

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Uang

1. Pengertian uang

Uang merupakan segala hal yang umum dan telah diterima oleh masyarakat untuk keperluan transaksi (membayar atau membeli) barang ataupun jasa serta untuk keperluan membayar piutang. Turut serta diasumsikan sebagai bentuk kekayaan yang dimiliki guna keperluan membayarkan sejumlah uang untuk keperluan pelunasan piutang atas dasar kepastian maupun tanpa penundaan.¹ Pendapat lain mengenai definisi uang dipaparkan Bank Indonesia sebagai berikut: uang seperti yang telah diasumsikan, jika suatu objek yang dialih-tukarkan ke lain benda, bisa dimanfaatkan untuk menentukan nilai benda, serta bisa disimpan. Berikutnya, jangan melupakan jika uang bisa dimanfaatkan untuk keperluan pembayaran piutang di waktu mendatang.²

2. Fungsi dasar uang

Awalnya, uang sekadar berperan menjadi media penukar saja. Namun, berjalannya waktu, peradaban, serta pengetahuan manusia, uang berperan untuk mencukupi segala kebutuhan ekonomi, sehingga peran itu mengalami perkembangan sehingga memiliki peran seperti halnya uang di masa

¹ Iswandono, *Uang dan Bank*, (Yogyakarta: BPFE,1996), 4.

² Solikin dan Suseno. *Uang: Pengertian, Penciptaan dan Peranannya dalam Perekonomian*, Seri Kebanksentralan. No.1. (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia, 2002), 2.

sekarang. Telah terlampir penjelasan singkat mengenai fungsi mendasar dari uang, meliputi:

- a. Uang menjadi media penukar. Bisa diasumsikan jika kehidupan terasa sulit, terutama dalam perekonomian moderen ini tanpa adanya benda yang dapat digunakan sebagai alat penukar. Apabila tidak ada uang maka transaksi hanya dilakukan dengan cara tukar-menukar antara barang yang satu dengan barang yang lain. Misalnya, seseorang yang memiliki ayam dan ingin menukarkannya dengan garam (karena ia mempunyai ayam yang banyak dan sangat membutuhkan garam) harus bertemu dengan orang lain yang memiliki garam dan ingin menukarkan garam dengan ayam. Selanjutnya, mereka saling menukarkan ayam dengan garam. Kondisi ini dinilai terlalu kaku dan sulit dipenuhi. Dengan adanya uang, seseorang dapat secara langsung menukarkan uang tersebut dengan barang yang dibutuhkannya kepada orang lain yang menghasilkan barang tersebut.
- b. Uang menjadi media menyimpan nilai. Atas dasar sifat, manusia adalah mahluk yang gemar mengumpulkan dan menyimpan kekayaan dalam bentuk barang-barang yang berharga untuk dipergunakan di masa yang akan datang. Barang-barang berharga tersebut pada umumnya berupa tanah, rumah, dan benda berharga lain. Walaupun kekayaan yang dapat disimpan beragam bentuknya, tidak dapat dipungkiri bahwa uang merupakan salah satu pilihan untuk menyimpan kekayaan.

- c. Uang menjadi media satuan hitungan. Jika tanpa adanya satuan hitung yang difungsikan oleh uang, segala hal yang berkaitan dalam menilai sesuatu barang terasa akan sulit. Jika tidak adanya satuan hitung, maka seseorang akan menentukan nilai sekarung beras sama seperti seekor kambing. Adanya uang, maka aktivitas tukar-menukar dan penentuan nilai terhadap barang terasa lebih efektif. Tidak hanya itu, menggunakan pertukaran pada dua barang yang berlainan secara wujud pun bisa dilaksanakan tanpa kesulitan.
 - d. Uang menjadi media pengukuran transaksi (pembayaran) yang tertunda. Peran uang berkaitan dengan aktivitas peminjaman; uang adalah satu dari sekian banyak metode guna melakukan hitungan nominal pembayaran peminjaman itu. Terasa masuk akal jika meminjamkan uang sejumlah Rp1.000.000 selama lima tahun ketimbang meminjamkan seekor keledai, mengingat lima tahun ke depan keledai itu akan berbeda kondisinya.³
3. Jenis-jenis uang beredar

Sebelum beranjak ke penjelasan atau konsep dasar uang beredar, sepatutnya memahami lebih dulu perihal pemakaian uang dalam aktivitas sehari-hari. Umumnya, masyarakat cenderung mengenal uang tunai yang meliputi uang kertas dan uang koin logam. Uang tunai, yaitu uang yang dimiliki masyarakat selain bank umum dan dapat dibelanjakan kapan saja,

³ Solikin dan Suseno. *Uang: Pengertian, Penciptaan dan Peranannya dalam Perekonomian*, Seri Kebanksentralan. No.1. (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia, 2002), 3.

khususnya guna transaksi pembayaran dengan nominal tidak begitu besar. Uang tunai itu pun sering disebut sebagai *uang kartal*. Indonesia, uang kartal merupakan uang kertas serta uang logam yang tersebar di kalangan masyarakat serta diterbitkan dan disebar oleh Bank Indonesia yang berperan selaku otoritas moneter.

Keseluruhan uang yang diterbitkan serta disebar ialah tanggung jawab badan atau lembaga yang menerbitkan maupun menyebarkannya. Contoh, bank memiliki tanggung jawab terhadap uang giral sejumlah rekening giro yang disimpan masyarakat, ditambah adanya tanggung jawab uang kuasi sejumlah tabungan serta deposito berjangka atas dasar masyarakat yang menyimpannya di bank bersangkutan. Menerbitkan serta menyebarkan uang, maka mekanisme moneter memiliki tanggung jawab ke sektor swasta domestik atau masyarakat yang meliputi perseorangan, badan usaha, serta lembaga atau badan lain. Berdasar penjelasan itu, uang yang beredar diasumsikan sebagai tanggung jawab dari mekanisme domestik. Sesuai yang sudah dijabarkan tadi, uang yang beredar diperjelas menjadi tanggung jawab mekanisme moneter terhadap sektor swasta domestik. Di Indonesia saat ini kita hanya mengenal dua macam uang yang beredar semata, terdiri atas:

- a. Uang beredar dengan artian sempit sering mendapat symbol M1, diperjelas sebagai tanggung jawab bagi mekanisme moneter pada sektor swasta domestik yang meliputi uang kartal (C) serta uang giral (D).

