

Pengaruh E-Money dan E-Commerce Terhadap Tingkat Inflasi

Siti Fatimatu ZAhro

Universitas Mulawarman

stiftimatuzhhro@gmail.com

Abstract

This study aims to determine how the influence of inflation and investment on economic growth in Indonesia. This study is a type of descriptive research with a quantitative approach. Data collection techniques are carried out by literature study techniques. These data were obtained from journals and government websites such as BPS. The Data used is time series data in the 2018-2022 time series. Data analysis techniques used are multiple linear regression models. From the data that has been described it can be seen that both independent variables have a significant influence on economic growth but for inflation has a negative relationship while investment has a positive relationship. This is because with rising inflation, it will reduce the percentage of economic growth in Indonesia, while if the level of investment in Indonesia increases, economic growth will also increase.

Keywords: *Inflation, Investment, Economic Growth*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh inflasi dan investasi terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan teknik studi literatur. Data-data ini diperoleh dari jurnal dan website pemerintah seperti BPS. Data yang digunakan yaitu data *time series* dalam runtun waktu 2018-2022. Tehnik analisis data yang digunakan yaitu model regresi linear berganda. Dari data yang telah dijabarkan terlihat bahwa kedua variabel independent memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi tetapi untuk inflasi memiliki hubungan yang negatif sedangkan investasi memiliki hubungan yang positif. Hal ini karena dengan inflasi yang meningkat maka akan menurunkan presentase pertumbuhan ekonomi di Indonesia, sedangkan apabila tingkat investasi di Indonesia meningkat maka pertumbuhan ekonomi juga ikut meningkat.

Kata Kunci: Inflasi, Investasi, Pertumbuhan, Ekonomi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi sangatlah berpengaruh terhadap kehidupan masyarakat, baik itu gaya hidup maupun ekonomi. Contohnya seperti penggunaan e money dan e commerce. (Candy et al. 2022) menyatakan bahwasanya sistem pembayaran e money sudah menjadi tren dikalangan anak muda saat ini. E Money atau uang elektronik diartikan sebagai tempat penyimpanan dana

atau produk prabayar yang menyimpan nilai mata uang atau kredit untuk digunakan dalam berbagai keperluan, yang dapat disimpan dalam bentuk kartu prabayar atau perangkat elektronik (Akbar 2023). Tujuan dari terciptanya e money adalah sebagai alat pembayaran yang dapat memberikan manfaat dan kemudahan bagi penggunaanya (Widiyati and Hasanah 2020). Berdasarkan jenis penyimpanannya e money dapat di klasifikasikan menjadi dua yaitu berbasis kartu prabayar dan berbasis perangkat lunak (Sundari, Istia, and Helena 2019).

Keunggulan yang terdapat dari e money ini terletak pada kepraktisan dalam sistem pembayarannya Dimana pembeli tidak perlu membawa dan menghitung uang terlebih dahulu disaat melakukan sebuah transaksi(Firdaus et al. 2023). Selain itu penggunaan uang non tunai juga dianggap lebih aman karena masyarakat tidak perlu khawatir jika membawa uang dalam jumlah besar (Muklis Imam 2018),

Tabel 1 Data Transaksi E-Money bulan Januari-Oktober 2022

No	Bulan	Nilai Transaksi
1	Januari	29,389,556
2	Februari	27,339,105
3	Maret	30,652,393
4	April	35,390,139
5	Mei	32,107,438
6	Juni	32,511,759
7	Juli	35,508,817
8	Agustus	37,832,335
9	September	37,059,321
10	Oktober	36,648,246

Sumber: katadata.co.id (diolah)

Dari data transaksi e money yang dilakukan pada bulan Januari-Oktober 2022 dapat kita lihat bahwasanya nilai transaksi yang dilakukan masyarakat mengalami peningkatan dan penurunan secara tidak stabil hal ini sejalan dengan pendapat (Rahmadona and Asra 2021) yang mengatakan bahwa walaupun E Money sangat efisien, akan tetapi masih banyak yang belum menggunakan layanan e money dalam transaksi sehari-hari yang mengakibatkan penurunan dan kenaikan transaksi secara tidak stabil.

