



Islamic Economics and Business Review

(Volume 1, No. 2), Tahun 2022 | pp. 230-243

p-ISSN 2964-9609 – e-ISSN 2963-5659

Festival Budaya Sebagai Akses Bank Indonesia Mempromosikan Transaksi Uang Elektronik (*E-Money*) di Masyarakat

¹Jeby Fahira*, ²Muhammad Iqbal Fasa, ³Suharto

^{1,2,3}Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

* jebyfahiraaa@gmail.com, miqbalfasa@radenintan.ac.id, prof.suharto@radenintan.ac.id

*Penulis Korespondensi

Received: 1 December 2022

Published: 31 January 2023

Abstract

Basically society has experienced significant technological developments. One of them is the existence of online transactions in the form of e-money. According to the Indonesian Banking Regulation Number: 12 November 2009 PBI Regarding Electronic Money Electronic Money. Electronic money is issued based on the value of money previously deposited by the holder to the issuer that is stored electronically in media such as servers or chips, with the money not as deposits, and used as payments. The promotional technique carried out by BI is by holding a begawi festival which is complemented by the presence of MSMEs who participate to provide socialization of payments via e-money in the community. The research method used is qualitative method. The purpose of this study is to find out how the promotion strategy is carried out by Bank Indonesia Kpw Lampung regarding e-money transactions. In addition, the purpose of this study is to find out payment applications such as OVO, GO-PAY, and Dana used in e-money transactions.

Keywords: Promotion; E-money; Cultural Festival; Digital Payment Application

Abstrak

Pada dasarnya masyarakat sudah mengalami perkembangan teknologi yang signifikan. Salah satunya yaitu dengan adanya transaksi online berupa e-money. Menurut Peraturan Perbankan Indonesia Nomor : 12 November 2009 PBI Tentang uang elektronik Uang Elektronik. Uang elektronik diterbitkan berdasarkan nilai uang yang sebelumnya disetorkan oleh pemegangnya untuk penerbit yang disimpan secara elektronik di media seperti server atau chip, dengan uangnya bukan sebagai simpanan, serta digunakan sebagai pembayaran. Teknik promosi yang dilakukan pihak BI yaitu dengan cara mengadakan festival begawi yang dilengkapi dengan adanya UMKM yang ikut berpartisipasi untuk memberi sosialisasi pembayaran lewat e-money di masyarakat. Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang dilakukan oleh pihak Bank Indonesia Kpw Lampung mengenai transaksi e-money. Selain itu, tujuan penelitian ini untuk mengetahui aplikasi pembayaran seperti OVO, GO-PAY, dan Dana yang digunakan dalam transaksi e-money.

Kata Kunci: Promosi; E-money; Festival Budaya; Aplikasi Pembayaran Digital

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak suku, budaya, dan tradisi. Sumber daya alam tersebut dapat bermanfaat jika dikelola dengan baik. Salah satu cara pemerintah untuk melestarikan budaya yang ada di Indonesia yaitu dengan cara melakukan festival budaya, salah satunya Festival Begawi yang diadakan di Lampung. Dalam festival ini, pihak BI mengenalkan transaksi pembayaran uang elektronik atau *e-money* melalui UMKM yang melakukan bazar di acara tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, pengembangan sistem pembayaran berbasis teknologi telah banyak mengubah arsitektur sistem pembayaran penting di bank konvensional yang bergantung pada uang fisik sebagai alat pembayaran. Walaupun fisik uang masih digunakan masyarakat sampai saat ini, tapi sejalan dengan perkembangan teknologi sistem pembayaran cepat, pola pembayaran tunai (cash) secara bertahap beralih menuju pembayaran tanpa uang tunai (non-cash) (R. Maulana Ibrahim, 2006).

Karena itu, perkembangan teknologi memiliki dampak besar terhadap aspek kehidupan yang paling penting. Perkembangan ini berdampak pada aspek hukum, politik, budaya dan sistemik pembayaran. Sistem pembayaran modern ini tidak dapat dipisahkan dari pengembangan mata uang yang dimulai dengan pembayaran tunai hingga pembayaran non-tunai atau dikenal sebagai *E-money* (Electronic Payment System). Menurut Listfield dan Montes Negret sistem pembayaran adalah peraturan, standar, alat pengganti yang digunakan untuk pertukaran nilai keuangan (financial value) antara dua pihak yang terlibat dalam resolusi kewajiban (Lisfield et al., 1994. p. 27).

