

Dua Sisi Cashless : Tinjauan Individu dan Ekonomi Makro

Muhammad Helmi Falah^{1*}, Ayudia Sokarina²

¹²Universitas Mataram

*helmifallah@gmail.com

Abstrak

Sektor ekonomi digital mengalami peningkatan sebesar 10,58% pada tahun 2020 dibanding tahun 2019 di tengah sektor lainnya mengalami penurunan selama tahun 2020 akibat pandemi covid-19. Pertumbuhan tersebut tidak terlepas oleh meningkatnya pengguna metode pembayaran non tunai (cashless) sebagai bagian dari ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan scoping review untuk mengidentifikasi korelasi financial literacy, pemerataan distribusi literasi, dan herding behaviour dalam tinjauan individu maupun ekonomi makro. Hasil analisis menyatakan bahwa cashless payment memiliki kelebihan dan kekurangan dalam tinjauan individu maupun kelompok. Pengguna metode cashless terbagi menjadi 2 yakni individu yang memiliki kebijaksanaan pengelolaan keuangan dan individu yang memiliki kecenderungan berperilaku herding behaviour yang negatif dan konsumtif. Perilaku herding behaviour yang negatif dan konsumtif dalam tinjauan ekonomi makro jangka pendek memiliki pengaruh peningkatan pendapatan negara dari pajak atas banyaknya jumlah dana berputar. Namun dalam tinjauan ekonomi makro jangka panjang, perilaku herding behaviour yang negatif dan konsumtif ditambah dengan kondisi demografi Indonesia dengan angka angkatan kerja yang banyak akan menyebabkan rendahnya angka investasi sehingga berpotensi menjadi bencana demografi.

Kata Kunci: Cashless, Financial literacy, Ekonomi Makro

Abstract

The digital economy sector increased by 10.58% in 2020 compared to 2019 while other sectors experienced a decline in 2020 due to the COVID-19 pandemic. This growth is inseparable from the increasing use of cashless payment methods as part of the digital economy. This study uses a qualitative approach with scoping review to identify correlations of financial literacy, equitable distribution of literacy, and herding behavior in individual and macroeconomic reviews. The results of the analysis state that cashless payments have advantages and disadvantages in individual and group reviews. Users of the cashless method are divided into 2, namely individuals who have financial management policies and individuals who have a tendency to behave in a negative and consumptive herding behavior. Negative and consumptive herding behavior in the short-term macroeconomic review has the effect of increasing state revenue from taxes on the large number of revolving funds. However, in a long-term macroeconomic perspective, negative and consumptive herding behavior coupled with Indonesia's demographic conditions with a large number of labor force will lead to low investment rates so that it has the potential to become a demographic disaster.

Keywords: Cashless, Financial literacy, Macro economics

PENDAHULUAN

Sektor ekonomi digital menjadi salah satu tulang punggung pemulihan perekonomian nasional selama pandemi. Terbukti dengan pertumbuhan sektor ekonomi digital sebesar 10,58% pada tahun 2020 dibanding tahun 2019 yang tumbuh sebesar 9,42% di tengah sektor lainnya yang mengalami penurunan selama tahun 2020. Sektor ekonomi digital memberikan kontribusi positif tertinggi sebesar 0,57% bagi pertumbuhan kumulatif PDB Indonesia sepanjang tahun 2020 (BPS, 2021). Pertumbuhan sektor ekonomi digital memberikan momentum pemulihan ekonomi di tengah ketidakpastian situasi pandemi.

Riset sejenis yang dilakukan oleh e-Conomy SEA 2021 (Google, Temasek, dan Bain & Company) yang memproyeksikan sektor ekonomi digital Indonesia diperkirakan mencapai USD 70 miliar atau Rp 997 triliun pada tahun 2021. Proyeksi ekonomi ini dikalkulasikan berdasarkan Gross Merchandise Value (GMV) dari kontribusi empat sub-sektor: e-commerce (69,36%), ride-hailing (transport and food) (10,40%), online travel (7,51%), dan online media (12,72%) dengan nilai kontribusi terbesar dari sub-sektor e-commerce. E-commerce berpotensi menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia bukan hanya di masa pandemi tetapi juga untuk tahun-tahun selanjutnya setelah pandemi.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia tersebut tidak terlepas oleh banyaknya pengguna metode pembayaran non tunai (cashless) sebagai bagian dari ekonomi digital dan jumlah tersebut terus meningkat. Menurut Bank Indonesia (2016) *Less Cash Society* (LCS) adalah suatu kondisi dimana masyarakat telah terbiasa menggunakan instrumen nontunai untuk bertransaksi dalam setiap aktivitas ekonominya. Pengguna pembayaran non tunai terbagi menjadi 2 kelompok yakni kelompok dengan *financial literacy* baik dan kelompok dengan *financial literacy* yang tidak baik.

