

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji tinjauan bisnis islam pada perilaku gen Z dalam penggunaan *payment gateway* OVO dan GoPay: studi kasus mahasiswa pengguna OVO dan GoPay pada Universitas di Surabaya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada sepuluh mahasiswa dari Universitas di Surabaya yang menggunakan OVO dan GoPay. Teknik analisis untuk pengujian validitas yang digunakan adalah triangulasi sumber data. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi maka peneliti menyimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku mahasiswa generasi Z dalam penggunaan *payment gateway* OVO dan GoPay menunjukkan bahwa sebagian besar informan lebih memilih menggunakan *payment gateway* OVO dibandingkan GoPay. Hal ini dikarenakan banyaknya promo dan *cashback*, banyak toko *offline* atau *online* yang hanya menyediakan OVO sebagai alat pembayaran.
2. Tinjauan bisnis islam pada perilaku Gen Z menunjukkan bahwa dari sepuluh informan, enam diantaranya adalah para pebisnis dan empat informan yang lain hanya sebagai pengguna. Penelitian menunjukkan bahwa bisnis yang dijalankan enam informan sudah menerapkan bisnis yang berdasarkan islam meskipun penerapannya belum secara keseluruhan. Sedangkan hasil observasi penelitian

3. untuk empat informan menunjukkan bahwa sudah melakukan pembayaran online kepada bisnis yang sudah menerapkan bisnis islam.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian sehingga masih perlu adanya perbaikan yang lebih sempurna. Adapun keterbatasan penelitian sebagai berikut:

1. Masa pandemi membuat beberapa pengumpulan data tidak bisa dilakukan secara langsung, melainkan diganti melalui fitur pesan *WhatsApp*.
2. Tidak banyak pengembangan pertanyaan pada pengumpulan data melalui fitur pesan *WhatsApp* di beberapa informan sehingga lebih banyak terbatas pada daftar pertanyaan yang telah disusun

5.3 Saran

Peneliti menyadari bahwa hasil dari penelitian ini banyak kekurangan dan belum sempurna, sehingga peneliti memberikan saran kepada pihak yang akan memiliki kepentingan dengan hasil penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mencari informasi pada literatur buku mengenai pemanfaatan *payment gateway*, literasi tentang perilaku dan juga tinjauan tentang bisnis islam.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengenal informan lebih lama dan melakukan wawancara secara mendetail agar informasi yang diterima jauh lebih banyak dan lengkap.

DAFTAR RUJUKAN

Al-Qur'an Surah An-Nisa 29

Al-Qur'an Surah Al- Mulk Ayat 15

Al-Qur'an Surah Al- A'raf Ayat 10

Al-Qur'an Surah Al-Baqarah Ayat 42

Agus Tri Haryanto, D. (2020, Februari 20). *Detik.Com*. Retrieved From Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet Di Indonesia: <https://inet.detik.com/cyberlife/D-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> Di Akses Pada Tanggal 24 Okt 2020 Pukul 10.13

Alfany, Z., Saufi, A., & Mulyono, L. E. (2019). The Impact Of Social Influence, Self-Efficacy, Perceived Enjoyment, And Individual Mobility On Attitude Toward Use And Intention To Use Mobile Payment Of OVO. *Global Journal Of Management And Business Research: E*, Volume 19 Issue 7 Version 1.0 .

Anwar, S. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Ariyadi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Volume 5 Issue 1, June 2018, Page 13 - 26.

Ariyandi. (2018). Bisnis Dalam Islam. *Jurnal Hadratul Madaniyah*, Volume 5 Issue 1, 13-26.

Asmuni, & Mujiatun, S. (2013). *Bisnis Syariah*. Medan: Perdana Publishing.

Beekun, R. I. (1997). *Islamic Business Ethict*, Virginia: International.