Menurut hukum perbankan Indonesia No. 23/1999, sistem pembayaran adalah sistem yang berisi peraturan, sistem, dll. Mekanisme yang digunakan membebaskan dari iuran pemenuhan kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi. Jadi bisa disimpulkan bahwa sistem pembayaran adalah sistem atau metode yang digunakan untuk lebih banyak transaksi efisien, dengan transaksi di luar sana dan dalam transaksi tersebut terdapat peraturan, sistem, dan mekanisme transfer dana dari pihak kepada pihak lain untuk melaksanakan kewajiban dalam kegiatan ekonomi (Laila Ramadani, 2016).

Seiring kemajuan teknologi, kehidupannya sekarang mengalir sangat cepat, efektif dan efisien. Di dunia ini, terutama penggunaan bisnis teknologi internet merupakan cara yang populer. Dimana transaksi lebih cepat dan mudah. Begitupun untuk sistem pembayaran bank. Kehidupan modern seperti ini mendorong munculnya sistem pembayaran tanpa uang tunai dengan menggunakan kartu kredit, kartu debit, kartu ATM dan uang elektronik.

Pada dasarnya uang elektronik ini sama dengan uang biasa yang bertindak sebagai alat pembayaran transaksi jual beli. Dalam perspektif Islam, *E-money* hukumnya halal. Sifat halal ini berdasarkan aturan. Setiap orang yang bertransaksi muamalah

diperbolehkan, asal tidak ada dalil yang mengharamkannya. Prinsip e-money harus terhindar dari sifat maysir, gharar, tadelis, riba, dsb. Selain itu, dalam bertransaksi melalui e-money, kedua belah pihak harus berlandaskan kerelaan, ikhlas, keadilan, kejujuran, dan kerelaan.

Islam tidak melarang bentuk teknologi asalkan tidak bertentangan dengan ajarannya. Al-Qura'an bahkan memberitahu bahwa manusia adalah khalifah di atas bumi dan Allah menentukan posisinya alam untuk diimfaatkan manusia dengan niat baiknya. Firman Allah SWT :

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۚ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Artinya : "Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu". (QS. Al- Baqarah 2: 29)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."

Dalam dalil di atas, manusia diperbolehkan bermuamalah dalam bidang ekonomi, asal dilakukan dengan cara yang benar, dan dilandasi saling meridhai. Akad-akad yang digunakan dalam transaksi e-money, beberapa diantaranya yaitu akad wadi'ah yang diperbolehkan dalam Al-Qur'an surah An-Nisa 4:58 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya : "Sungguh, Allah menyuruhmu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil. Sungguh, Allah sebaik-baik yang memberi pengajaran kepadamu. Sungguh, Allah Maha Mendengar, Maha Melihat." (QS. An-Nisa 4:58)

Akad Wakalah terdapat beberapa dalil, salah satunya terdapat pada QS. Al-Kahfi 18:19 yang berbunyi :

وَكَذَٰلِكَ بَعَثْنَاهُمْ لِيَتَسَاءَلُوا بَيْنَهُمْ ۚ قَالَ قَائِلٌ مِّنْهُمْ كَمْ لَبِئْتُمْ ۖ قَالُوا لَبِئْنَا يَوْمًا أَوْ بَعْضَ يَوْمٍ ۖ قَالُوا رَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَا لَبِئْتُمْ ۖ فَابْعَثُوا أَحَدَكُمْ بِوَرِقِكُمْ هَذِهِ إِلَى الْمَدِينَةِ فَلْيَنْظُرْ أَيُّهَا أَزْكَى طَعَامًا فَلْيَأْتِكُمْ بِرِزْقٍ مِنْهُ وَلْيَتَلَطَّفْ وَلَا يُشْعِرَنَّ بِكُمْ أَحَدًا

Artinya : "Dan demikianlah Kami bangunkan mereka agar mereka saling bertanya di antara mereka sendiri. Berkatalah salah seorang di antara mereka: Sudah berapa lamakah kamu berada (disini?). Mereka menjawab: "Kita berada (disini) sehari atau setengah hari". Berkata (yang lain lagi): "Tuhan kamu lebih mengetahui berapa lamanya kamu berada (di sini). Maka suruhlah salah seorang di antara kamu untuk pergi ke kota dengan membawa uang perakmu ini, dan hendaklah dia lihat manakah makanan yang lebih baik, maka hendaklah ia membawa makanan itu untukmu, dan hendaklah ia berlaku lemah-lembut dan janganlah sekali-kali menceritakan halmu kepada seorangpun."(QS. Al-Kahfi 18:19)

Dalil tentang bermuamalah diperkuat dengan hadits yang diriwayatkan oleh Imam Muslim dari Aisyah dan dari Tsabit dari Anas :

أَنْتُمْ أَعْلَمُ بِأَمْرِ دُنْيَاكُمْ

".... Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian." (HR. Muslim)

Dalil kehalalan uang elektronik juga didasarkan dengan kaidah fiqih :

الثابت بالعرف كالثابت بالشرعي

"Sesuatu yang berlaku berdasarkan adat kebiasaan sama dengan sesuatu yang berlaku berdasarkan syara (selama tidak bertentangan dengan syariah)."