Penelitian terdahulu yang mengkaji ekonomi digital telah banyak dilakukan seperti Simanjuntak (2019) yang menyoroti bahwa Indonesia yang beberapa tahun terakhir ini lebih aktif dalam membuat dan menyesuaikan kebijakan untuk mengatur perdagangan berbasis online (*e-commerce*). Namun hal tersebut belum diimbangi oleh kesiapan masyarakat seperti yang disampaikan oleh Abbas (2017) dalam penelitiannya tidak menemukan adanya kemajuan perkembangan yang cepat dalam indikator kesiapan *cashless society* pada penerapannya di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Aminata & Sjarif (2020) menunjukkan bahwa transaksi kartu debit/ATM dan *electronic money* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Widagdo (2016) juga menyatakan bahwa berkembangnya *e-commerce* mendorong pertumbuhan ekonomi kewilayahan yang lebih merata. Kemudian, secara spesifik, penelitian oleh Syamruddin et al., (2021) menunjukkan transaksi *e-commerce* juga meningkat drastis selama pandemi Covid-19.

Sejumlah penelitian di atas lebih banyak membahas tentang fenomena *cashless* ditinjau pada perspektif tunggal seperti kebijakan terkait *cashless*, kesiapan masyarakat terkait kemajuan metode pembayaran, hubungan *e-commerce* terhadap pertumbuhan ekonomi dan suku bunga, namun sejauh ini belum ditemukan pembahasan yang mengelaborasi antara *financial literacy* masyarakat menghadapi perkembangan ekonomi digital, serta dampaknya terhadap ekonomi makro.

KAJIAN PUSTAKA

Aliyudin (2020) Ekonomi digital merupakan salah satu lanskap ekonomi yang memanfaatkan kemajuan teknologi digital, meliputi sistem pembayaran dan pembiayaan, media

bertransaksi, perdagangan elektronik, hingga distribusi barang atau jasa secara digital. Salah satu bagian penting yang menjadi penopang ekonomi digital ada peningkatan penggunaan metode pembayaran *cashless* sehingga memingkatkan jumlah perputaran dana beredar dan penerimaan pajak. *Cashless society* merupakan suatu kondisi ekonomi dimana transaksi keuangan tidak lagi dilakukan dalam bentuk uang kartal maupun giral, sehingga lebih memanfaatkan transfer informasi secara elektronik atau digital antara pihak-pihak yang bertransaksi (Chakravorti & Mazzotta, 2016).

Disisi lain *cashless* memiliki pengaruh negatif bagi pengguna yang tidak memiliki *financial literacy* yang baik sehingga tidak bijak dalam pengelolaan keuangan. *Financial literacy* adalah kemampuan untuk memahami dan menerapkan berbagai keterampilan keuangan, seperti manajemen tabungan pribadi, membuat penganggaran, dan investasi. Konsumerisme merupakan sebuah ideologi yang membuat individu atau sekelompok individu menjalankan proses konsumsi atau pemakaian suatu barang produksi secara berlebihan, dengan sadar, serta menunjukkan pola konsistensi dan berkelanjutan dimana pembelian barang-barang tersebut hanya didasari oleh keinginan semata dan tidak mempertimbangkan prioritas kebutuhan (Armawi, 2017). Jati (2015) menyebutkan bahwa teknologi memberikan banyak sentuhan kemudahan dalam barang sehingga menciptakan rasa kecanduan bagi publik untuk melakukan konsumsi, sehingga kemudahan teknologi termasuk perkembangan ekonomi digital dapat meningkatkan budaya konsumerisme.

Dalam perspektif ekonomi makro, perilaku konsumtif tersebut akan menciptakan bencana demografi karena terpadukan dengan jumlah penduduk usia produktif yang lebih banyak daripada usia tidak produktif. Penduduk yang termasuk angkatan kerja adalah penduduk usia kerja (15 tahun dan lebih) yang bekerja, atau punya pekerjaan namun sementara tidak bekerja dan pengangguran.