Beritagar.Id. (2018, Mei 16). Retrieved From Beritagar.Id: <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia>

Beritagar.Id. (2018, Mei 16). Retrieved From Beritagar.Id: <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia>

Beritagar.Id. (2018, Mei 16). Retrieved From Beritagar.Id: <https://beritagar.id/artikel/berita/generasi-z-pengguna-internet-terbesar-di-indonesia> 23 Okt 2016

- Bungin. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Bungin. (2013). *Metode Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, B. (2007). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cope. (2016). Case Study Research Methodology In Nursing Research. *Oncology Nursing*, 42(6), 681-882. Doi: 10.1188/15.Onf., 42(6).
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Damanik, E. (2012). Perancangan Sistem Informasi Pembayaran Online Menggunakan Payment Gateway. *Jsm Stmik Mikroskil*, Vol 13, No 1.
- Fauzia, I. Y. (2018). *Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Fauzia, I. Y. (2018). *Islamic Entrepreneurship: Kewirausahaan Berbasis Pemberdayaan*. Depok: Rajawali Pers.
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen: Sikap Dan Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Gulati&Srivastava. (2007). The Empowered Internet Payment Gateway. *Tata Consultancy Service Limited*, 98-107.
- Handoko, H., & Swasta, B. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: Bpee.
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Jurnal Bisnis Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Riau Medium*, Volume 7 Nomor 2.
- Houston, D. D. (2019). Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial. *Jurnal Bisnis Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Riau Medium*, Vol 7 No.2.
- Indonesia, B. (2016). Peraturan Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia*, No.18/40/Pbi/2016.
- Indonesia, B. (N.D.). Peraturan Bank Indonesia. *Peraturan Bank Indonesia*. No.18/40/Pbi/2016.

- Indra, S., & Rofiqoh, Z. (2019). Transaksi E-Money Terhadap Layanan GoPay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah. *Al Ahkam*, Vol. 15 No. 2. Retrieved From Gojek Indonesia: [Www.Gojekindonesia.Com](http://www.Gojekindonesia.Com)
- Iskandar. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Gaung Persada.
- Ismail, M. Y., & Widjajakusuma, M. K. (2002). *Menggas Bisnis Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Iswara, A. J. (2019, April 19). *GoPay, E- Money Terpopuler Di Indonesia*. Retrieved From Goodnews From Indonesia: [Https://Www.Goodnewsfromindonesia.Id/2019/04/19/GoPay-E-Money-Terpopuler-Di-Indonesia](https://www.Goodnewsfromindonesia.Id/2019/04/19/GoPay-E-Money-Terpopuler-Di-Indonesia) Diakses Pada Tanggal 24 Okt 2020 Pukul 14.20 Wib
- John W, C. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Katadata, Y. (2019, Maret 1). Retrieved From GoPay, Jawa Uang Elektronik: [Https://Katadata.Co.Id/Timpublikasikatadata/Infografik/5e9a5521d0514/GoPay-Jawara-Uang-Elektronik](https://katadata.Co.Id/Timpublikasikatadata/Infografik/5e9a5521d0514/GoPay-Jawara-Uang-Elektronik) Diakses Pada Tanggal 24 Okt 2020 Pukul 20.45 Wib
- Kumala, I., & Mutia, I. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa. *Seminar Nasional Riset Dan Teknologi (Semnas Ristek) 2020*, 64-69.
- Kurniawan, D. A. (2019, April 2). [Http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id](http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id). Retrieved From [Http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id/Bagaimana-Perkembangan-Bisnis-Syariah-Di-Indonesia/](http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id/Bagaimana-Perkembangan-Bisnis-Syariah-Di-Indonesia/) [Http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id/Bagaimana-Perkembangan-Bisnis-Syariah-Di-Indonesia/](http://Mgt.Unida.Gontor.Ac.Id/Bagaimana-Perkembangan-Bisnis-Syariah-Di-Indonesia/) Diakses Pada Tanggal 28 Oktober Pukul 22.00 Wib
- Lexy J, M. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Liputan6. (2017). [Https://Www.Liputan6.Com/Tag/Pengguna-Internet-Indonesia](https://www.Liputan6.Com/Tag/Pengguna-Internet-Indonesia). Retrieved From [Https://Www.Liputan6.Com/Tag/Pengguna-Internet-Indonesia](https://www.Liputan6.Com/Tag/Pengguna-Internet-Indonesia) Diakses 23 Okt 2020
- Lisitsa, S., & O, K. (2016). Generation X Vs generation Y- A Decade Of Online Shopping. *Journal Of Retailing & Consumer Service*, 304-312.
- Lissitsa, S. &. (2016). *Generation X Vs generation Y- A Decade Of Online*.
- Meleong. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.