Dengan aturan fikih pada dasarnya mengatakan segala sesuatu yang mendatangkan keuntungan diperbolehkan oleh hukum dan apa yang menimbulkan bahaya hukum pelaksanaannya dilarang. Seperti kaidah fiqih yang berbunyi :

الصل ي ف املنا ف احلل و ف الضار اتلحر يم

Artinya : "Pada dasarnya semua yang bermanfaat boleh dilaksanakan dan semua yang mendatangkan bahaya haram dilaksanakan."

Berdasarkan aturan di atas, ia memiliki banyak keuntungan umumnya tersedia melalui uang elektronik seperti *Pertama*, transaksi lebih cepat. transaksi kedua dengan E-money relatif lebih mudah dibandingkan dengan transaksi menggunakan media lain. *Kedua*, Transaksi dapat dilakukan melalui layanan online, memungkinkan perdagangan bisa lebih cepat. *Ketiga*, transaksi e-money yang efisien memberikan kemudahan bagi

pengguna pemegang uang elektronik tidak repot membawa uang kemana-mana dengan banyak uang tunai. *Keempat*, dalam volume perdagangan Dengan menggunakan uang elektronik, Anda bisa meminimalisir kesalahan Hitung dan ubah jumlah pembayaran.

TINJAUAN PUSTAKA

Festival Budaya

Festival budaya adalah festival yang mengangkat tradisi khas Indonesia. Festival adalah suatu yang berulang, acara sosial reguler yang mengambil banyak bentuk biasanya terdiri dari urutan terkoordinasi dari peristiwa langsung maupun tidak langsung untuk berbagai tujuan. Semua anggota dari seluruh masyarakat, dipersatukan oleh etnis, bahasa, agama, hubungan sejarah dan pertukaran antar budaya (Beverly J. Stoeltje, 1992).

Festival budaya bentukan adalah festival yang diadakan oleh organisasi, masyarakat, pemerintah dengan atau tanpa melibatkan masyarakat tradisi. Tujuannya yaitu sebagai media promosi dari produk suatu organisasi yang dibalut dengan tradisi untuk menarik minat masyarakat. Festival merupakan sarana promosi untuk memperkenalkan budaya yang ada (Adrienne L. Kaepler, 1987).

Karakteristik setiap festival adalah unik dan karenanya tidak ada model standar untuk semua jenis festival. Festival memiliki banyak tujuan, seperti mencoba menyatukan hal-hal yang berbeda untuk hiburan dan pendidikan. Beberapa tujuan untuk festival buaya yaitu untuk promosi suatu usaha. Pihak BI selalu pihak yang peduli akan produk-produk perbankan, melakukan upaya promosi akan produknya lewat festival budaya yang diadakan di Lampung, yaitu festival begawi 2022. Hal tersebut diharapkan bisa meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan transaksi non-tunai yaitu dengan e-money.

Dalam festival begawi ini, pihak BI bekerjasama dengan pelaku UMKM yang ada di Lampung. Pihak UMKM dan BI telah bekerjasama dengan menerapkan pembayaran non-tunai melalui e-money. Adapun aplikasi pembayaran yang mereka gunakan yaitu OVO, GO-PAY, dan Dana.

Pengertian Promosi

Promosi adalah salah satu faktor kunci dalam keberhasilan bisnis apa pun dengan program pemasaran. Namun, jika kualitas produk konsumen belum pernah mendengarnya dan tidak yakin akan berguna bagi mereka, maka mereka tidak akan membelinya. Agar promosi menjadi efektif, perusahaan harus mengembangkan strategi dalam pemasaran produk. Kata strategi berasal dari bahasa Yunani Strategi (saratros: militer, dan ag: memimpin) yang berarti seni atau ilmu pengetahuan menjadi umum.