- b. Uang beredar dengan artian luas disebut sebagai likuiditas perekonomian dan mendapat simbol M2, diperjelas sebagai tanggung jawab terkait sektor swasta domestik dan meliputi uang kartal (C), uang giral (D), dan uang kuasi (T). Artinya, M2 ialah M1 yang ditambahkan dengan uang kuasi (T).⁴

B. Konsep Uang Elektronik

1. Definisi uang elektronik

Di Indonesia, sekarang ini, tengah mengalami perubahan media transaksi yang sering dikenal sebagai uang digital. Sekalipun mencakup karakter yang sedikit berlainan dengan media transaksi lain, misalkan kartu ATM/Debit maupun kartu kredit, tetapi pemakaian media transaksi ini sama halnya dengan kartu ATM/Debit maupun kartu kredit: guna melakukan pembayaran. Sederhananya, uang digital diperjelas sebagai media transaksi berbentuk digital yaitu dimana nominal uang tersimpan di media digital tertentu. Pemakaiannya pun perlu mengirimkan sejumlah uang tunai ke pihak yang menerbitkan serta akan tersimpan ke media digital sebelum digunakan untuk kebutuhan transaksi. Saat dimanfaatkan, nominal uang digital akan mengalami pengurangan sesuai nominal transaksi dan sesudahnya bisa dilakukan pengisian ulang (*top-up*). Media digital guna melakukan penyimpanan uang digital berwujud *server* maupun *chip*. Pemakaian uang digital ini ditunjukkan menjadi instrumen

⁴ Solikin dan Suseno. *Uang: Pengertian, Penciptaan dan Peranannya dalam Perekonomian*, Seri Kebanksentralan. No.1. (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan Bank Indonesia, 2002), 3.

pembayaran yang efektif serta praktis agar bisa mendukung akses pembayaran di aktivitas ekonomi massal, mikro, maupun cepat, sehingga peningkatannya mampu digunakan untuk mempermudah transaksi di jalan tol, tiket di kereta api, transaksi di toko, minimarket, penjaja makanan, maupun parkir.⁵

Uang digital (*electronic money*) diperjelas sebagai instrumen pembayaran yang mencakup segala unsur, terdiri atas:

- a. Dikeluarkan berdasar nominal uang yang disetorkan terlebih dahulu ke pihak yang menerbitkan/mengeluarkan.
- b. Nominal yang tersimpan secara digital ke suatu media, misalkan chip ataupun server.
- c. Nominal uang digital dimanajemen oleh penerbit dan bukan sebagai simpanan sesuai penjelasan yang ada di perundang-undangan yang menetapkan perihal perbankan.⁶

2. Dasar hukum

Pemerintah melalui lembaga yang berwenang telah mengatur melalui regulasi yang menjadi dasar dalam penyediaan uang digital yang sudah ditetapkan pada peraturan Bank Indonesia, sebagai berikut:

- a. Bank Indonesia Nomor: 11/12/PBI/2009 tanggal 13 April 2009 perihal Uang Elektronik (*Electronic Money*).

⁵ Bank Indonesia, "Uang Elektronik". bi.go.id <https://www.bi.go.id/id/edukasi-perlindungan-konsumen/edukasi/produk-dan-jasa-sp/uang-elektronik/Pages/default.aspx> diakses tanggal 5 Desember 2019.

⁶ Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik

- b. Surat Edaran Bank Indonesia No. 11/11/DASP tanggal 13 April 2009 mengenai Uang Elektronik (*Electronic Money*).

3. Manfaat uang elektronik

Pemakaian uang digital sebagai instrumen transaksi mampu memberi manfaat, meliputi:

- a. Memberi akses yang mudah serta efektif untuk bertransaksi tanpa harus repot membawa sejumlah uang tunai.
- b. Tidak perlu menerima uang kembalian berbentuk barang, misalkan permen karena penjual tidak memiliki uang kembalian dengan nominal kecil (receh).
- c. Sangat *applicable* guna keperluan pembayaran massal dengan nominal rendah, tetapi intensitasnya relatif tinggi, misal membayar parkir, tol, transportasi, makanan cepat saji, dan lain sebagainya.

4. Risiko uang elektronik

Sekalipun uang digital di lain sisi memiliki manfaat, namun tetap ada risiko yang perlu di waspadai dan di cermati agar para pengguna semakin berhati-hati. Adapun risiko dari penggunaan uang digital, terdiri atas:

- a. Hilang. sering terjadi pengguna uang digital kehilangan kartu uang digital dan bisa dialihgunakan oleh pihak lain. Sebab, pada dasarnya uang digital serupa dengan uang tunai yaitu jika hilang tidak bisa diklaim ke penerbit.
- b. Risiko kurang paham pemakaian uang digital, misal pemakai tidak sadar jika uang digital yang digunakannya telah ditempelkan

sebanyak dua kali ke *reader* guna keperluan transaksi yang sama, sehingga nominal uang digital akan berkurang dua kali lipat dari nilai transaksi yang seharusnya.⁷

5. Jenis uang elektronik dan batas nilai uang elektronik

Terdapat jenis-jenis pada uang elektronik yang disesuaikan oleh hasil pencatatan maupun tidak adanya data identitas pemilik di pihak yang menerbitkan uang digital terbagi menjadi beberapa, yaitu:

- a. Uang Elektronik *registered*, ialah uang digital dengan data identitas pemiliknya sudah dicatat atau didaftarkan ke penerbit uang digital tersebut. Kaitannya dengan perihal ini, pihak yang menerbitkan perlu mengimplementasikan dasar mengenali nasabah dalam mengeluarkan uang digital *registered*. Terdapat batas maksimal nilai uang digital yang disimpan ke *server* maupun *chip* pada uang digital *registered*, yaitu sejumlah Rp5.000.000.-
- b. Uang Elektronik *unregistered*, ialah uang digital dengan data identitas pemilik tidaklah terdaftar atau tercatat di penerbit. Batas maksimal nominal uang digital yang ada di media data penyimpanan server maupun *chip* pada uang digital *unregistered* sejumlah Rp1.000.000.-⁸

6. Pihak yang menyelenggarakan uang elektronik

- a. Pemilik kartu merupakan pemakai yang sah dari uang elektronik.

