting dalam bisnis butik yang beroperasi dengan prinsip syariah adalah penghindaran unsur riba, dan berdasarkan wawancara dengan kelima pemilik butik, tidak ditemukan indikasi praktik riba dalam transaksi jual beli mereka. Para pemilik butik menegaskan bahwa mereka tidak menerapkan sistem cicilan berbunga, yang merupakan salah satu bentuk riba, serta menetapkan harga barang sesuai harga pasar tanpa penetapan harga

berlebihan atau biaya tambahan yang tidak sah. Hal ini menunjukkan bahwa bisnis mereka sudah berjalan sesuai prinsip syariah, dengan menghindari transaksi yang mengarah pada keuntungan tidak sah. Dalam hal penggunaan e-wallet, meskipun platform tersebut menyediakan fasilitas pinjaman atau cicilan bunga, seluruh pemilik butik menyatakan tidak memanfaatkan fasilitas tersebut dan melakukan transaksi e-wallet hanya dengan pembayaran penuh sekaligus tanpa tambahan biaya atau bunga.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pemilik butik di Kabupaten Bone, yaitu Alul Shoop, Cahaya Shoop, Filmy Shoop, Mia Collection, dan Sukinang Shoop, dapat disimpulkan bahwa penggunaan e-wallet memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kemudahan transaksi, efisiensi pengelolaan keuangan, serta perluasan jangkauan pasar, terutama dengan menjangkau pelanggan dari luar daerah. Meski sebagian pemilik masih memilih pencatatan manual untuk kontrol keuangan, e-wallet membantu pencatatan yang lebih rapi dan meminimalisir kesalahan pembayaran, sehingga transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman. Strategi pemasaran melalui media sosial juga mendukung peningkatan penjualan, walaupun kendala jaringan internet menjadi tantangan teknis yang harus diatasi. Dari perspektif ekonomi syariah, transaksi yang dilakukan bebas dari unsur riba karena semua pembayaran dilakukan secara tunai atau digital tanpa bunga atau cicilan, dan penggunaan e-wallet dilakukan sesuai harga tanpa tambahan biaya. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi digital ini tidak hanya meningkatkan efisiensi bisnis dan kenyamanan pelanggan, tetapi juga tetap selaras dengan prinsip syariah selama dijalankan secara bijak dan sesuai aturan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih saya sampaikan kepada orang tua, teman-teman, dan dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan bimbingan selama penelitian ini. Tanpa bantuan mereka, penelitian ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Dian Iriani, L., Hidayah, N., Jein Andjar, F., Mufrihah Zein, E., & Ridwan, A. (2024). Peningkatan Literasi Keuangan Digital Pelaku UMKM Melalui Sosialisasi Sistem Pembayaran Non-Tunai di Kabupaten Sorong. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2815–2824. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3359>
- Diva, M., & Ashori, M. I. (2024). Penggunaan E-Wallet Sebagai Inovasi Transaksi Digital: Literatur Review. *MULTIPLE: Journal of Global and Multidisciplinary*, 2(6).
- Hakim, S. H., Rahman, A., & Syafii, M. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi penggunaan E-Wallet di Sumatera utara. *Owner*, 6(2), 1171–1183. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.566>
- Kartikawati, D. (2018). Implementasi Difusi Inovasi Pada Kemampuan Media Baru Dalam Membentuk Budaya Populer (Kajian Pada Media Youtube di Kalangan Remaja). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(1).
- Latief, F., Dirwan, & Idris, M. (2021). Determinan Minat Penggunaan E-Wallet ShopeePay. *MEA: Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1401>
- Marginingsih, R. (2021). Financial Technology (Fintech) Dalam Inklusi K. *Moneter: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.55338/jumin.v5i1>
- Mashuri, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Di Era 4.0. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 215–224. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna>

- .v8i2.175
- Masturoh, F., Isyanto, P., & Sumarni, N. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Belanja Online Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 45. <https://doi.org/doi.org/10.37385/ms ej.v4i5.3103>
- Muttaqin, Q., & Umrotul, K. (2023). Analisis Kepatuhan Prinsip Syariah dalam Layanan E-Money Perspektif Maqashid Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/isbank.v10i2>
- Narastri, M. (2020). Financial Technology (Fintech) Di Indonesia Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 2(2), 155–170. <https://doi.org/10.31538/ijse.v2i2.513>
- Nawawi, H. H. (2020). Penggunaan E-wallet di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 3(2), 189–205. <https://doi.org/10.46918/emik.v3i2.697>
- Nugroho, A. P., & Hasibuan, F. R. (2022). Preferensi Produk E-Wallet Di Indonesia (Studi Pada: Go-Pay, Ovo, Dana, Dan Link Aja!). *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(5). <https://doi.org/DOI:10.31604/jips.v9i4.2022.1571-1579>
- Nurina Saffanah, & Amir, W. (2022). Implementasi Fintech (E-Wallet) Dalam Mengembangkan Bisnis Bagi Pelaku Umkm Di Kota Makassar. *JEMBA: Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen Dan Bisnis, Akuntansi*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.52300/jemba.v2i1.4322>
- Ramadhani, A. P. (2024). *Mengenal Sejarah E-wallet dan Perkembangannya di Indonesia*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/aman daputeriramadhani2994/66bb5fc4ed641563c34432e4/mengenal-sejarah-e-wallet-dan-perkembangannya-di-indonesia>
- Ramli, W. N. W., Halim, airin H. A., Ismail, N. F., & Othman, S. (2021). The Application Of E-Wallet In Malaysia: An Analysis Of Shariah PoinT OF VIEW. *Al-Qanatir: International Journal of Islamic*, 23(2).
- Umuri, K., & Ibrahim, A. (2020). Analisis Perilaku Pedagang Kaki Lima Menurut Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Iqtisaduna*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v6i2.17511>