Strategi juga dapat diartikan sebagai rencana untuk berbagi dan penyebaran kekuatan militer dan material dalam bidang tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Konsep strategi militer sering diadaptasi dan diterapkan dalam dunia bisnis. Dalam konteks bisnis, strategi menggambarkan arah yang dituju perusahaan dan bertindak sebagai panduan untuk lingkungan dan tugas yang dipilih untuk sumber daya dan upaya organisasi (Fanji Cipto, h.3). Promosi merupakan periklanan, penjualan dan lain-lain dengan cara penjualan dan memiliki tujuan promosi (William J Stanton).

Sofian Asauri (2011 : 264) promosi adalah membuat aktivitas berdampak pelanggan terhadap permintaan akan produk/jasa. Satu promosi variabel bauran pemasaran yang sangat penting untuk diterapkan jumlah perusahaan dalam pemasaran produk dan jasa. Periklanan bukan hanya sarana komunikasi antar perusahaan dan konsumen, tetapi juga sebagai sarana pengaruh konsumen selama aktivitas pembelian atau menggunakan akun layanan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka (Rambat Lupiyadi 2013 : 178).

Menurut Gitusdarmo (2000 : 237), promosi adalah salah satu kunci sukses yang paling penting karena dapat memberikan informasi kepada konsumen dan itu bisa mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Di sisi lain, Kolter dan Armstrong (2008) "Promotion means activities that communicate the merits of the product and persuade target customers to buy it", yang artinya promosi sebagai alat komunikasi untuk penjelasan produk dan transmisi informasi untuk membujuk konsumen agar membeli sesuatu.

Menurut Husein Umar (2008: 134-135), di dalam manajemen pemasaran, kebijakan promosi biasanya dikelompokkan dalam lima aktivitas yaitu :

1. Periklanan (*advertising*) adalah jenis produk promosi komunikasi impersonal, layanan dan ide dari sponsor terkenal (cetak, media elektronik, Internet, brosur, poster).
2. Promosi Penjualan (*sales promotion*), yaitu menawarkan hadiah untuk mendorong pembelian jual beli barang dan jasa (diskon, kupon, review produk secara online, gratis, dll).
3. Hubungan Masyarakat (*publik relations*), membangun hubungan baik dengan beragam orang, organisasi untuk perhatian konsumen (siaran pers, sponsor, acara khusus, situs web, dll).
4. Penjualan personal (*personal selling*) adalah presentasi pribadi oleh perwakilan penjualan perusahaan atau sales selamanya penjualan dan membangun hubungan dengan konsumen (deskripsikan produk perusahaan sendiri).

5. Pemasaran langsung (*direct marketing*) yaitu interaksi pribadi dengan pelanggan individu yang dipilih dengan cermat untuk membina pelanggan positif (penggunaan surat langsung, telepon, televisi langsung, e-mail, Internet, dan sarana lainnya).

Uang Elektronik (E-Money)

Menurut Peraturan Perbankan Indonesia Nomor : 12 November 2009 PBI Tentang uang elektronik Uang Elektronik. Uang elektronik diterbitkan berdasarkan nilai uang yang sebelumnya disetorkan oleh pemegangnya untuk penerbit yang disimpan secara elektronik di media seperti server atau chip, dengan uangnya bukan sebagai simpanan, serta digunakan sebagai pembayaran.

Uang elektronik, biasa disebut *e-money* atau media yang menawarkan nilai uang (*store value*) dan produk Prabayar (*prepaid*) disimpan secara elektronik. Nilai uang disimpan dalam media uang elektronik dan berkurang setiap kali konsumen atau pemilik melakukan transaksi (Rachmad Usman, 2017). Pengertian tersebut merujuk pada bulan Oktober 1996, dimana *Bank For International Settlement (BIS)* (1996) mendefinisikan uang elektronik sebagai *stored-value or prepaid products in which a record of the funds or value available to a consumer is stored on an electronic device in the consumer's possession*.

Selain itu, Bank Indonesia mengatakan bahwa e-money yang tercantum dalam kategori ini bukan merupakan alat pembayaran elektronik yang menggunakan kartu kredit, ATM, dll. Alat pembayaran berbasis kartu tidak termasuk produk prepaid tetapi akses produk. Perbedaan antara prepaid product dan access product menurut Bank Indonesia, prepaid product memiliki ciri-ciri sebagai berikut. a) nilai uang dicatat dalam instrumen e-money; b) Aturan Konsumen semua dana yang tercatat dalam instrumen uang elektronik adalah milik konsumen; c) pada saat transaksi, transfer dana berupa nilai elektronik pada kartu uang elektronik bisa melalui offline, setelah itu tinggal cek dengan tuas dealer (*point sales*).