⁷ Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik

⁸ Ibid.

- b. Prinsipal, yaitu lembaga terkecuali bank yang bertugas terhadap manajemen sistem maupun jaringan di setiap anggota yang berfungsi selaku penerbit ataupun *acquirer*, selama menjalankan aktivitas transaksi uang digital yang bekerja sama dengan anggota berdasar kesepakatan yang tertulis.
- c. Penerbit, yaitu pihak atau lembaga terkecuali bank yang mengeluarkan uang digital.
- d. *Acquireer*, yaitu lembaga atau badan terkecuali bank yang menjalin mitra kerja dengan para pedagang (*merchant*), yang bisa menjalankan serta mengurus uang digital yang telah dikeluarkan oleh pihak atau lembaga lainnya.
- e. Pedagang (*merchant*), yaitu pihak yang menjual jasa ataupun barang dan mereka menerima pembayaran melalui transaksi uang digital.
- f. Penyelenggara kliring ialah badan atau lembaga terkecuali bank yang mengoperasikan tanggung jawab finansial dari setiap penerbit maupun *acquirer* atas dasar transaksi uang digital.
- g. Penyelenggara penyelesaian akhir, yaitu lembaga atau badan terkecuali bank yang menjalankan dan bertugas terkait penuntasan akhir terhadap tanggung jawab finansial di setiap penerbit maupun *acquirer* selama bertransaksi uang digital berdasar hasil hitungan dari penyelenggara kliring.⁹

⁹ Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 tentang Uang Elektronik.

C. Uang Elektronik dalam Fatwa DSN MUI

1. Pengertian uang elektronik

Lahirnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 perihal uang elektronik syariah berdasarkan beberapa pertimbangan, pada fatwa tersebut diuraikan sebagai berikut:

- a. Surat permohonan fatwa mengenai uang digital yang berdasar pada prinsip syariah dari PT Veritra Sentosa Internasional (VSI) Nomor 043/Treni/Legal/2017 tanggal 04 April 2017.
- b. Atas dasar pendiskusian “Kajian Uang Elektronik Ditinjau dari Kesesuaian Prinsip-Prinsip Syariah” yang meliputi Tim Paytren dengan Tim Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia di Jakarta tanggal 22 Agustus 2017.
- c. Penjelasan, konsep, serta masukan Working Group Perbankan Syariah yang meliputi DSN-MUI, OJK, DSAS-IAI, serta Mahkamah Agung tanggal 7 September 2017 di Jakarta.
- d. Ide atau konsep dari peserta Rapat Pleno Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pada hari Selasa tanggal 28 Dzulhijjah 1438H/19 September 2017.

Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 menjelaskan dengan rinci dan lengkap mengenai uang digital yaitu instrumen pembayaran yang mencakup beragam unsur, terdiri atas:

- a. Dikeluarkan berdasar total nominal uang yang dikirimkan lebih dulu ke pihak yang menerbitkan/mengeluarkan;
 - b. Total nominal uang yang tersimpan secara digital di media yang terdaftar;
 - c. Nominal uang digital yang diatur dan dimanajemen oleh penerbit bukan sebagai simpanan sesuai maksud yang tertuang di perundang-undangan atas dasar ketetapan perihal perbankan; serta
 - d. Dimanfaatkan sebagai instrumen pembayaran ke pedagang yang bukan sebagai pihak penerbit uang digital.¹⁰
2. Sumber referensi yang digunakan pada Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor:116/DSN-MUI/IX/2017 perihal uang elektronik syariah dapat diuraikan sebagai berikut:
- a. Q.S. al-Furqan (25): 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَمِمَّا يُفْتَرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (٦٧)

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”¹¹

- b. Hadits Nabi riwayat Muslim dari Abu Sa’id al-Khudri:

لَا تَبِيعُوا الذَّهَبَ بِالذَّهَبِ إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تُشَفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ, وَلَا تَبِيعُوا الْوَرِقَ بِالْوَرِقِ إِلَّا مِثْلًا بِمِثْلٍ وَلَا تُشَفُّوا بَعْضَهَا عَلَى بَعْضٍ, وَلَا تَبِيعُوا مِنْهَا غَائِبًا بِنَا جِزٍ.

¹⁰ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

¹¹ Q.S. al-Furqan (25): 67.

"Janganlah kamu menjual emas dengan emas kecuali sama (ukurannya) dan janganlah menambahkan sebagian atas sebagian yang lain; janganlah menjual perak dengan perak kecuali sama (ukurannya) dan janganlah menambahkan sebagian atas sebagian yang lain; dan janganlah menjual emas dan perak tersebut yang tidak tunai dengan yang tunai."

c. Kaidah fikih:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَاتِ الْإِبَاحَةُ إِلَّا أَنْ يَدُلُّ دَلِيلٌ عَلَى التَّحْرِيمِ.

"Pada dasarnya, segala bentuk muamalat diperbolehkan kecuali ada dalil yang mengharamkannya atau meniadakan kebolehamnya".

d. Diriwayatkan dari Umar bin Khattab, sebagaimana dikutip dalam Tafsir al-Shan'any jilid 3 hal 93:

وَلَقَدْ كَانَ عُمَرُ بْنُ الْخَطَّابِ قَالَ : هَمَمْتُ أَنْ أَجْعَلَ الدَّرَاهِمَ مِنْ جُلُودِ الْإِبِلِ, فَقِيلَ لَهُ : إِذَا لَبَعِيرٌ, فَأَمْسَكَ.