METODE PENELITIAN

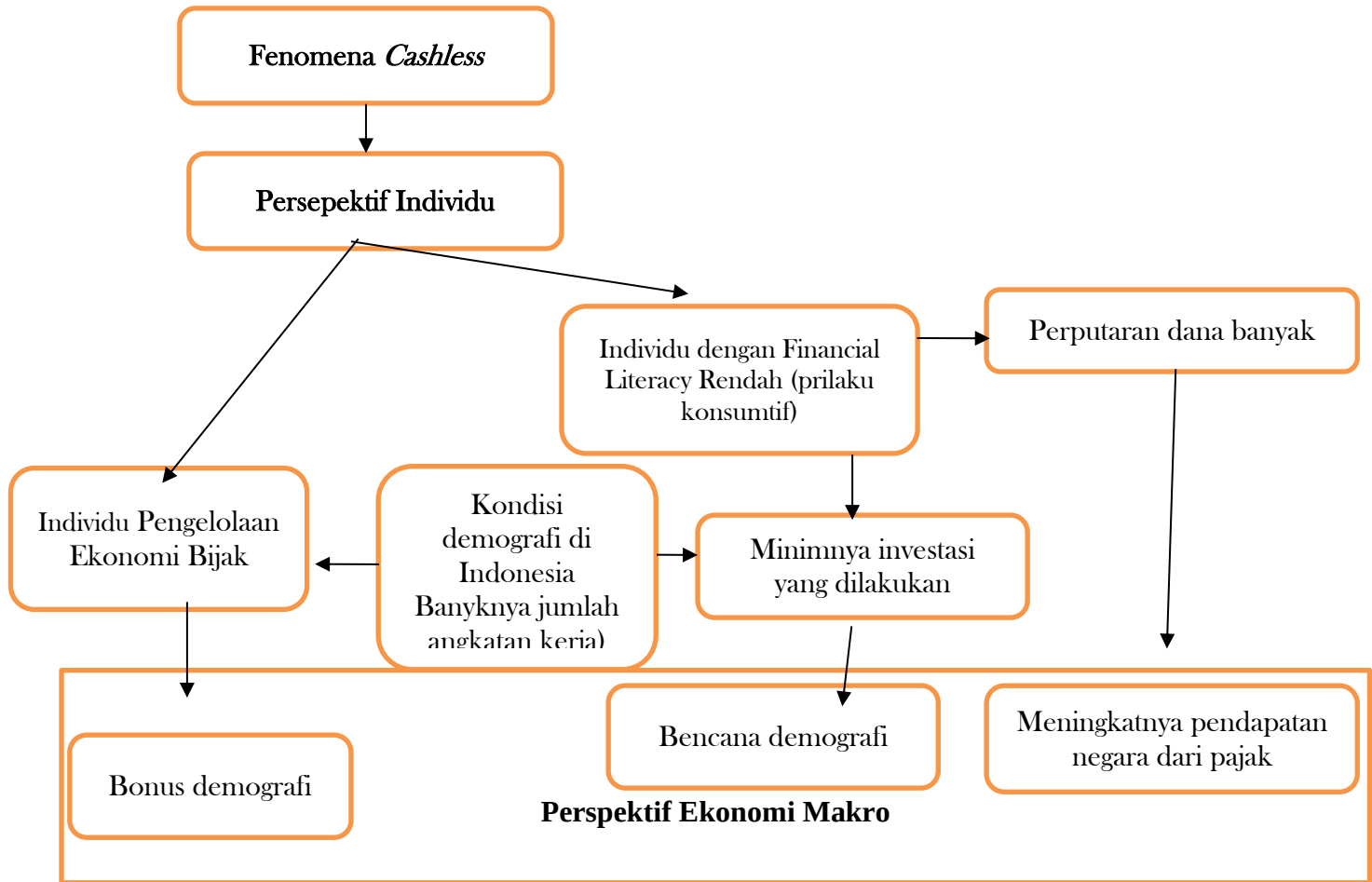
Penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan *scoping review* untuk mengidentifikasi korelasi antara *financial literacy* masyarakat menghadapi perkembangan ekonomi digital, dampaknya terhadap *herding behaviour*, yang berimplikasi terhadap perekonomian makro. *Scoping review* merupakan metode yang digunakan untuk mengidentifikasi literatur secara mendalam dan menyeluruh yang diperoleh melalui berbagai sumber dengan berbagai metode penelitian serta memiliki keterkaitan dengan topik penelitian.

Ruang lingkup penelitian adalah (i) meninjau perkembangan praktik *cashless society* di Indonesia, (ii) mengidentifikasi motivasi pengguna *cashless payment* pada *cashless society*, dan, (iii) meninjau kaitan *cashless society* dengan budaya konsumerisme dan ekonomi makro.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil tinjauan dari beberapa literatur terkait topik dengan kriteria terakreditasi sinta untuk jurnal Indonesia dan terakreditasi scopus untuk jurnal Internasional. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyajian data dan penarikan kesimpulan untuk memberikan saran kepada pemangku kebijakan dan pihak lain yang terkait dengan perkembangan *cashless society*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Rerangka konseptual penelitian



Gambar 1. Rerangka Konseptual Penelitian

Pengantar

Bank Dunia (2020) yang menyebutkan bahwa 53,7% penduduk Indonesia adalah pengguna aktif internet, dengan 88,1% diantaranya adalah pengguna aktif *e-commerce* yang merupakan tertinggi di dunia, baik sebagai konsumen, distributor/supplier, maupun penjual. Besarnya nilai transaksi dan pengguna aktif *e-commerce* ini sangat mendukung berkembangnya iklim penggunaan transaksi elektronik sebagai salah satu contoh penerapan *cashless payment*. Bank Indonesia (2021) menyebutkan terdapat kenaikan signifikan pada volume dan nominal transaksi uang elektronik sejak tahun 2017. Pada tahun 2020, terdapat 6,2 milyar transaksi uang elektronik dengan nominal mencapai 282,86 triliun rupiah dengan tren yang terus meningkat hingga tahun-tahun selanjutnya.

Diwilayah ASEAN transaksi *cashless* Indonesia masih tertinggal di bawah Thailand dan Filipina. Sedangkan negara ASEAN yang hampir 75% menggunakan transaksi *cashless* adalah Singapura yang disusul Vietnam di urutan kedua. Inklusi keuangan harus diperkuat melalui infrastruktur yang memadai (Bayero, 2015) sehingga kompetensi digital juga ikut meningkat. Karena kompetensi digital adalah prasyarat untuk *cashless* ekonomi (Salman & Saleem, 2017). Kendati demikian, ekonomi digital Indonesia telah memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia. Berikut adalah beberapa faktor utama yang menyebabkan

persentase pengguna metode *cashless* di Indonesia kalah dibanding negara di Asia Tenggara lainnya adalah masyarakat yang heterogen dengan tingkat pendidikan belum merata, infrastruktur penggunaan metode *cashless* yang belum merata.