Kedua, access product (kartu debit dan kartu kredit) memiliki karakteristik sebagai berikut: a) produk kartu tidak dicatat sebagai dana; b) dana sepenuhnya dalam pengawasan bank; c) saat transaksi harus dilakukan akses online ke komputer menggunakan instrumen kartu.

Manfaat Uang Elektronik (E-Money)

Sistem pembayaran mikro telah berkembang pesat dengan kecepatan yang lebih cepat saat ini di berbagai negara. Teknologi dan kebutuhan sosial untuk menggunakan alat pembayaran sederhana, aman dan efisien. Alat pembayaran mikro adalah alat pembayaran yang dirancang untuk memproses kebutuhan perdagangan kecil tapi volume tinggi yang membutuhkan waktu pemrosesan transaksi yang lama menjadi relatif cepat (Tim Inisiatif BI 2006, 2006, hlm. 4).

Kebutuhan akan instrumen pembayaran mikro muncul karena pembayaran dilakukan dengan menggunakan alat pembayaran yang ada hari ini, uang tunai, kartu kredit, kartu debit, dll menjadi tidak praktis dan efisien. Menanggapi kebutuhan akan metode pembayaran mikro diharapkan untuk dapat memproses pembayaran dengan cepat di biaya yang relatif rendah mengingat keseluruhan nilai uang yang baik yang disimpan di lokasi yang ditentukan untuk akses offline yang cepat, aman, dan murah (Tim Inisiatif BI, 2006). Manfaat uang elektronik (Hidayachi Nuryanti, 2006) :

- 1) Pengoperasian yang mudah hanya dengan menempelkan metode pembayaran transaksi kartu atau seluler untuk transaksi bebas repot ini akan dikembalikan.
- 2) Hal ini memungkinkan kita untuk meminimalkan penggunaan uang kertas minimalisasi, minimalisasi kerusakan fisik pada peredaran uang, meminimalkan risiko peredaran uang palsu dan pencurian.
- 3) Bagus untuk pembayaran ritel kecil, frekuensi tinggi seperti tol, parkir, dan transportasi dan lain-lain.

Akad Dalam Islam

1. Wadi'ah, pemberian kuasa oleh penitip kepada orang yang menjaga hartanya tanpa kompensasi. Menurut Sjahdeini, Akad wadi'ah merupakan suatu akad yang bersifat tolong-menolong antar sesama manusia. Yaitu tolong-menolong dalam hal menyempurnakan amanat (Afif, 2013).
2. Ijarah, berasal dari kata al-ajru yang berarti al-iwadhu (ganti). Al-ijarah adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (ownership/milkiyyah) atas barang itu sendiri (Santoso et al., 2015). Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional No.09/DSN/MUI/IV/2000, Ijarah merupakan akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa/upah, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri, dengan demikian dalam akad ijarah tidak ada perubahan kepemilikan, tetapi hanya pemindahan hak guna saja dari yang menyewakan kepada penyewa (Santoso et al., 2015).
3. Wakalah, Wakalah berasal dari wazan wakala-yakilu-waklan yang berarti menyerahkan atau mewakilkan urusan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan sumber data sekunder. Jenis penelitian ini berupa studi kepustakaan. Selain itu, metode pengumpulan data yaitu dengan cara mencari literatur yang berkorelasi atau cocok dengan pokok

bahasan penelitian seperti buku, jurnal ilmiah, aplikasi analisis data, dll. Analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, dimana data yang terkumpul dideskripsikan dan kemudian dianalisis untuk menarik kesimpulan dari analisis yang dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Festival Begawi Lampung 2022

Festival Begawi adalah acara yang diadakan oleh pihak BI yang bekerjasama dengan pemerintah untuk mempromosikan pembayaran melalui uang elektronik. Dalam acara ini, pihak BI bukan hanya memperkenalkan pembayaran via online, tapi juga bermaksud untuk mengembangkan UMKM dan budaya yang ada di Lampung. Seluruh kabupaten yang ada di Lampung boleh mengikuti acara tersebut.

Semua UMKM yang mengikuti acara tersebut wajib menggunakan aplikasi pembayaran non tunai di stand-stand yang mereka buka. Hal tersebut guna meminimalisir kontak langsung antara pembeli dan penjual. Selain itu, tujuan BI mempromosikan pembayaran non-tunai yaitu untuk mengembangkan teknologi yang semakin pesat di dunia perbankan. Hal ini dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan pembayaran dimanapun dan kapanpun.