Umar bin Khattab berkata "Aku berkeinginan membuat uang dirham dari kulit unta", lalu dikatakan kepadanya "kalau begitu, tidak akan ada lagi unta..", lalu Umar mengurungkan niatnya".

e. Pendapat Ibnu Hazm dalam kitab al-Muhalla Jilid 8 halaman 477:

كُلُّ شَيْءٍ يَجُوزُ بَيْعُهُ فَهُوَ مَبْرُورٌ....., وَلَا نَدْرِي مِنْ أَيْنَ وَقَعَ لَكُمْ
الِاقْتِصَارُ بِالتَّثْمِينِ عَلَى الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَلَا نَصَّ فِي ذَلِكَ.....

“Segala sesuatu yang boleh diperjualbelikan boleh digunakan sebagai alat bayar, dan tidak terdapat satu nash pun yang menyatakan bahwa uang harus terbuat dari emas dan perak”.

3. Ketentuan umum

Ketentuan umum Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang uang elektronik syariah dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Uang elektronik syariah ialah uang digital yang berdasar pada ketetapan syariah.
- b. Nominal uang digital ialah total keseluruhan uang yang tersimpan secara digital dan bisa dialih-tempatkan sebab kebutuhan bertransaksi guna membayar maupun mengirimkan dana.
- c. Penerbit ialah badan atau pihak terkecuali bank yang menerbitkan uang digital.
- d. Pemilik uang digital ialah individu yang memakai uang digital.
- e. Prinsipal ialah lembaga atau badan terkecuali bank yang memiliki tanggung jawab guna mengelola jaringan atau sistem di setiap anggotanya yang berperan sebagai penerbit dan/atau *acquirer*, dalam transaksi uang elektronik yang kerja sama dengan anggotanya didasarkan atas suatu perjanjian tertulis.
- f. *Acquirer* ialah pihak atau badan terkecuali bank yang: (a). Bekerja sama dengan pedagang sehingga pedagang mampu memproses transaksi dari uang elektronik yang diterbitkan oleh pihak selain *acquirer* yang

bersangkutan; dan (b). bertanggungjawab atas penyelesaian pembayaran kepada pedagang.

- g. Pedagang, yaitu pihak yang menjual jasa maupun barang yang mendapat pembayaran atas transaksi dari pemilik uang digital.
- h. Penyelenggara kliring, yaitu lembaga atau badan terkecuali bank yang menjalankan hitungan kewajiban serta hak finansial di setiap penerbit maupun *acquirer* dengan upaya bertransaksi uang digital.
- i. Penyelenggara penyelesaian akhir merupakan pihak atau badan terkecuali bank yang melakukan dan bertanggungjawab terhadap penyelesaian akhir atas hak dan kewajiban keuangan masing-masing penerbit dan/atau *acquirer* dalam rangka transaksi uang elektronik berdasarkan hasil perhitungan dari penyelenggara kliring.
- j. Agen Layanan Keuangan Digital (LKD), yaitu lembaga atau pihak ketiga yang menjalin kerja sama dengan pihak yang menerbitkan serta bertugas berdasar nama penerbit selama memberi pelayanan uang elektronik.
- k. Akad *wadi'ah*, yaitu persetujuan untuk menipkan sejumlah uang dari pemilik uang digital ke pihak yang menerbitkan berdasar ketetapan dari setiap pemilik uang digital yaitu mereka bisa melakukan penarikan, penggunaan, maupun pengambilan uang kapan saja berdasar persetujuan awal.
- l. Akad *qardh*, yaitu persetujuan peminjaman dari pemilik uang digital ke pihak yang menerbitkan berdasar ketetapan jika penerbit memiliki

kewajiban memberikan kembali uang yang sudah diterima ke pemilik kapan saja berdasar persetujuan awal.

- m. Akad ijarah, yaitu persetujuan guna memindahkan manfaat (hak guna terkait suatu jasa atau barang selama kurun waktu tertentu sesuai upah atau pembayaran. Akad *ju'alah* adalah akad untuk memberikan imbalan (*reward/iwadh/ju'f*) tertentu atas pencapaian hasil (*natijah*) yang ditentukan dari suatu pekerjaan. Akad *wakalah bi al-ujrah* adalah akad wakalah dengan imbalan (*ujrah*).
- n. Biaya layanan prasarana uang digital, yaitu anggaran dana yang dikenakan oleh pihak yang menerbitkan bagi pemilik, terdiri atas: (a) anggaran dana pengganti media uang digital bagi pemakai pertama ataupun sebagai pengganti media uang digital yang hilang ataupun rusak; (b) biaya pengisian ulang (*top up*) melalui pihak lain yang bekerjasama dengan penerbit atau menggunakan *delivery channel* pihak lain; (c) biaya tarik tunai melalui pihak lain yang bekerjasama dengan Penerbit atau menggunakan *delivery channel* pihak lain; dan atau (d) biaya administrasi untuk uang elektronik yang tidak digunakan dalam jangka waktu tertentu.
- o. Riba ialah adanya penambahan pada aktivitas pertukaran barang ribawi (*al-amwal al-ribawiyah*) serta adanya penambahan terhadap pokok pinjaman dengan memberi imbalan penangguhan pembayaran secara tetap.
- p. Gharar ialah tidak pastinya suatu persetujuan perihal mutu maupun jumlah objek persetujuan ataupun perihal penyerahan.

