

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengetahuan masyarakat tentang riba dan pengetahuan produk terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi ovo. Objek penelitian ini adalah masyarakat kota Surabaya yang beragama muslim. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental sampling*, dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengetahuan masyarakat tentang riba tidak berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi ovo. Hal ini didukung oleh pernyataan beberapa ulama' yang menyebutkan bahwa tidak adanya unsur riba dalam aplikasi Ovo, karena itu masyarakat akan mengikuti ulama' tersebut yang menyatakan bahwa tidak ada riba dalam uang elektronik dan termasuk kedalam akad *Wadi'ah*. Sedangkan untuk pengetahuan masyarakat tentang produk ovo berpengaruh terhadap minat penggunaan *cashless* melalui aplikasi Ovo. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat pengetahuan akan uang elektronik, maka minat menggunakan aplikasi Ovo meningkat

Kata kunci : Ovo, Uang elektronik, Riba, Pengetahuan, Minat



ABSTRACT

This research aimed to find out the effect of public knowledge about riba and product knowledge on the interest of using cashless through OVO application. While, the population was Surabaya moslem citizen. Moreover, the research was quantitative. Furthermore, the data collection technique used *accidental sampling*. In line with, there were 100 respondents as sample. Meanwhile, the instrument in data collection technique used questionnaires. Additionally, the data analysis technique used multiple linear regression.

The research result concluded public knowledge about riba did not affect the interest of using cashless through OVO application. This was supported by some moslem leaders' statement in which stated there was no riba in the application. As consequence, society would follow their leader as there was no indication of riba in that kind electronic money (OVO) and considered as Wadi 'ah. On the other hand, public knowledge about OVO product affected on the interest of using cashless through OVO application. This was supported by previous study which concluded the higher the knowledge of electronic money, the more interest of using OVO application.

Keywords: OVO, Electronic Money, Riba, Knowledge, Interest