Pada saat pembukaan, pihak BI juga memperkenalkan uang baru yang dicetak oleh BI. Dan untuk memeriahkan acara tersebut, pihak acara juga mengundang band ternama Wali untuk menghibur masyarakat Lampung yang sudah mau berpartisipasi dalam memeriahkan acara tersebut.

Teknik Promosi E-Money Melalui Festival Begawi 2022

Teknik yang digunakan oleh BI yaitu dengan cara mengadakan festival Begawi di Lampung, dengan pembukaan bazar mulai dari makanan, pakaian daerah, kopi khas Lampung, dan sebagainya, dimana teknik penjualan dari semua UMKM yang mengikuti bazar harus melalui uang elektronik atau e-money. Sehingga tidak ada transaksi tunai yang dilakukan oleh masyarakat, tujuan dari pengenalan e-money sendiri yaitu untuk meminimalisir tingkat interaksi secara langsung di tengah wabah covid yang masih menghantui masyarakat. Dari empat teknik pemasaran yang ada, dalam Festival Begawi 2022, pihak BI melakukan periklanan yang untuk promosi e-money yaitu dengan cara :

1. Advertising

Sering disebut dengan iklan adalah bentuk komunikasi impersonal yang digunakan dalam bisnis barang dan jasa. Peran periklanan dalam pemasaran jasa adalah kesadaran pembeli potensial dari layanan yang diberikan; meningkatkan pengetahuan konsumen tentang layanan yang ditawarkan, meyakinkan calon pembeli untuk membeli atau menggunakan layanan Anda, untuk membedakan layanan dari bisnis

dengan perusahaan lain. Periklanan yang dilakukan pihak BI yaitu lewat media sosial, dimana pihak BI mengajak masyarakat untuk datang ke acara festival begawi dengan poster sebagai medianya.

2. Sales Promotion

Promosi yang dilakukan dengan cara memberi contoh produk. Dimana pelaku UMKM pada festival begawi meletakkan barcode dan tata cara pembayaran di depan stand mereka. Serta pihak BI yang menjelaskan penggunaan e-money secara langsung untuk umum.

Jenis Transaksi E-money Pada Festival Begawi

1. Publikasikan dan isi ulang uang elektronik, di depan penerbit. silakan masukkan jumlah terlebih dahulu menggunakan media elektronik sebagai uang elektronik. Kemudian ketika uang elektronik yang dipegang oleh pemegang sudah habis, pemegang bisa melakukan pengisian uang (top up).
2. Transaksi Pembayaran, pada dasarnya uang elektronik dilakukan dengan menukarkan uang yang ada dalam uang elektronik barang atau jasa antara pemilik pemegang dan penjual.
3. Transfer. Transfer dalam uang elektronik adalah fasilitas transfer uang elektronik antara pemegang uang elektronik melalui terminateral yang dilengkapi perlengkapan oleh penerbit (Hidayati et al., 2016).
4. Tarik tunai adalah fasilitas penarikan ke nilai uang elektronik yang tercatat dalam media uang elektronik yang dimiliki oleh pemegang yang dapat spa yang pemegang dapat lakukan kapan saja (Bank Indonesia, 2014).
5. Refund/ Redeem yaitu penukaran uang elektronik saat tidak terpakai atau tetap pada saat pemilik berhenti menggunakan uang elektronik atau tanggal kadaluarsa media uang elektronik berakhir (Bank Indonesia, 2009).

Macam-macam E-Money (Uang Elektronik)

1. Berdasarkan Medianya
Ada dua jenis media yang digunakan, yaitu :
 - a. Penerbit dan pemilik memiliki catatan penggunaan uang elektronik.
 - b. Memiliki catatan nilai uang elektronik yang hanya dikuasai oleh penerbit.
2. Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik
 - a. Reloadable, formulir isi ulang ini merupakan bentuk uang elektronik yang dapat diisi ulang apabila media kedaluwarsa atau uang elektronik kedaluwarsa tangan kedua.
 - b. Disposable, pengisian uang elektronik tidak dimungkinkan dengan formulir ini ketika tanggal kedaluwarsa atau jumlah habis.
3. Berdasarkan jangkauan penggunaannya

Dua bentuk uang elektronik tergantung pada wilayah penggunaannya :

a. Single Purpose

Jenis uang elektronik ini hanya dapat digunakan untuk pembayaran tentang beberapa jenis transaksi. Misalnya, penggunaan uang elektronik pembayaran tol atau angkutan umum.

b. Multi-Purpose

Misalnya, uang elektronik dapat digunakan untuk beberapa transaksi pembayaran ini juga digunakan untuk pembayaran tol, transportasi umum, dan bahkan belanja.