- q. *Maysir* ialah masing-masing persetujuan yang diselenggarakan atas dasar tujuan yang tak jelas, serta hitungannya tidaklah cermat, penuh spekulasi, maupun memercayai keberuntungan.
 - r. *Tadlis* ialah perilaku untuk menyembunyikan kecacatan terhadap objek persetujuan yang dilaksanakan penjual guna menipu pembeli seolah-olah objek itu tidaklah cacat.
 - s. *Risywah* ialah tindakan memberi dengan tujuan mendapat sesuatu yang bukan haknya, membenarkan secara batil serta menjadikan segala sesuatu yang batil sebagai sesuatu perihal yang benar.
 - t. *Israf* ialah aktivitas yang mengeluarkan kekayaan secara berlebih.¹²
4. Ketentuan terkait akad dan personalia hukum

Uang digital dipersilakan untuk dimanfaatkan sebagai media transaksi atas dasar ketentuan yang ada di fatma ini. Ketetapan perihal akad atau persetujuan serta personalia hukum dapat dipaparkan sebagai berikut:

- a. Akad di antara penerbit dengan pemilik yang digital, yaitu akad *wadi'ah* atau akad *qardh*.

- 1) Dalam hal akad yang digunakan adalah akad wadi'ah, maka berlaku ketentuan dan batasan *akad wadi'ah* sebagai berikut: (1) Jumlah nominal uang elektronik bersifat titipan yang dapat diambil/digunakan oleh pemegang kapan saja; (2) Jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan tidak boleh digunakan oleh

¹² Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor:116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

penerima titipan (penerbit), kecuali atas izin pemegang kartu; (3) Dalam hal jumlah nominal uang elektronik yang dititipkan digunakan oleh penerbit atas izin pemegang kartu, maka akad titipan (*wadiah*) berubah menjadi akad pinjaman (*qardh*), dari tanggung jawab penerima titipan sama dengan tanggung jawab dalam akad *qardh*. (4) Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana titipan dari pemegang kartu (dana float). (5) Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.

2) Dalam hal akad yang digunakan adalah akad *qardh*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *qardh* sebagai berikut: (1) Jumlah nominal uang elektronik bersifat hutang yang dapat diambil digunakan oleh pemegang kapan saja. (2) Penerbit dapat menggunakan (menginvestasikan) uang hutang dari pemegang uang elektronik. (3) Penerbit wajib mengembalikan jumlah pokok piutang pemegang uang elektronik kapan saja sesuai kesepakatan; (4) Otoritas terkait wajib membatasi penerbit dalam penggunaan dana pinjaman (utang) dari pemegang kartu (dana float). (5) Penggunaan dana oleh penerbit tidak boleh bertentangan dengan prinsip syariah dan peraturan perundang-undangan.

b. Di antara akad yang dapat digunakan penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan uang elektronik (*prinsipal, acquirer, pedagang*

(*merchant*), penyelenggara kliring, dan penyelenggara penyelesaian akhir) adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al-ujrah*.

- 1) Dalam hal akad yang digunakan akad *ijarah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ijarah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 112/DSN-MUI/IX12017 tentang Akad *Ijarah*.
- 2) Dalam hal akad yang digunakan akad *ju'alah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ju'alah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUI/XII12007 tentang Akad *Ju'alah*.
- 3) Dalam hal akad yang digunakan akad *wakalah bi al-ujrah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *wakalah bi al-ujrah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang *wakalah bi al-Ujrah*.¹³

c. Di antara akad yang dapat digunakan antara penerbit dengan agen layanan keuangan digital adalah akad *ijarah*, akad *ju'alah*, dan akad *wakalah bi al-ujrah*.

- 1) Dalam hal akad yang digunakan akad *ijarah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ijarah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Ijarah*.
- 2) Dalam hal akad yang digunakan akad *ju'alah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *ju'alah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 62/DSN-MUI/XII/2007 tentang Akad *Ju'alah*.

¹³ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

3) Dalam hal akad yang digunakan akad *wakalah bi al-ujrah*, maka berlaku ketentuan dan batasan akad *wakalah bi al-ujrah* sebagaimana terdapat dalam DSN-MUI Nomor: 113/DSN-MUI/IX/2017 tentang *wakalah bi al-ujrah*.¹⁴

5. Ketentuan biaya layanan fasilitas

Penyelenggaraan uang elektronik, penerbit dapat mengenakan biaya layanan fasilitas uang elektronik kepada pemegang dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Biaya-biaya layanan fasilitas harus berupa biaya riil untuk mendukung proses kelancaran penyelenggaraan uang elektronik.
- 2) Pengenaan biaya-biaya layanan fasilitas harus disampaikan kepada pemegang kartu secara benar sesuai syariah dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

6. Ketentuan dan batasan penyelenggaraan dan penggunaan uang elektronik

Ketentuan dan batasan penyelenggara dan penggunaan uang elektronik wajib terhindar dari beberapa ketentuan yang menurut fatwa DSN-MUI Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 dapat dipaparkan sebagai berikut:

- 1) Transaksi yang *ribawi, gharar, maysir, tadlis, risyvah, dan israf*.
- 2) Transaksi atas objek yang haram atau maksiat.¹⁵

¹⁴ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

¹⁵ Ibid.

- 3) Jumlah nominal uang elektronik yang ada pada penerbit harus ditempatkan di bank syariah.
- 4) Dalam hal kartu yang digunakan sebagai media uang elektronik hilang maka jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang.¹⁶

D. Konsep Generasi Milenial

1. Generasi milenial dalam kajian literature

Generasi milenial merupakan penduduk yang dilahirkan antara tahun 1980 sampai dengan 2000 berdasarkan kajian dari Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KPPA). Istilah milenial pertama kali dicetuskan oleh William Strauss dan Neil dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Mereka menciptakan istilah ini tahun 1987, yaitu pada saat anak-anak yang lahir pada tahun 1982 masuk pra-sekolah. Saat itu media mulai menyebut sebagai kelompok yang terhubung ke milenium baru di saat lulus SMA di tahun 2000.¹⁷

Pendapat lain menurut Elwood Carlson dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom* yang menyebutkan generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001. Jika didasarkan pada *Generation Theory* yang dicetuskan oleh Karl Mannheim pada tahun 1923, generasi milenial

¹⁶ Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 116/DSN-MUI/IX/2017 tentang Uang Elektronik Syariah.