Cashless di Negara Maju

Dalam kasus negara maju, penggunaan uang elektronik sudah menjadi perilaku keseharian. Publik terutama kalangan kelas menengah memahami betul tentang pentingnya penggunaan uang elektronik dalam transaksi sehari-hari. Hal ini terjadi karena sisi kepraktisan yang ingin didapatkan oleh penggunaannya. Karakteristik transaksi belanja yang biasanya berlaku dalam karakter konsumsi kelas menengah negara maju adalah *impulsive buying* yang mengandalkan transaksi belanja yang tidak direncanakan sebelumnya. Oleh karena itu penggunaan saldo dalam jumlah yang besar menjadi suatu keharusan untuk menunjang kebutuhan konsumtif tersebut. Pada akhirnya uang elektronik menjadi kebiasaan masyarakat yang tidak hanya digunakan untuk berbelanja, namun juga mengakses pelayanan publik secara komprehensif.

Motivasi Penggunaan E-Payment di Indonesia

Penggunaan *e-money* pada dasarnya dapat mengakibatkan dampak positif dan negatif pada penggunaannya. Dampak positif yang dirasakan adalah kemudahan dalam melakukan transaksi dan resiko kehilangan akibat tindakan kejahatan seperti pencurian dan perampokan dapat dihindari. Jika dilihat dari sisi positif penggunaan metode *cashless*, terdapat berbagai keuntungan yang dapat dirasakan oleh pengguna antara lain: (1) *merchant* tidak perlu menyiapkan uang pecahan kecil untuk uang kembalian. (2) pengguna tidak perlu membawa banyak uang *cash* saat berbelanja. (3) pembayaran untuk belanja *online* semakin mudah dilakukan kapanpun dimanapun (Ramadhan et al., 2016).

Di sisi lain penggunaan *e-money* juga berdampak negatif yaitu perilaku konsumtif. (Ramadani, 2019) menyebutkan bahwa pengeluaran konsumsi dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah perkembangan teknologi, yang mana perkembangan teknologi ini memicu arus transaksi non tunai. Ulayya & Mujiasih (2020) menyebutkan semakin mudahnya transaksi jual-beli dengan *e-money* saat ini membuat masyarakat rentan dengan perilaku konsumtif, khususnya pada remaja, yang mana mereka harus mengontrol diri dari budaya konsumtif yang semakin berkembang. Selain itu, beberapa kajian juga menunjukkan bahwa penggunaan *e-money* memiliki pengaruh terhadap perilaku keuangan maupun perilaku konsumtif pada mahasiswa ((Ramadhan et al., 2016))

Kecenderungan dan motivasi masyarakat yang sebenarnya dalam menggunakan metode *cashless* dijelaskan dalam riset Ipsos Marketing Summit (2020). Hasil riset menemukan bahwa 25% pengguna metode *cashless* dari total sampel berkarakter Joy Seekers, yakni bertujuan hanya untuk memperoleh diskon dan promo. Sementara 26% lainnya adalah The Assured, yakni yang memanfaatkan *e-payment* karena kepraktisan dan kenyamanannya, serta telah memahami tujuan dan manfaat penggunaan *cashless payment*.

Tab 1. tipe pengguna metode cashless di Indonesia

No	Tipe Pengguna E- payment	Persentase	Keterangan
1.	Joy Seekers	25%	Memberikan pengalaman menyenangkan
2.	The Assured	26%	Praktis, nyaman, dan aman
3.	The Careful	19%	Mudah dalam memantau dan mengontrol pengeluaran
4.	The Unique	11%	Teknologi terbaru yang bermanfaat

5.	The Expanders	10%	Kecanggihan dan kesempurnaan, mendambakan teknologi tanpa batas
6.	Relationship Builders	9%	Menghargai loyalitas dan kepemilikan

Sumber: Ipsos Marketing Summit (2020) - The Next Cashless Society

E-commerce, Cashless Society dan Budaya Konsumerisme

Nielsen *Global Survey of Consumer Confidence and Spending Intentions*, mengemukakan bahwa Indonesia termasuk sebagai 3 negara teratas yang paling memiliki tingkat kepercayaan konsumen dan insentivitas keinginan belanja tertinggi di dunia (nielsen.com, 2016). Adapun Generasi Milenial yang dikenal sebagai pembelanja online terbesar di Indonesia (republika.co.id, 2017). Berdasarkan hasil riset yang dilakukan oleh Snapcart, berdasarkan usia, setengah atau 50% pembelanja online merupakan Generasi Milenial (berusia antara 25-34 tahun) (marketeers.com, 2018). Dari beberapa kategori usia generasi milenial, generasi milenial yang paling konsumtif adalah *first jobbers*, yakni orang-orang yang saat ini berusia di awal 20-an dan baru memiliki pekerjaan (cnnindonesia.com, 2018). Hal ini disebabkan karena mereka baru memiliki pendapatan sendiri, dan masih bisa menggunakan seluruh pendapatan tersebut untuk dirinya sendiri. Salah satu faktor yang diduga dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif adalah kurangnya literasi keuangan (Tenriawaru et al., 2018). Perilaku konsumtif menurut Pratiwi & Yani (2016) terdiri atas 3 dimensi yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan.