Selain penggunaan e money, penggunaan e commerce juga sudah banyak dilakukan di era

sekarang. (R. rosyina et al. 2021) mengatakan bahwa di Indonesia berbelanja online saat ini sudah menjadi tren, ada banyak platform e commerce yang ada seperti Tokopedia, shoope, Lazada, dan lain sebagainya. E Commerce merupakan kegiatan jual beli melalui jaringan internet dimana pembeli dan penjual tidak bertemu secara langsung melainkan berkomunikasi melalui internet dengan menggunakan media elektronik seperti komputer, handphone dan lain lain (Setyo Widodo 2022).

Dengan adanya e commerce ini dapat memanfaatkan kemajuan teknologi dan informasi sehingga memberikan peluang besar bagi para pembisnis yang sudah menjalankan usahanya untuk dijadikan sebagai media pendukung promosi atau dapat digunakan oleh para pemula yang ingin berbisnis tanpa memerlukan modal yang besar (Yanti 2018). Selain itu, (Prameswari, Suharto, and Afatara 2017) juga mengatakan bahwasanya dengan adanya E Commerce dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu para UMKM dalam meningkatkan kinerja kerja secara keseluruhan, Menurut (Siswadi and Soemitra 2022) menjelaskan bahwasanya e commerce dapat dibagi dalam beberapa pengklasifikasian yaitu:

1. B2B (bisnis ke bisnis), yaitu interaksi yang dilakukan antara produsen, perusahaan atau pelaku usaha dalam bentuk kesepakatan demi kelancaran usaha kedua belah pihak
2. B2C (bisnis ke konsumen), yaitu interaksi yang dilakukan langsung antara pelaku usaha dengan konsumen
3. C2C (konsumen ke konsumen), yaitu interaksi yang melibatkan konsumen sebagai individu untuk menciptakan suatu nilai yang akan digunakan dalam proses bisnis
4. B2G (bisnis ke pemerintah), yaitu interaksi antara pemerintah dan pelaku usaha

Tabel 2. Data Transaksi E-Money bulan Januari – Oktober 2022

No	Nama Data	Jumlah Pengunjung
1	Tokopedia	158,346
2	Shoope	131,296
3	Lazada	26,640
4	Bukalapak	21,303
5	Blibli	19,736
6	Ralali	10,830
7	Klik Indomaret	2,864
8	JD.ID	2,343
9	Bhinneka	1,370
10	Matahari	1,108

Dari data pengunjung e commers di atas, pada tahun 2022 dapat dilihat bahwasanya Tokopedia menempati angka tertinggi dari beberapa platform. Hal ini terjadi dikarenakan adanya dasar kepercayaan konsumen, jaminan produk dan lain sebagainya, sejalan dengan pendapat (Priansa and Suryawardani 2020) yang menyatakan bahwa Keputusan konsumen terdiri dari lima Keputusan, yaitu pilihan produk, pilihan merek, pilihan tempat pembelian, waktu pembelian, serta jumlah pembelian.

Akan tetapi dibalik kemudahan dan kecanggihan dari e money ternyata memiliki dampak bahwasanya bisa menimbulkan inflasi, sejalan dengan pendapat Nainolang dalam jurnal (Puspita, Saraswati, and Pertiwi 2023) yang menyatakan bahwa e money berpengaruh positif dan signifikan terhadap inflasi. Penggunaan e money juga dapat mempengaruhi jumlah uang yang beredar hal ini sejalan dengan pendapat (Nawatmi, Miyasto, and Kurnia 2016) yang menyatakan bahwa penggunaan e money dapat mempengaruhi jumlah uang yang beredar dikarenakan karena sifat e money yang mudah, cepat, dan praktis, sehingga jumlah uang yang beredar di masyarakat pun akan meningkat

Inflasi merupakan suatu proses kenaikan harga secara umum dan terus menerus yang berkaitan dengan mekanisme pasar yang disebabkan oleh berbagai faktor (Yunita and Robiyanto 2018).