¹⁷ William Strauss dan Neil, *Millennials Rising: The Next Great Generation*, (Vintage: Highlighting Edition, 2000), 49.

adalah generasi yang lahir pada rasio tahun 1980 sampai dengan 2000. Generasi milenial juga disebut sebagai generasi Y. Istilah ini mulai dikenal dan dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Selanjutnya banyak kajian mengenai teori generasi dari beberapa ahli yang memberikan klasifikasi batasan usia setiap generasi, bahkan sebutan generasi milenial pada tiap peneliti nyatanya juga terdapat perbedaan dengan memberikan sebutan versi masing-masing.¹⁸

Tabel 1.3 Pengelompokan Generasi

Sumber	Label					
Tapscott (1988)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generatio n X (1965-1975)	Digital Generatio n (1976-2000)	-	-
Howe dan Strauss (2000)	Silent Generatio n (1925-1943)	Boom generation (1943-1960)	13 generation (1961-1981)	Milenial Generatio n (1982-2000)	-	-
Zemke et al (2000)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-2000)	-	-
Lancaste r dan Stillman (2000)	Traditiona list (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generatio n Xers	Generatio n Y	-	-
Martin dan Tulgan (2002)	Silent Generatio n (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generatio ns X (1965-1977)	Milenials (1981-1999)	-	-
Oblinger dan Oblinger (2005)	Maataures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generatio n Xers (1965-1980)	Gen-Y/Netgen (1981-1995)	Post Milenia ls (1995-present)	-

¹⁸ Yanuar Surya Putra. "Theoretical Review. Teori Perbedaan Generasi". *Jurnal Among Makarti*. Vol.9 (18):123-134 Tahun 2016.

Benscik, Csikos, Juhez (2016)	Veteran Generation (1925-1946)	Baby boom generation (1946-1960)	X generation (1960-1980)	Y generation (1980-1995)	1995-2010 (Z generation)	Alfa generation (2010 +)
-------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Sumber: Yanuar Surya Putra (2016)

Disamping peneliti mancanegara, ada beberapa pendapat tentang generasi milenial dari peneliti dalam negeri. Menurut Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi dalam bukunya “Millennial Nusantara” menyebutkan bahwa Generasi milenial adalah mereka yang lahir antara tahun 1981 sampai dengan tahun 2000.¹⁹ Sementara para peneliti sosial dalam negeri lainnya menggunakan tahun lahir mulai 1980-an sampai dengan tahun 2000-an untuk menentukan generasi milenial.²⁰ Kedua istilah yang digunakan keduanya sangat mirip dengan pendapat Howe dan Strauss termasuk klasifikasi rentang tahun kelahiran yang tidak jauh berbeda, sehingga dari paparan beberapa pendapat di atas bisa diambil kesimpulan bahwa istilah milenial yang paling umum digunakan dan yang paling populer merujuk pada konsep milenial yang dipaparkan oleh Howe dan Strauss.

2. Ciri-ciri generasi milenial

Dibandingkan generasi sebelumnya, generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karena dibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri

¹⁹ Hasanuddin Ali dan Lilik Purwandi. *The Urban Middle-Class Millennials Indonesia: Financial and Online Behavior*. (Jakarta: PT Alvara Strategi Indonesia, 2017), 120.

²⁰ Purwandi l. dkk., *Milenial Nusantara*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2017), 234.

kreatif, informatif, mempunyai *passion* dan produktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hampir seluruh individu dalam generasi tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut para *millennials* dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Dari perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapun dari sekadar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis *online*, hingga memesan jasa transportasi *online*. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.

Hasil studi yang dilakukan oleh *Boston Consulting Group (BCG)* bersama University of Berkley tahun 2011 di Amerika Serikat tentang generasi milenial USA menemukan beberapa ciri generasi milenial sebagai berikut:

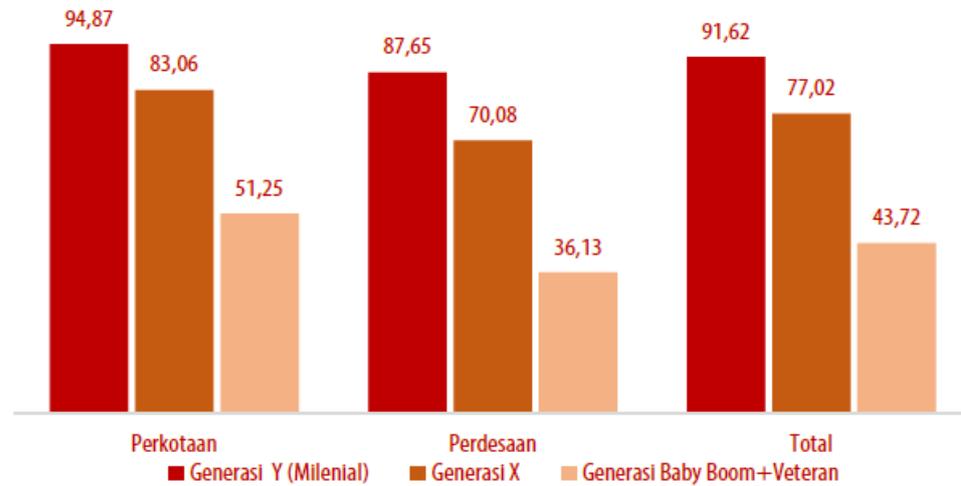
- a. Minat membaca secara konvensional kini sudah menurun karena Generasi Y lebih memilih membaca lewat *smartphone* mereka.

- b. *Millennial* wajib memiliki akun sosial media sebagai alat komunikasi dan pusat informasi.
- c. *Millennial* pasti lebih memilih ponsel daripada televisi. Menonton sebuah acara televisi kini sudah tidak lagi menjadi sebuah hiburan karena apapun bisa mereka temukan di telepon genggam.
- d. *Millennial* menjadikan keluarga sebagai pusat pertimbangan dan pengambil keputusan.