Pada 2020 mendatang, generasi milenial diprediksi akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia karena berkurangnya generasi Baby Boomer dan Generasi X (Alvara Research Center, 2017). Oleh sebab itu, ketidaksiapan generasi milenial dalam menghadapi tantangan masa depan dengan rendahnya *financial literacy* akan menjadi boomerang bagi perekonomian Indonesia. Permasalahan finansial yang dihadapi generasi milenial jika terbiasa dengan pola hidup konsumtif sehingga rendahnya tabungan dan investasi yang dimiliki adalah pengeluaran lebih besar dari pendapatan, pinjaman yang bertambah.

Tingkat literasi keuangan generasi milenial sangat rendah yaitu 24 persen dibandingkan generasi sebelumnya. Generasi milenial tidak memiliki tujuan keuangan yang jelas meskipun berpenghasilan tinggi (Mottola, 2014). Generasi milenial meskipun berpenghasilan tinggi tidak menjamin hidupnya lebih baik dari generasi sebelumnya. Kondisi literasi keuangan Indonesia menurut Otoritas Jasa Keuangan masih tergolong rendah. *E-money* terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, jika dilihat dari volume transaksi. Pertumbuhan pengguna *cashless* jauh lebih banyak dibandingkan dengan pertumbuhan pengguna kartu kredit. (marketeers.com, 2017).

Kemudahan transaksi *cashless* ditambah dengan masifnya strategi marketing produsen menumbuhkan perilaku konsumtif di masyarakat. Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku yang terkesan irrasional dan berlebihan dalam mengkonsumsi suatu produk yang dapat tercermin dari sikap pemborosan, pembelian yang berlebihan (*impulsive buying*), serta pembelian yang tidak terencana dan tidak sesuai kebutuhan (*unplanned buying*). Penelitian yang dilakukan oleh Ainy (2020) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif masyarakat sedangkan Rachmawati (2019) menyebutkan bahwa banyaknya bisnis online mempengaruhi gaya hidup konsumtif.

Kebijakan Pemerintah Terkait Transaksi Non Tunai

Keterlibatan Indonesia dalam forum-forum ekonomi dunia telah sedikit mempengaruhi kebijakan ekonomi di Indonesia, salah satunya adalah kebijakan mengenai sistem pembayaran. Adiyani (2015) Di Indonesia sistem pembayaran secara umum masih menggunakan uang tunai sebagai alat pembayaran, padahal dengan banyaknya uang yang beredar di masyarakat dapat memicu meningkatnya inflasi. Inilah yang membuat beberapa negara lain seperti Jepang,

Singapura, Inggris dan Amerika Serikat sudah terlebih dahulu menerapkan sistem pembayaran menggunakan uang elektronik.

***Fintech Cashless* dan jumlah dana beredar**

Analisis empiris menunjukkan bahwa dengan adanya *fintech*, maka kondisi perekonomian sebuah negara akan meningkat (Harahap et al., 2017). (Harahap et al., 2017) memperlihatkan semakin besar jumlah transaksi *fintech* pada perekonomian sebuah negara, maka akan meningkatkan velositas uang beredar. Diharapkan melalui *fintech*, baik inklusi keuangan maupun literasi keuangan dapat ditingkatkan. Di Indonesia, terdapat pertumbuhan signifikan faktor katalis yang dapat mempercepat inklusi keuangan dan *cashless society*. Revolusi digital akan membuat ekonomi Indonesia mencapai potensi kenaikan uang elektronik sebesar 3.000 triliun rupiah untuk pendanaan serta 47 triliun rupiah pendapatan biaya pada saat itu. Pemerintah sebagai pembuat regulasi dan keamanan jaringan terkait data pribadi perseorangan yang menjadi fokus utama dalam menentukan arah dan kebijakan sehingga mampu memberikan rasa kepercayaan dan kenyamanan kepada para nasabah, konsumen, maupun para pelaku industri keuangan di Indonesia (Palinggi & Allolinggi, 2020).

Rendahnya literasi Keuangan dan Kerugian Jangka Panjang

Literasi keuangan adalah pemahaman menyeluruh tentang konsep produk atau layanan keuangan, kemampuan untuk menilai risiko keuangan dan peluang untuk membuat keputusan keuangan, membangun kebiasaan dan perilaku keuangan yang baik (Pillai et al., 2010). Hasil survei yang dilakukan oleh OJK tahun 2016, tingkat literasi keuangan di Indonesia adalah 29,7% dimana angka tersebut masih di bawah negara ASEAN lainnya, seperti Filipina (27%), Malaysia (66%), Thailand (73%) dan Singapura (98%). Tingkat literasi keuangan yang rendah dilatarbelakangi karena industri keuangan sudah semakin kompleks dan rata-rata masyarakat kurang mampu menghadapi perubahan tersebut (Arceo & Villagomez, 2017). Pembuatan keputusan yang salah akan berakhir pada pengelolaan ekonomi yang buruk dan tidak efektif dapat mengakibatkan perilaku masyarakat yang rentan akan krisis keuangan (Braunstein & Welch, 2002) dan berpotensi mengalami kerugian akibat kejahatan (*fraud*) di sektor keuangan seperti penipuan investasi bodong. Tingkat literasi keuangan sangat dipengaruhi oleh demografi dari individu tersebut. Wanita, kaum minoritas dan golongan berpenghasilan rendah cenderung memiliki tingkat literasi keuangan yang rendah (Amari & Jarboui, 2015). Begitu pula dengan usia dimana sangat menentukan sudut pandang orang terhadap sesuatu. Generasi milenial merupakan generasi yang mereka tumbuh bersama lahirnya komputer dan internet sehingga dapat dikatakan mereka memiliki kecerdasan alam dan keterampilan dalam menggunakan teknologi baru (Carrasco-Gallego, 2017). Beberapa penelitian sebelumnya telah menguji tingkat literasi keuangan pada anak muda (Das, 2017; Friedline & West, 2015; Mottola, 2014). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan dewasa muda masih sangat rendah meskipun mereka tergolong *financially active*.