Tabel 2. Data Inflasi Tahun 2022

No	Bulan	Data Inflasi
1	Januari	2,18
2	Februari	2,06
3	Maret	2,64
4	April	3,47
5	Mei	3,55
6	Juni	4,35
7	Juli	4,94
8	Agustus	4,69
9	September	5,95
10	Oktober	5,71

Dapat kita lihat data inflasi di atas, pada tahun 2022 mengalami kenaikan dan penurunan yang tidak stabil dikarenakan sasaran tingkat inflasi yang ditetapkan oleh Bank Indonesia tidak selalu tercapai, hal ini sejalan dengan (Puspita, Saraswati, and Pertiwi 2023) yang menyatakan bahwa sasaran tingkat inflasi dan realisasi inflasi tidak selalu tercapai dikarenakan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Didalam teori kuantitas uang menjelaskan bahwa salah satu faktor penyebab terjadinya inflasi dalam perekonomian adalah pertumbuhan jumlah uang yang beredar (Puspita, Saraswati, and Pertiwi 2023). Akan tetapi ada faktor lain yang dapat mempengaruhi inflasi seperti varian waktu, perilaku penyesuaian perilaku ekonomi, dan lain sebagainya (Sriyana 2022)

Berdasarkan beberapa teori dasar tentang e Money, e commerce dan inflasi di atas, terdapat beberapa contoh penelitian terdahulu yang telah dilakukan di beberapa negara baik negara maju dan berkembang seperti teori Abbas (2022) Analysis Of Factors Affecting The Amount Of Electronic Money Circulated In Indonesia 2017-2021 menunjukkan berdasarkan hasil uji yang dilakukan pada variable X_1 = jumlah transaksi uang elektronik memiliki pengaruh positif serta signifikan pada jumlah uang elektronik yang beredar dengan nilai $P\text{-Value } 0,000 < 0,05$ dan nilai $U_{ji-t} 19,884 > 2,00575$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka disimpulkan bahwa semakin tinggi jumlah transaksi menggunakan uang elektronik dilakukan, dapat berpengaruh pada peningkatan jumlah uang elektronik yang beredar di masyarakat dan teori

Calson-Öhman (2018) The effect Of Increased E-Commerce On Inflation, yaitu pada model regresi yang diterapkan, berdasarkan data panel untuk 28 Eropa negara untuk periode tahun 2006-2017. Regresi memperoleh hasil yang mendukung hipotesis bahwa peningkatan e commerce memiliki efek negative pada inflasi. Selanjutnya hasilnya menunjukkan bahwa efeknya berkurang dikarenakan Model Korelasi Kesalahan dan data deret waktu untuk Swedia selama periode 2006-2017. Hasilnya menunjukkan bahwa ada koreksi kesalahan menuju keseimbangan jangka panjang dan pendek estimasi jangka menunjukkan bahwa ada efek negative jangka pendek dan peningkatan e-commerce tentang inflasi.

Banyaknya penelitian mengenai E Money dan E Commerce serta Inflasi namun belum ada yang menyatukan pengaruh antar ketiganya sehingga perlu diteliti untuk mendapatkan hasilnya, sehingga membuat peneliti tertarik mengkaji “Analisis pengaruh e money dan e commerce

terhadap tingkat inflasi”

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Analisis yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda yang bertujuan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah data sekunder dengan cara mengeksplorasi berbagai teori, jurnal ilmiah, website, yang berhubungan dengan penelitian. Analisis data difokuskan pada *Pengaruh E-Money dan E-Commerce Terhadap Tingkat Inflasi* dan mendapatkan hasil yang lebih komprehensif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Koefisien Determinasi

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.794	.735	71.93553

a. Predictors: (Constant), E Commerce, E Money

Sumber: SPSS (Diolah)

Berdasarkan tabel 8 didapatkan hasil uji koefisien determinasi dengan nilai Adjusted R square sebesar 0,735 atau 73%. Inflasi dapat dijelaskan oleh E Money dan e commerce. Untuk sisanya sebesar 27% ($100\% - 73\% = 27\%$) inflasi dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji F

Uji F dilakukan dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan, atau sebagai pemahaman apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel dependen atau tidak (Permatasari et al. 2023).