3. Generasi milenial dan teknologi seluler

Di Indonesia, pemanfaatan telepon seluler dapat dilihat dari hasil Susenas 2017 menunjukkan bahwa memang generasi milenial lebih unggul jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Secara lengkap data bisa terlihat bahwa persentase generasi milenial di Indonesia yang menggunakan telepon seluler/gawai pada tahun 2017 sudah mencapai 91,62 persen. Persentase ini jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan generasi X yang sebesar 77,02 persen dan generasi *baby boom* dan veteran yang hanya sebesar 43,72 persen.²¹

²¹ BPS, *Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) 2017*, (Jakarta: Badan Pusat Statistik, 2017), 234.



Gambar 1.1 Persentase Penduduk di Indonesia yang Menggunakan Telepon Seluler Menurut Generasi dan Tempat Tinggal Tahun 2017²²

Bila dilihat dari daerah tempat tinggal terlihat bahwa penggunaan telepon seluler oleh generasi milenial yang tinggal di perkotaan mencapai 94,87 persen, persentase tersebut lebih tinggi jika dibandingkan generasi milenial yang tinggal di perdesaan yang hanya 87,65 persen. Salah satu penyebab perbedaan tersebut adalah adanya perbedaan fasilitas infrastruktur yang mendukung telepon seluler antara daerah perkotaan dan perdesaan dimana daerah perkotaan memiliki fasilitas infrastruktur pendukung yang lebih lengkap.

Salah satu perkembangan teknologi yang pesat adalah perkembangan telepon seluler/gawai. Telepon seluler sekarang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi melalui suara saja tetapi juga untuk kegunaan yang lain seperti mengabadikan foto, mengirimkan email bahkan dapat

²² Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 61.

digunakan untuk melakukan transaksi perbankan atau pembayaran online. Dengan semakin “pintar” sebuah telepon seluler, maka tidaklah heran jika telepon seluler menjadi bagian penting bagi kehidupan manusia di era modern seperti sekarang ini.²³

E. Perilaku Konsumen dalam Pendekatan Technology Acceptance Model

1. Perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut.²⁴ Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.²⁵

Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang

²³ Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik. *Profil Generasi Milenial Indonesia*. (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018), 61.

²⁴ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010), 6.

²⁵ Ali Hasan, *Marketing, Cetakan Pertama*, (Yogyakarta: Media Pressdindo, 2013), 161.

yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran.

2. *Technology Acceptance Model (TAM)*

Pendekatan teoritis yang biasa digunakan untuk mengetahui tingkat penerimaan uang elektronik OVO dapat dianalisis dengan menggunakan model *Technology Acceptance Model (TAM)*. Dengan demikian, TAM merupakan pisau analisis yang digunakan untuk mengetahui sikap penerimaan pengguna terhadap hadirnya sebuah teknologi. Sebelum model TAM muncul, ada teori yang dikenal dengan nama *Theory of Reasoned Action (TRA)* yang dikembangkan oleh Martin Fishbein dan Icek Ajzen (1975, 1980). Berasal dari penelitian sebelumnya yang dimulai dari teori sikap dan perilaku, maka penekanan TRA waktu itu ada pada sikap yang ditinjau dari sudut pandang psikologi. Prinsipnya yaitu menentukan bagaimana mengukur komponen sikap perilaku yang relevan, membedakan antara keyakinan ataupun sikap, dan menentukan rangsangan eksternal. Sehingga dengan model TRA menyebabkan reaksi dan persepsi pengguna terhadap teknologi akan menentukan sikap dan perilaku pengguna tersebut.²⁶

Sesuai dengan istilah TAM, bahwa “A” singkatan dari “*acceptance*” artinya penerimaan. Sehingga bisa dikatakan bahwa TAM

²⁶ Kusuma, Hadri., dan Dwi Susilowati. 2007. “Determinan Pengadopsian Layanan Internet Banking: Perspektif Konsumen Perbankan Daerah Istimewa Yogyakarta.” *Jurnal Akuntansi dan Auditing Indonesia*, Desember, Vol. 11, No. 2, pp. 125-139.

merupakan suatu model analisis untuk mengetahui perilaku pengguna akan penerimaan teknologi. Asumsi teori TAM menyebut, alasan seseorang menggunakan sebuah sistem informasi yang baru, maka ada 2 (dua) faktor utama yang mempengaruhinya, yaitu persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kebermanfaatan.

a) Persepsi kemudahan penggunaan (*Ease of Use Perceived*)

Mengutip pendapat Davis dalam Wibowo yang menyebutkan bahwa “*ease*” artinya “kebebasan dari kesulitan atau usaha keras”. Selanjutnya “*ease to use perceived*” didefinisikan “Sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu akan bebas dari usaha”. Jika diaplikasikan untuk teknologi uang elektronik, maka maksudnya pengguna meyakini kalau teknologi uang elektronik tersebut mudah dalam penggunaannya sehingga tidak memerlukan usaha keras dan akan terbebas dari kesulitan. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan sistem informasi sesuai dengan keinginan penggunanya. Hasil penelitian Davis tersebut menunjukkan jika persepsi kemudahan dapat menjelaskan alasan pengguna untuk menggunakan sistem dan dapat menjelaskan kalau sistem yang baru dapat diterima oleh pengguna.²⁷

²⁷ Widyarini, Lydia Arie. 2005. “Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking Di kalangan Pengguna Internet Di Surabaya”. *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, April, Vol. 5, No. 1, pp. 101-123.

b) Persepsi kebermanfaatan (*Usefulness Perceived*)

Mengutip Davis dalam Wibowo yang menyebutkan bahwa pengguna percaya bahwa dengan menggunakan teknologi uang elektronik tersebut akan meningkatkan kinerjanya. Hal ini menggambarkan manfaat sistem dari penggunanya yang berkaitan dengan berbagai aspek. Jadi dalam persepsi kebermanfaatan ini membentuk suatu kepercayaan untuk pengambilan keputusan apakah jadi menggunakan sistem informasi atau tidak. Asumsinya jika pengguna mempercayai kalau teknologi tersebut berguna maka tentu akan menggunakannya, tetapi sebaliknya jika tidak percaya kalau berguna maka jawabannya pasti tidak akan menggunakannya.²⁸