Fakta yang membuat urgensi untuk melek pengetahuan keuangan menjadi lebih tak terelakkan adalah bahwa secara empiris telah ditunjukkan bahwa mereka yang tidak melek finansial telah sangat berkorelasi dengan perilaku keuangan yang kurang optimal yang pada akhirnya mengakibatkan kerugian jangka panjang (Stolper & Walter, 2017). Seperti yang terjadi di Amerika, ditemukan dalam penelitian *Global Financial literacy Excellence Center* yang menemukan bahwa milenial yang memasuki pasar kerja saat ini dihadapkan pada sejumlah besar hutang yang timbul dari pinjaman mahasiswa dan kartu kredit (Scheresberg & Lusardi,

2014). Stolper & Walter (2017) menekankan bahwa kemampuan kognitif tidak dapat sepenuhnya dipertanggungjawabkan untuk mengukur literasi keuangan seseorang, meskipun dikonfirmasi pada korelasi yang kuat antara keduanya. Carpena & Zia (2011) mendefinisikan literasi keuangan memiliki tiga dimensi yaitu 1) Keterampilan komputasi dasar, 2) Pengetahuan keuangan dasar, dan 3) Perilaku dan sikap keuangan.

Ekonomi digital dan pendapatan negara

Peran *fintech* dalam membantu penerimaan pajak negara tidak disertai dengan regulasi terkait perpajakan bagi perusahaan *start up fintech* tersebut. Pada prinsipnya, setiap tambahan penghasilan atau kekayaan wajib dikenakan pajak. Pendekatan pajak disesuaikan dengan klasifikasi industri keuangan, yang berdasarkan kajian Direktorat Jendral Pajak terdapat lima jenis aktivitas *fintech*. Pertama, *fintech* jasa pembayaran seperti *crowd funding* atau P2P Lending. Berdasarkan ketentuan perpajakan, keuntungan yang didapat dari pelaku bisnis ini seharusnya dikenakan PPh Pasal 23 sebesar 2% dari total pendapatan dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) sebesar 10% atas penyerahan jasa. Kedua, *fintech* perdagangan *software* keuangan. Pajak yang menasar *fintech* jenis ini adalah PPN sebesar 10% atas penyerahan barang tidak berwujud. Ketiga, *fintech* jasa riset penilaian kredit. Sama halnya dengan sebelumnya, *fintech* jenis ini juga dapat dikenakan PPN sebesar 10% atas penyerahan jasa penilaian kredit. Keempat, *fintech* di bidang manajemen investasi. *Fintech* jenis ini dikenakan PPh Pasal 23 sebesar 2% dari total pendapatan dan PPN sebesar 10% atas penyerahan jasa. Kelima, *fintech* yang bergerak di bidang jasa keuangan dan asuransi termasuk tabungan, pinjaman, dan permodalan secara umum dikenakan PPh Pasal 23 sebesar 15% atas pendapatan yang berasal dari bunga pinjaman, dividen, atau keuntungan lainnya (mucglobal.com).

Potensi pendapatan yang besar tersebut belum dapat diperoleh secara sempurna dikarenakan sistem perpajakan di Indonesia yakni sistem perpajakan selfassessment. Sistem perpajakan *selfassessment* adalah wajib pajak diberikan kepercayaan untuk menghitung, membayar, dan melaporkan sendiri pajak yang seharusnya terutang. Menurut Adrian (2018) bahwa *FinTech* berkembang pesat sejak POJK 77 tahun 2016 diresmikan. Pada Januari 2018 total dana yang dipinjam mencapai Rp. 3 triliun, pada Desember 2017 angka ini baru mencapai Rp 300 miliar. Hingga saat ini, terdapat Rp 350 Miliar peminjam dana dari p2p lending. Adapun pemberi mencapai 150 ribu, baik berasal dari individu, maupun institusi di dalam negeri dan luar negeri. Pengguna yang berperan sebagai pelaku bisnis memberi dampak pendapatan bagi negara sehingga terjadi peningkatan dalam sisi PDB. Pemerintah terus berupaya memberikan perlindungan terhadap para pelaku digitalpreneurs ini agar terus menciptakan gagasan atau ide kreatif dalam dunia bisnis (Nurangaeni, 2017).