Tabel 5. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	139743.354	2	69871.677	13.503	.004 ^b
	Residual	36223.046	7	5174.721		
	Total	175966.400	9			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), E Commerce, E Money

Sumber: SPSS (Diolah)

Berdasarkan tabel 5, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan yang sebesar 0,004 yang Dimana $0,004 < 0,05$ yang berarti bahwa E Money dan E Commerce berpengaruh signifikan secara simultan terhadap tingkat Inflasi

Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel ketergantungan secara individual atau persial (Permatasari et al. 2023).

Tabel 6. Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-593.002	352.577		-1.682	.136
	E Money	2.994E-5	.000	.765	2.979	.021
	E Commerce	.000	.001	-.161	-.627	.550

a. Dependent Variable: Y

Dari hasil tabel 10 di atas hasil uji t para variabel E Money diperoleh nilai sig sebesar 0,021, nilai sig $0,021 > 0,05$, maka diputuskan menjadi H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti E Money berdampak negatif dan tidak berdampak signifikan terhadap tingkat inflasi. Hasil uji t para

variabel E Commerce diperoleh nilai sig sebesar 0,550, nilai sig $0,550 > 0,05$, maka diputuskan menjadi H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti E Commerce tidak berdampak signifikan terhadap tingkat inflasi.

Pembahasan

Pengaruh E money terhadap tingkat inflasi

Ditolaknya hipotesis pertama yang menyatakan bahwa E Money berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat inflasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Puspita, Saraswati, and Pertiwi 2023) yang menyatakan bahwa uang elektronik berdampak negative dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat inflasi di Indonesia

Pengaruh E Commerce terhadap tingkat inflasi

Ditolaknya hipotesis kedua menyatakan bahwa E Commerce berpengaruh negatif dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat inflasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan Calson-Öhman (2018) yang menyatakan bahwa E Commerce berdampak negative dan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat inflasi di Indonesia

Pengaruh E Money dan E Commerce terhadap tingkat inflasi

Diterimanya hipotesis ketiga yang menyatakan jumlah E Money dan E Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat inflasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, Nilai sig untuk variabel jumlah E Money adalah 0,021, nilai sig $0,021 > 0,05$, sehingga H_0 diterima. Dengan demikian hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu E Money berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap tingkat inflasi. Nilai sig untuk variabel jumlah E Commerce adalah 0,550, nilai sig $0,550 > 0,05$, sehingga H_0 diterima. Dengan demikian hipotesis kedua yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu E Commerce

berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap tingkat inflasi. Nilai signifikansi untuk uji F sebesar signifikan yang sebesar 0,004 yang Dimana $0,004 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu jumlah E Money dan E Commerce berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat inflasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, Aditya Ekayoga. 2022. "Analysis Of Factors Affecting The Amount Of Electronic Money Circulated in Indonesia 2017-2021." *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(2): 488–97. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.
- Akbar, Puspa Nada Aliyah. 2023. "Analysis of Factors That Influence the Use of Electronic Money in Indonesia." *International Journal of Science and Society* 5(5): 276–97. doi:10.54783/ijsoc.v5i5.888.
- Calson-Öhman, Frida. 2018. "The Effect of Increased E-Commerce on Inflation." <https://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:1214628>.
- Candy, Keyi Sylvia Tania, Soveinia, and Winny Stevania. 2022. "Effect of E-Money on Consumptive Behavior of the Batam Community." *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)* 7(3): 333–43. <https://jurnalekonomi.unisla.ac.id/index.php/jpim><http://dx.doi.org/10.30736/2Fjpim.v1i2.28>.
- Firdaus, Muhammad Irkham, Aliyya Lathifa Daniswara, Novan Fatchu Alafianta, and Aang Asari. 2023. "Implementation of Fiqh Muamalah Contracts in Electronic Money (E-Money) Transactions." *Al-Muamalat: Jurnal Ekonomi Syariah* 10(1): 13–23. doi:10.15575/am.v10i1.21087.
- Muklis Imam, Nurma Saraswati. 2018. "The Influence of Debit Card, Credit Card, and E-Money Transactions Toward Currency Demand in Indonesia." *Quantitive Economics Research* 1(1): iii–vii. <https://doi.org/10.1016/j.jns.2018.09.022><http://dx.doi.org/10.1016/j.ejphar.2009.04.058><http://dx.doi.org/10.1016/j.brainres.2015.10.001><http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=2854659&tool=pmcentrez&rendertype=abstract><http://w>.
- Nawatmi, Sri, Miyasto, and Akhmad Syakir Kurnia. 2016. "The Impact of Globalization on Inflation in Indonesia." *International Journal of Economic Research* 13(3): 1213–30.
- Permatasari, Reni, Khoirul Anam, Nuari Anisa Sivi, and Iskandar Iskandar. 2023. "Multiple Linear