F. Perilaku Konsumen Muslim

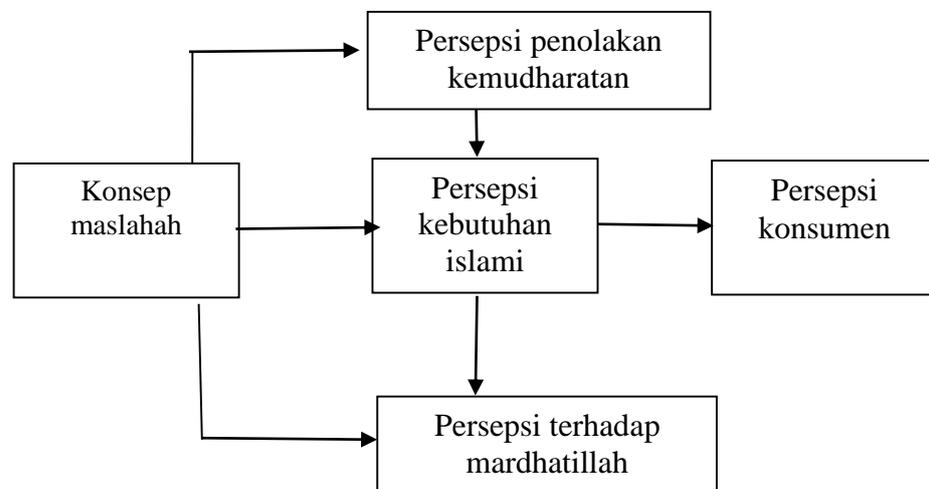
Perilaku konsumen syari'ah adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh seorang muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim ketika mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, atau tahunan, ia tidak berpikir pendapatan yang sudah diraihnyanya itu harus dihabiskan untuk dirinya sendiri, tetapi karena

²⁸ Widyarini, Lydia Arie. 2005. "Analisis Niat Perilaku Menggunakan Internet Banking Di kalangan Pengguna Internet Di Surabaya". *Jurnal Widya Manajemen dan Akuntansi*, April, Vol. 5, No. 1, pp. 101-123.

kesadarannya bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah, sebagian pendapatannya dibelanjakan di jalan Allah swt.²⁹

Perilaku konsumen muslim merupakan suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan aktivitas membeli dan menggunakan produk barang dan jasa, dengan memperhatikan kaidah ajaran Islam, dan berguna bagi kemaslahatan umat. Yang demikian itu, dalam mengkonsumsi, menyimpan, mengelola, dan memilih barang atau jasa dengan cara yang halal lagi baik, merupakan hal-hal yang sangat diagungkan pembalasannya, dan dikabulkan doanya. Model perilaku konsumen muslim dapat dipaparkan dalam bentuk bagan yang disajikan sebagai berikut:

Gambar 1.2



Gambar 1.2 Model Perilaku Konsumen Muslim
(Sumber: Muflih, 2006)

²⁹ Solihin dan Azwar, Welhendri. 2019. Sharia Customer Behavior: Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.4 No.1, pp.101-108.

Dari bagan diatas dapat dijelaskan, konsep masalah dapat membentuk persepsi kebutuhan manusia, persepsi penolakan terhadap kemudharatan, dan juga memanifestasikan konsep persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya mardhatillah. Kemudian persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan membatasi persepsinya hanya pada kebutuhan dan upaya mardhatillah mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan Islami. Persepsi kebutuhan seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhannya menentukan keputusan konsumsinya.³⁰ Sesungguhnya Islam tidak mempersulit jalan hidup seorang konsumen, hal ini terbukti apabila seseorang mendapatkan penghasilan dan setelah dihitung hanya dapat memenuhi kebutuhan pribadi dan keluarga saja, maka tidak ada keharusan baginya untuk mengeluarkan harta yang dimiliki untuk aktifitas sosial (melakukan derma). Akan tetapi, bagi seseorang yang pendapatannya lebih banyak dari kebutuhan hidup yang bisa dipenuhi, maka Islam menganjurkan memberikan sebagian dari hartanya kepada orang-orang yang membutuhkan.

Seatiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintahnya dan memuaskan diri sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah swt untuk kemaslahatan umat. Konsumsi secara berlebihan merupakan ciri seorang yang tidak mengenal Tuhan, mereka dikutuk dalam Islam dan disebut sebagai perilaku *israf* (pemborosan)

³⁰ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 97.

atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).³¹ Ciri-ciri perilaku konsumen muslim dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Seorang muslim dan muslimah dalam berkonsumsi didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhannya sebagai manusia terbatas. Seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan berkonsumsi sebagai kebutuhan, bukan sebagai keinginan.
2. Suatu tingkat kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkat kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan.
3. Seorang muslim atau muslimah tidak akan mengonsumsi barang-barang yang sifatnya subhat apalagi barang-barang yang sudah jelas haramnya.
4. Seorang muslim atau muslimah tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan, dan tidak akan membeli barang-barang di luar jangkauan penghasilannya.
5. Sebagai seorang muslim atau muslimah akan mencapai tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya.³²

Aktifitas konsumsi dalam Islam merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah swt dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat (falah), baik dalam membelanjakan uang atau

³¹ M. Nur Rianto Al Arif, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, t.th), 86.

³² Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), 187.

pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal shaleh bagi sesamanya.³³ Perilaku konsumen di era internet juga berkaitan dengan gaya hidup, gaya hidup adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya dengan upaya untuk membuat diri eksis dalam cara tertentu dan berbeda dari kelompok lain, era internet mengubah gaya hidup seseorang, bisa dikatakan mengikuti gaya zaman sekarang, dengan berbelanja atau mengkonsumsi produk melalui internet bisa meningkatkan gengsi dan gaya hidup seorang individu.³⁴

³³ Amiruddin Idris. *Ekonomi Publik*. (Yogyakarta: Deepublish, 2016), 67.

³⁴ Solihin dan Azwar, Welhendri. 2019. Sharia Customer Behavior: Perilaku Konsumen Dalam Belanja Online. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.4 No.1, pp.101-108.