Aplikasi Pembayaran Digital Yang Diterapkan Pada Festival Begawi

1. OVO

OVO adalah aplikasi pintar. Penyediaan layanan pembayaran dan transaksi online daring (OVO cash). Pengguna bisa mendapatkan poin untuk setiap transaksi pembayaran melalui OVO. OVO cash secara umum dapat digunakan untuk berbagai jenis pembayaran yang telah berkolaborasi dengan OVO dengan cepat. Poin OVO adalah hadiah loyalitas bagi mereka yang berbisnis dengan OVO Cash dari Merchant Mitra OVO. Point ini dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik untuk ditukar pada transaksi di merchant rekanan OVO.

2. GO-PAY

Piotr Jakubowski chief Marketing Officer, Go-Jek Indonesia. Mengatakan bahwa GO-PAY adalah metode pembayaran yang ditawarkan oleh Gojek melalui aplikasinya. Pengguna aplikasi tidak perlu lagi membayar uang tunai untuk pengemudi. GO-PAY sering digunakan semua jenis layanan Go-Jek dari ojek online atau Go-Ride, Go-Food, Go-Mart. Go-Jek juga memiliki layanan pembelian pulsa atau pulsa, layanan pijat "Go-Massage" oleh pemijat profesional, bersihkan rumah (Go-Clean), layanan pemesanan tiket dari tiket konser untuk Go-Tick, layanan pemeliharaan kendaraan listrik atau go-kart dan beberapa layanan lain yang menerima GO-PAY harus di charge dulu dengan cara mengisi saldo GOPAY Anda di ATM, Mini Market, Alhamart.

3. Dana

Dana atau dompet digital Indonesia adalah salah satu layanan pembayaran digital berbasis aplikasi yang tersedia di platform android melalui Google Play Store atau platform iOS dari App Store. Aplikasi ini berguna untuk berbagai jenis transaksi pembayaran dari beli pulsa dan bayar tagihan (listrik, telepon, air ke BPJS), pembelian voucher Google Play, perhitungan cicilan dan Belanja Online. Platform DANA memiliki beberapa manfaat termasuk salah satu kasus dukungan layanan dan transaksional terlengkap.

Mekanisme Transaksi Uang Elektronik (E-Money) Pada Festival Begawi

Penyelenggaraan uang elektronik diatur secara spesifik pada Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/8/PBI/2016 mengenai perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12PBI/2009 mengenai uang elektronik, prosedur & alur transaksi uang elektronik secara generik terdapat tiga macam, yakni Single Issuer, Multi Issuer, dan Single Operator. Multi Issuer, Single Operator dan single issuer secara generik hampir sama dalam mekanismenya memakai lebih dari satu Issuer yg menerbitkan uang elektronik tetapi perbedaanya terletak dalam jumlah sistem operator yg digunakan (Siti Hidayati, 2006).

Secara sederhana, transaksi uang elektronik dimulai waktu pemegang menukarkan uang tunai pada penerbit (*Issuer*), lalu penerbit akan memberikan uang elektronik pada pemegang menggunakan nilai yg sama jumlahnya dengan uang yg disetorkan oleh pemegang pada penerbit. Setelah pemegang menerima uang elektronik, pemegang bisa menggunakannya untuk transaksi pembayaran pada pedagang (*Merchant*), secara langsung nilai uang elektronik pemegang akan berkurang sehabis pemegang melakukan transaksi pembayaran. Kemudian pedagang (*Merchant*) bisa menukarkan nilai uang elektronik yang diperoleh menurut pemegang pada penerbit (*Issuer*).

SIMPULAN

Pada dasarnya perkembangan transaksi secara non-tunai sudah banyak diketahui oleh kalangan masyarakat. Salah satu transaksi non-tunai yang di promosikan oleh pihak BI yaitu e-money. Uang elektronik, biasa disebut e-money atau media yang menawarkan nilai uang (*store value*) dan produk Prabayar (*prepaid*) disimpan secara elektronik.

Pihak Kpw BI Lampung melakukan promosi tentang e-money dengan mengadakan festival Begawi di Lampung, dengan pembukaan bazar mulai dari makanan, pakaian daerah, kopi khas Lampung, dan sebagainya, dimana teknik penjualan dari semua UMKM yang mengikuti bazar harus melalui uang elektronik atau e-money. Sehingga tidak ada transaksi tunai yang dilakukan oleh masyarakat, tujuan dari pengenalan e-money sendiri yaitu untuk meminimalisir tingkat interaksi secara langsung di tengah wabah covid yang masih menghantui masyarakat.