Regression Analysis on the Effect of Exports and Imports on Indonesia's Foreign Exchange Reserve 2005-2021." *Jurnal Statistika Universitas Muhammadiyah Semarang* 10(2): 1. doi:10.26714/jsunimus.10.2.2022.1-12.

Prameswari, Nadia Sigi, Mohamad Suharto, and Narsen Afatara. 2017. "Developing E-Commerce for Micro Small Medium Enterprise (MSME) to Cope with Cultural Transformation of Online Shopping." *Jurnal Dinamika Manajemen* 8(2): 188–98. doi:10.15294/jdm.v8i2.12759.

Priansa, Donni Juni, and Bethani Suryawardani. 2020. "Effects of E-Marketing and Social Media Marketing on E-Commerce Shopping Decisions." *Jurnal Manajemen Indonesia* 20(1): 76–82. doi:10.25124/jmi.v20i1.2800.

Puspita, Dhestiane Sherly, Birgitta Dian Saraswati, and Angelita Titis Pertiwi. 2023. "The Effect of E-Money on Inflation in Indonesia: An Application of the Quantity Theory of Money." *Proceeding Medan International Conference Economics and Business* 1(January): 401–11.

Rahmadona, Deby, and Yunelly Asra. 2021. "The Effect of Convenience Benefits, Consumer Knowledge, And Promotion on Interest in Using E-Money (Studies in the City of Bengkalis)." *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi dan Kewirausahaan* 1(1): 23. doi:10.35314/inovbizmik.v1i1.1875.

Setyo Widodo, Djoko. 2022. "Determination of Digital Marketing: Influencer Marketing, Social Media and E-Commerce (Literature Review)." *Dinasti International Journal of Economics Finance and Accounting* 3(3): 304–14.

Siswadi, Yudi, and Andri Soemitra. 2022. "Literature Study on Fiqh Muamalah Digital Business Transactions (e-Commerce)." *Social Science, Entrepreneurship and Technology (IJESSET)* 1(3): 220–36. <http://journal.sinergicendikia.com/index.php/ijeset>.

Sriyana, Jaka. 2022. "Fiscal and Monetary Policies to Reduce Inflation Rate in Indonesia." *Jurnal Kebijakan Ekonomi dan Keuangan* 1: 82–91. doi:10.20885/jkek.vol1.iss1.art8.

Sundari, B, Cicilia Erly Istia, and Renita Helena. 2019. "Factors Affecting Electronic Money (E-Money) Sales Case Study in Banking Entities in Indonesia." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis* 24(3): 236–42. doi:10.35760/eb.2019.v24i3.2224.

Widiyati, Dian, and Neneng Hasanah. 2020. "Factors Affecting the Use of E-Money (Study on E-Money User in City of South Tangerang)." *Accountability* 9(1): 36. doi:10.32400/ja.28881.9.1.2020.36-45.

Yanti, Nasution Eri. 2018. "The Impact of E-Commerce Development on Conventional Merchants' Income." *Journal of International Conference Proceedings* 2(1): 1–13.

<http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-76887>

[8%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-](http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-93594-8)

[2%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-](http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-409517-5.00007-2)

[3%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018](http://dx.doi.org/10.1016/j.jff.2015.06.018)[%0Ahttp://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3](http://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3)[%0Aht.](http://dx.doi.org/10.1038/s41559-019-0877-3)

Yunita, Yunita, and Robiyanto Robiyanto. 2018. "The Influence of Inflation, BI Rate, and Exchange Rate Changes to The Financial Sector Stock Price Index." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 20(2): 80–86. doi:10.9744/jmk.20.2.80.

et al. 2021. "A New Digital Marketing Area for E-Commerce Business." *International Journal of Research and Applied Technology* 1(2): 370–81. doi:10.34010/injuratech.v1i2.6765.