Belum Maksimalnya Pendapatan Pajak Atas Ekonomi Digital

Kendala penarikan pajak dari ekonomi digital, yaitu : (1) Pemerintah masih sulit menentukan subjek pajak, dalam hal ini menurut Aliyudin (2020) pajak dari *Fintech* secara prinsip termasuk kedalam pajak penghasilan hanya saja regulasi yang tepat belum tersusun. (2) Banyaknya *fintech* yang melakukan pencatatan pendapatannya di luar negeri, karena tidak sedikit perusahaan *fintech* yang berasal dari luar negeri, dalam aturan OJK No. 77 Tahun 2016 tentang layanan pinjaman meminjam berbasis teknologi informasi perusahaan asing bisa mendaftarkan perusahaannya pada OJK, dalam pasal 3 menyebutkan bahwa penyelenggara atau badan hukum asing maksimal mempunyai saham perusahaan sebesar 85%. Untuk sementara ini pengenaan pajak perusahaan *Fintech* masih mengacu pada Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 23

Tahun 2018 tentang PPh atas penghasilan atas usaha yang diterima atau diperoleh wajib pajak yang memiliki peredaran bruto tertentu dan Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 197 tahun 2013 tentang PPn, akan tetapi menurut (Aliyudin, 2020) potensi penerimaan pajak dari industry ini tidak bisa maksimal karena aturan spesifiknya belum ada.

Pengaruh *Financial Technology* terhadap Pertumbuhan Ekonomi Jangka Pendek

Inovasi *fintech* merupakan suatu hal yang dapat disebut dengan disruptive innovation, karena mampu menjadi pesaing perusahaan besar. Layanan *fintech* mampu memberikan layanan keuangan kepada pelanggan dengan biaya yang lebih efektif dan cara yang lebih nyaman dibandingkan dengan layanan keuangan lainnya. Dengan banyak keuntungan yang mampu dihadirkan oleh *fintech* maka munculnya pertumbuhan *fintech* mampu mempengaruhi inflasi karena mengurangi biaya yang seharusnya tercemin dalam tingkat inflasi (Narayan & Sahminan, 2018). Narayan & Sahminan (2018) menunjukkan bahwa *fintech* mampu menurunkan biaya dan meningkatkan kualitas layanan keuangan, tetapi terdapat potensi risiko stabilitas keuangan yang berasal dari *fintech* dan andilnya dalam perekonomian dan pasar keuangan masih relatif kecil.

Dengan berbagai keuntungan yang telah diberikan oleh *fintech* mampu mengurangi nilai inflasi karena akan menurunkan biaya. Inflasi di Indonesia yang selama 20 tahun terakhir terus mengalami fluktuasi, tidak selamanya memiliki dampak buruk bagi perekonomian di suatu negara dalam konteks ini adalah Indonesia. Dengan adanya pengurangan biaya produksi yang mampu dihasilkan oleh *fintech*, maka akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Jika Inflasi di Indonesia dapat dikendalikan maka seharusnya inflasi yang terjadi mampu memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dalam jangka pendek yang nantinya akan membuat harga naik dan output juga naik (Ahluwallyah, 2013).

KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah fenomena penggunaan metode *cashless* memiliki dua sisi jika dilihat dari perspektif individu maupun ekonomi makro. Pengguna metode *cashless* terbagi menjadi 2 yakni individu yang memiliki kebijaksanaan pengelolaan keuangan dan individu yang memiliki kecenderungan berperilaku herding behaviour yang negatif dan konsumtif. Perilaku *herding behaviour* yang negatif dan konsumtif dalam tinjauan ekonomi makro jangka pendek memiliki pengaruh peningkatan pendapatan negara dari pajak atas banyaknya jumlah dana berputar. Namun dalam tinjauan ekonomi makro jangka panjang, perilaku *herding behaviour* yang negatif dan konsumtif ditambah dengan kondisi demografi Indonesia dengan angka angkatan kerja yang banyak akan menyebabkan rendahnya angka investasi sehingga berpotensi menjadi bencana demografi.

