



FESTIVAL BUDAYA SEBAGAI MEDIA BANK INDONESIA DALAM MEMPROMOSIKAN UANG ELEKTRONIK (E-MONEY) DI MASYARAKAT

Jeby Fahira¹, Muhammad Iqbal Fasa², Suharto³

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

Email : jebyfahiraaa@gmail.com¹, miqbalfasa@radenintan.ac.id², prof.suharto@radenintan.ac.id³

Abstrak

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.

Kata Kunci: *Promotion, e-Money, Cultural Festival, Digital Payment Application*

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 all., 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, tadhlis, riba, dsb. Selain itu, dalam bertransaksi melalui e-money, kedua belah pihak harus berlandaskan kerelaan, ikhlas, keadilan, kejujuran, dan kerelaan.

KAJIAN 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. Kaeppler, 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 budaya 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.

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 (stratos: 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. Disisi 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), didalam 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 selama 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 access product. 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) :

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

METODE

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

Festival Budaya adalah festival yang dilakukan oleh Bank Indonesia untuk mempromosikan transaksi pembayaran melalui uang elektronik (e-money). Dalam festival ini, pihak BI mempromosikan uang baru yang di keluarkan oleh Bank Indonesia. Selain itu, mereka juga melakukan kerjasama dengan para pelaku UMKM di Lampung untuk mengisi stand stand yang sudah disediakan panitia. Ada banyak pelaku usaha yang mengikuti festival tersebut, mulai dari perwakilan tiap kabupaten dan dari masyarakat Bandar Lampung sendiri. Dengan syarat pembayaran harus via online (e-money). Adapun aplikasi pembayaran yang mereka gunakan yaitu aplikasi OVO, GO-PAY, dan Dana.

Dalam festival begawi, pihak BI mengajak masyarakat untuk mengenal tradisi Lampung, melalui penampilan dari Sanggar Nuvusa Etnika yang berada dibawah naungan BI. Selain itu, pihak BI juga mengundang Wali untuk memeriahkan dan menarik minat masyarakat agar datang ke acara tersebut. Dalam festival begawi ini, pemerintah dan pihak bank berhasil menerapkan pembayaran non-tunai guna meminimalisir transaksi langsung antara penjual dan pembeli.

Teknik Promosi E-Money Melalui Festival Begawi

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, pihak BI melakukan periklanan yang untuk promosi e-money yaitu dengan cara :

1. Adversiting

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 Dalam E-money

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 terminaterral 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 siapa 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 kedaluwarsa 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.

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.

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, Alphamart.

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.

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 di promosikan 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.

REFERENSI

- 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.
- 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.
- Bauman, Richard, 1992. "Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments." Pers Universitas Oxford. (<https://books.google.co.id>, diakses pada 16 Oktober 2022).
- Camera, Gabrille. 2017. "A perspective on electronic alternatives to traditional currencies". *Sveriges Riksbank Economic Review* (1), 126–148.
- Darma, Gede Sri, I Putu Teddy Noviana. 2020. "Exploring Digital Marketing Strategies During the New Normal Era in Enhancing the Use of Digital Payment." *Jurnal Mantik* 4 (3), 2257-2262. (<https://doi.org/10.35335/mantik.Vol4.2020.1084.pp2257-2262>, diakses pada 16 Oktober 2022).
- 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>, diakses pada 16 Oktober 2022).