- Meleong, J. L. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Moleong, J. L. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosda Karya.
- Norvadewi. (2015). Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 35.
- OVO.Id. (2020, Oktober 17). *OVO*. Retrieved From [Www.OVO.Id/Features](http://www.OVO.Id/Features):
[Www.OVO.Id](http://www.OVO.Id) Diakses Pada Tanggal 21 Oktober 2020
- Permana, G. P., & Dewi, N. L. (2020). Analisis Faktor Penggunaan Layanan GoPay Oleh Generasi Millennial Di Kota Denpasar. *Widya Akuntansidan Keuangan*, 32-51.
- Prasilowati, W. &. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 109-122. Doi:10.9744/Jmk.17.2.109–112.
- Priyono, A. (2017). Analisis Pengaruh Trust Dan Risk Dalam Penerimaan. *Jurnal Siasat Bisnis* , Vol. 21 No. 1, 2017, 88-106.
- Putra, Y. S. (2016). Teori Perbedaan Generasi. *Among Makarti Vol.9 No.18, Desember*, 132.
- Raharja, S. J., Sutarjo, Muhyi, H. A., & Herawaty, T. (2020). Digital Payment As An Enabler For Business Opportunities: A GoPay Case Study. *Review Of Integrative Business And Economics Research*, Vol. 9, Supplementary Issue 1, 319-329.
- Research, G. (2011, November). *Consumers Of Tomorrow Insights And Observations*. Retrieved From [Grail Insights: Http://Www.Integreon.Com/Pdf/Blog/Consumes_Of_Tomorrow_Insights_And_Observations_About_Generation_Z](http://www.Integreon.Com/Pdf/Blog/Consumes_Of_Tomorrow_Insights_And_Observations_About_Generation_Z) Diakses Tgl 19 Oktober 2020
- Research, G. (2011). Consumers Of Tomorrow Insights And Observations About Generation Z. [Http://Www.Integreon.Com/Pdf/Blog/Consumes_Of_Tomorrow_Insights_And_Observations_About_Generation_Z](http://www.Integreon.Com/Pdf/Blog/Consumes_Of_Tomorrow_Insights_And_Observations_About_Generation_Z).
- Satori, A. K. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pt. Indeks Group Gramedia.
- Schroer, W. J. (2018, Maret 5). *Marketing. Research. Strategy*. Retrieved From [Generations X,Y, Z And The Others: Http://Socialmarketing.Org/Archives/Generations-Xy-Z-And-The-Others/](http://Socialmarketing.Org/Archives/Generations-Xy-Z-And-The-Others/) Diakses Tanggal 20 Oktober 2020

- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sukma, D. (2016, Agustus 24). *Fintechfest, Mempopulerkan Teknologi Finansial Di Indonesia*. Retrieved From Arena Lte: <https://arenalte.com/berita/industri/fintech-di-indonesia/> Diakses Tanggal 18 Oktober 2020
- Sumartono. (1998). Pengaruh Terpaan Iklan Shampoo Di Televisi Terhadap Sikap.
- Susilo, A. Z., Prabowo, M., Taman, A., Pustikaningsih, A., & Samlawi, A. (2019). The Impact Of Social Influence, Self-Efficacy, Perceived Enjoyment, And Individual Mobility On Attitude Toward Use And Intention To Use Mobile Payment Of OVO. *The Fifth Information Systems International Conference 2019*, *Procedia Computer Science* 161 (2019) 876–884.
- Wibawanto, H. (2016). Generasi Z Dan Pembelajaran Di Pendidikan Tinggi. *Simposium “Mengenal Dan Memahami Generasi Z. Haruskah Pendidikan Tinggi Berubah?”*. Retrieved From Generasi Z Danpembelajaran Di Pendidikan Tinggi.Simposium Nasional Pendidikan Tinggi. Bandung (Id).: <https://event.elearning.itb.ac.id/assets/download/materi3.pdf>
- Widiyanto, I., & Prasilowati, S. L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, Vol.17, No. 2, September 2015: 109–112.
- Wirokarto. (2013). *Online Branding To Generation Z (Thesis)*. *Instituto Universitario De Lisboa, Iscte Business School, Lisbon, Portugal*.
- Zaroni, A. N. (2017). *Bisnis Dalam Perspektif Islam. Bisnis Dalam Perspektif Islam*, 177.