Keterbatasan dari penelitian ini adalah tidak dielaborasinya temuan penelitian dengan pandangan para ahli. Penelitian selanjutnya dapat menyempurnakan dengan melakukan (FGD) *focus group discussion* dengan melibatkan para pengamat ekonomi. Implikasi dari penelitian ini dapat menjadi pengingat pengguna metode *cashless* untuk dapat lebih bijak dalam menggunakan fasilitas *cashless* tersebut. Implikasi lainnya adalah dapat menjadi pandangan untuk pembuatan kebijakan serta pengawasan penggunaan metode *cashless* agar dapat memberi dampak positif terhadap perekonomian Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- 'Ainy, Z. N. (2020). Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 4(2), 226–235. <https://doi.org/10.29408/jpek.v4i2.2672>
- Abbas, A. E. (2017). Literature Review of a Cashless Society in Indonesia: Evaluating the Progress. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 8(3), 193–196. <https://doi.org/10.18178/ijimt.2017.8.3.727>
- Adiyani, A. I. (2015). Pengaruh Pendapatan, Manfaat, Kemudahan penggunaan, Daya Tarik Promosi dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Layanan E-Money. *Jurnal Ilmiah*, 5.
- Ahluwallyah. (2013). Analisis Hubungan Antara Inflasi dan Pertumbuhan Ekonomi: Kasus di Indonesia. *QE Journal*, 1–42.
- Aliyudin, R. S. (2020). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Sistem Informasi*, 1(1), 56–67. <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/jaksi/article/view/175/124>
- Alvara Research Center. (2017). The Urban Middle-Class Indonesia: Financial and Online Behavior. In Alvara Research Center.
- Amari, M., & Jarboui, A. (2015). Financial Literacy and Economics Education Among Young Adults: An Observation From Tunisia. *Journal of Business and Finance Librarianship*, 20(3), 209–219. <https://doi.org/10.1080/08963568.2015.978834>
- Aminata, J., & Sjarif, G. E. (2020). Towards a Cashless Society in Indonesia: the Impact on Economic Growth and Interest Rate. *Indonesian Journal of Economics, Entrepreneurship and Innovation*, 1(2), 62–68. <https://doi.org/10.31960/ijoei.v1i2.705>
- Armawi, A. (2017). Dari Konsumerisme Ke Konsumtivisme (Dalam Perpektif Sejarah Filsafat Barat). *Jurnal Filsafat*, 17(3), 314–323. <https://doi.org/10.22146/jf.23090>
- Bayero, M. A. (2015). Effects of Cashless Economy Policy on Financial Inclusion in Nigeria: An Exploratory Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 172, 49–56. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.334>
- Braunstein, S., & Welch, C. (2002). Financial Literacy: An Overview of Practice, Research, and Policy. *Federal Reserve Bulletin*, 88(11), 445–457. <https://doi.org/10.17016/bulletin.2002.88-11>
- Carpena, F., & Zia, B. (2011). Unpacking the Causal Chain of Financial Literacy. In *The World Bank Development Research Group (Issue September)*.
- Carrasco-Gallego, J. A. (2017). Introducing economics to millennials. *International Review of Economics Education*, 26, 19–29. <https://doi.org/10.1016/j.iree.2017.08.002>
- Chakravorti, B., & Mazzotta, B. . (2016). The Cost of Cash in The United States. The Fletcher School Tufts University.
- Friedline, T., & West, S. (2015). Financial Education is not Enough: Millennials May Need Financial Capability to Demonstrate Healthier Financial Behaviors. *Journal of Family and Economic Issues*, 37(4), 649–671. <https://doi.org/10.1007/s10834-015-9475-y>
- Harahap, B. A., Idham, P. B., Kusuma, A. C. M., & Rakhman, R. N. (2017). Perkembangan Financial Technology Terkait Central Bank Digital Currency (CBDC) Terhadap Transmisi Kebijakan Moneter Dan Makroekonomi. In *Bank Indonesia (Vol. 2)*.
- Jati, W. R. (2015). Less Cash Society: Menakar Mode Konsumerisme Baru Kelas Menengah Indonesia. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 102–112. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.1>
- Lailatul Rachmawati, A. (2019). Analisis Pengaruh E-commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Prodi Manajemen Universitas Tidar). *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, 1(1). https://id.wikipedia.org/wiki/Penelitian_kualitatif
- Mottola, G. (2014). The Financial Capability of Young Adults — A Generational View. *INRA Foundation Financial Capability Insights*, 1–12.
- Narayan, S., & Sahminan, S. (2018). Has Fintech Influenced Indonesia's Exchange Rate and Inflation? *Bulletin of Monetary Economics and Banking*, 177–190.

- Palinggi, S., & Allolinggi, L. R. (2020). Analisa Deskriptif Industri Fintech di Indonesia: Regulasi dan Keamanan Jaringan dalam Perspektif Teknologi Digital. *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 177–192. <https://doi.org/10.35590/jeb.v6i2.1327>
- Pillai, K. R., Carlo, R., & D'souza, R. (2010). Financial Prudence among Youth. *Munich Personal RePEc Archive*, 2116, 2–22.
- Pratiwi, I. W., & Yani, R. E. (2016). Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Pengembangan*, 4(1), 11–21.
- Ramadani. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Electronic Money, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Univrsitas Sumatera Utara*.
- Ramadhan, A. F., Prasetyo, A. B., & Irviana, L. (2016). Persepsi Mahasiswa Dalam Menggunakan E-money. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, 13(2), 1–15. <https://ejournal.unisnu.ac.id/JDEB/article/view/470/833>
- Salman, M., & Saleem, I. (2017). Role of Digital Competence in Cashless Economy. *IOSR Journal of Business and Management*, 19(11), 49–53. <https://doi.org/10.9790/487X-1911034953>
- Scheresberg, C. D. B., & Lusardi, A. (2014). Gen Y Personal Finances : A Crisis of Confidence and Capability. *File*, 1–27. https://gflec.org/wp-content/uploads/2015/01/a738b9_b453bb8368e248f1bc546bb257ad0d2e.pdf?x93521
- Simanjuntak, P. (2019). Indonesia ' s policy on e -commerce regulation and its challenges. *Bulletin of Social Informatics Theory and Application*, 3(2), 69–74.
- Stolper, O. A., & Walter, A. (2017). Financial literacy, financial advice, and financial behavior. *Journal of Business Economics*, 87(5), 581–643. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0853-9>
- Syamruddin, P., Saputra, J., & Rialmi, Z. (2021). A Qualitative Study of E-Commerce Growth during Coronavirus Disease (COVID-19) Pandemic in Indonesia. *11th Annual International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 3208–3216.
- Tenriawaru, A., Wicaksono, B., & Saniatuzzulfa, R. (2018). Hubungan Antara Kecenderungan Kepribadian Narsistik Dan Financial Literacy Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Wacana*, 10(2), 1–13.
- Ulayya, S., & Mujiasih, E. (2020). Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Komsumtif Pengguna E-Money Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 9(4), 271–279.
- Widagdo, P. B. (2016). Analisis Perkembangan E-commerce Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Wilayah di Indonesia.