Aplikasi pembuatan digital yang dipromosikan oleh pihak BI melalui e-money yaitu dengan beberapa aplikasi seperti OVO, Dana, dan GO-PAY. Penerapan e-money diharapkan dapat mempermudah pembayaran non-tunai yang akan dilakukan masyarakat. Pihak bank juga berharap agar masyarakat lebih menyukai transaksi non-tunai guna memperkecil transaksi secara langsung di tengah wabah covid yang masih beredar di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Laham, Mohamad. 2009. "Perkembangan Uang Elektronik dan Dampaknya Terhadap Peran Bank Sentral dan Kebijakan Moneter." *Isu-isu dalam Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Informasi* 6, 339-349

Anam, Choiril. 2018. "E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah." *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law* 2 (1), 95-112. <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1049>

Anifa, Friti, Anisa Anisa, Nailatul Fadhila, and Ida Farida Adi Prawira. 2020. "Tingkat Kemudahan dan Manfaat pada Penggunaan Layanan Go-Pay bagi Minat Pengguna di Indonesia." *Jurnal Saintifik Manajemen Dan Akuntansi* 3 (1), 37-49. <http://ejournal.winayamukti.ac.id/index.php/Organum/article/view/75>

Bahri, Asep Saiful. 2010. "Konsep uang elektronik dan peluang implementasinya pada perbankan syariah: studi kritis terhadap peraturan bank indonesia nomor 11/12/pbi/2009 tentang uang elektronik." Jakarta: Fakultas Syariah Dan Hukum UIN Jakarta. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/839>

Bauman, Richard, 1992. "Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments." Pers Universitas Oxford. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=816xg1rW7J4C&oi=fnd&pg=PP2&dq=info:5YSDFVA0PqMJ:scholar.google.com/&ots=IFFdPdR5dz&sig=lo8O9ACm81a2R5WMzlhScxkWI_c&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Darmayanti, Luh Putu Eka and Agus Putu Abiyasa. 2022. "Adaptasi Social Media Marketing sebagai Strategi mempertahankan Eksistensi di Tengah Pandemi Covid-19." *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis* 13 (2), 252-266. <https://doi.org/10.33059/jseb.v13i2.3498>

Hidayati, Siti, Ida Nuryanti, Agus Firmansyah, Aulia Fadly, Isnu Yuwana Darmawan. 2006. "Operasional e-money." Jakarta : Bank Indonesia, h.1-0. https://scholar.google.com/scholar?q=related:oNjt09htPH4J:scholar.google.com/&hl=en&as_sdt=0,5#d=gs_qabs&t=1665911073169&u=%23p%3DoNjt09htPH4J

Hollanders, Marc, "Innovations in Retail Payments and the BIS Statistics on Payment and Settlement Systems." *Bank for International Settlements: IFC Bulletin*, 31, 2009, 431-38. <https://econpapers.repec.org/bookchap/bisbisifc/31-31.htm>

Kaeppler, L Andriana. 2002. "Pacific Festivals and Ethnic Identity". *Seni Pasifik* 5-19. <https://www.jstor.org/stable/23411389>

- Muamar, Afif. 2017. "Electronic money (e-money) in maqashid al-sharia perspective." *Journal of Islamic Economics Lariba*, h.75-84. <https://journal.uui.ac.id/JIELariba/article/view/9657>
- Permana, Iwan. 2020. "Penerapan Kaidah-Kaidah Fiqih Dalam Transaksi Ekonomi Di Lembaga Keuangan Syariah." *Tahkim* 3 (1), 17-38. 10.29313/tahkim.v3i1.561
- Ramadani, Laila. 2016. "Pengaruh penggunaan kartu debit dan uang elektronik (E-Money) terhadap pengeluaran konsumsi mahasiswa." *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan* 8 (1), 1-8. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=Menurut+Listfield+dan+Montes+Negret+sistem+pembayaran&btnG=#d=gs_qabs&t=1665910148435&u=%23p%3Dbq5lwahv05oJ
- Ratu, Intan Kesuma, Muhammad Iqbal Fasa. 2022. "Meningkatnya Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Berbasis Server Dimasa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Syariah." *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah* 3 (1), 63-82. <https://doi.org/1051339/nisbah.v3i1.405>
- Satria, Arief Adi. 2017. "Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2 (1), 45-53. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/436>
- Syarifuddin, Amir. 2019. "Garis-garis besar fiqh." Jakarta : Kencana. http://perpustakaan.bppsdmk.kemkes.go.id//index.php?p=show_detail&id=1541