

SKRIPSI

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI
DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PAREPARE DALAM PENGGUNAAN
*DIGITAL PAYMENT***



OLEH :

**RAHMAT
19.2400.032**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

**ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI
DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN
PAREPARE DALAM PENGGUNAAN
*DIGITAL PAYMENT***



**OLEH
RAHMAT
19.2400.032**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2024

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku
Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Parepare dalam Penggunaan *Digital Payment*

Nama Mahasiswa : Rahmat
Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.032

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.4890/In.39.8/PP.00.9/10/2022
Disetujui oleh

Pembimbing Utama : Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag.
NIP : 19710208 200112 2 002

Pembimbing Pendamping : Umaima, M.E.I.
NIP : 19890717 201801 2 002



Mengetahui

Dekan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP, 19710208 200112 2 002

PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku
Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Parepare dalam Penggunaan *Digital
Payment*

Nama Mahasiswa : Rahmat

Nomor Induk Mahasiswa : 19.2400.032

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
B.4890/In.39.8/PP.00.9/10/2022

Tanggal Kelulusan : 30 Januari 2024

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag. (Ketua) (.....)

Umaima, M.E.I. (Sekretaris) (.....)

Dr. Andi Bahri S, M. E,M. Fil.I. (Anggota) (.....)

Dr. St. Nurhayati, M.Hum. (Anggota) (.....)

Mengetahui :



Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP. 19710208 200112 2 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah Swt. berkat hidayah, taufik dan maunah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare.

Salawat serta salam semoga senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad Sallallahu ‘alaihi wasallam, *rahmatan lil alamin* yang telah membawa ajaran yang paling sempurna kepada manusia di muka bumi.

Penulis mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada kedua orang tua penulis, yaitu ayahanda tercinta Mansur dan Ibunda tercinta Nadi di mana dengan pembinaan dan berkah do’a tulusnya, sehingga penulis diberi kemudahan dan kekuatan dalam menyelesaikan tugas akademik tepat pada waktunya.

Penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan berbagai pihak, dorongan serta bimbingan Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. selaku pembimbing I dan Ibu Umaima, M.E.I. selaku pembimbing II yang telah bersedia memberikan waktu dalam membimbing, membina, mengarahkan, memotivasi dan memberikan ilmu serta masukan yang sangat bermanfaat sehingga dapat terselesaikan skripsi ini.

Penulis beranggapan bawa skripsi ini merupakan karya terbaik yang dapat penulis persembahkan. Tapi penulis menyadari bahwa kemungkinan masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat.

1. Bapak Prof. Dr. Hannani, M.Ag selaku Rektor IAIN Parepare.
2. Ibu Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, bapak Dr. Andi Bahri S., M.E., M.FiL.I. selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dan ibu Dr. Damirah, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.
3. Ibu Umaima, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.
4. Dr. Muzdalifah Muhammadun, M. Ag. dan Ibu Umaima, M.E.I. selaku Pembimbing yang telah membimbing saya sampai selesai.
5. Ibu Rusnaena, M.Ag. dan ibu Emiliy Nur Saidy, M.E. selaku Penguji yang senantiasa memberikan masukan dan arahan kepada peneliti
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen IAIN Parepare yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada penulis.
7. Terkhusus Dosen FEBI IAIN Parepare yang menjadi informan untuk penelitian ini, peneliti sangat berterima kasih karena berkat jawaban dan informasi beliau, skripsi ini bisa dapat terselesaikan.

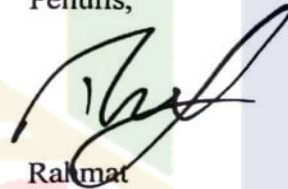
8. Teman-teman peneliti yang senantiasa memberikan *support* dan semangat untuk peneliti agar segera menyelesaikan skripsi untuk pendidikan Strata 1.

9. Terkhusus Muhammad Farhan. H dan Fitriani yang selalu memberikan arahan dari awal penelitian sampai menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT. melimpahkan pahala atas jasa-jasa semua pihak yang telah membantu kelancaran penyusunan skripsi ini, penulis menyadari skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kesalahan dan kekurangannya, oleh karena itu perlu adanya kritik dan saran dari kalian semua. Akhirnya, kepada Allah SWT. Penulis berserah diri semoga skripsi ini bermanfaat, Amin.

Parepare, 12 Januari 2024

Penulis,



Rahmat

NIM. 19.2400.032

PAREPARE

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

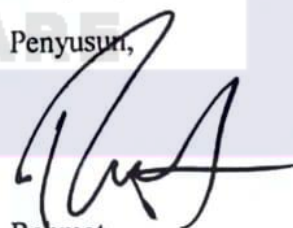
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rahmat
NIM : 19.2400.032
Tempat/Tgl Lahir : Kalidong, 05 Juni 1999
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul Skripsi : Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam
Penggunaan *Digital Payment*

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 12 Januari 2024

Penyusun,



Rahmat

NIM. 19.2400.032

ABSTRAK

RAHMAT. 2023. *Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam Penggunaan Digital Payment*. Skripsi dibimbing oleh Ibu Muzdalifah Muhammadun dan Ibu Umaima.

Penelitian ini membahas tentang bagaimana perilaku konsumsi khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dalam menggunakan *digital payment*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku konsumsi dosen fakultas ekonomi dan bisnis Islam pada penggunaan *digital payment* menurut tinjauan ekonomi Islam dan untuk menganalisis faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi dosen fakultas ekonomi dan bisnis Islam pada penggunaan *digital payment*.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode kualitatif deskriptif. Adapun 3 teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi data. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ada dua yakni *digital payment* dan perilaku konsumsi.

Hasil dari penelitian ini adalah perilaku konsumsi dalam syariat Islam juga perlu di perhatikan, bebarapa Dosen FEBI IAIN mengungkapkan bahwa perilaku konsumsi harus sesuai dengan tinjauan atau syariat Islam yang harus mengonsumsi barang atau jasa sesuai kebutuhan dan bukan keinginan semata. perilaku konsumsi pada penggunaan *digital payment* di pengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, pada faktor internal pribadi yang dimaksud adalah lebih ke personal seseorang seperti gaya hidup dalam menjalani aktivitas, kesukaan dan konsumsi, selain itu adapun barang dan jasa yang dibeli seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan. Sedangkan ditinjau pada faktor eksternal dapat dilihat pada faktor sosial. Faktor sosial yang dimaksud adalah pengaruh lingkungan baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

Kata Kunci : *digital payment, perilaku konsumsi, perilaku konmsumsi Islam*

DAFTAR ISI

SAMPUL.....
HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING	ii
PERSETUJUAN KOMISI PENGUJI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
TRANSLITERASI DAN SINGKATAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu	7
B. Tinjauan Teori.....	9
1. <i>Digital Payment</i>	9
2. Perilaku Konsumsi	16
3. Pengertian Ekonomi Islam	22

C. Kerangka Konseptual	31
D. Kerangka Pikir.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	36
C. Fokus Penelitian	38
D. Jenis dan Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data	39
F. Uji Keabsahan Data	40
G. Teknik Analisis Data	42
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
1. HASIL PENELITIAN.....	44
A. Perilaku konsumsi dosen fakultas ekonomi dan bisnis Islam pada penggunaan digital payment menurut tinjauan ekonomi Islam.....	44
B. Faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan <i>digital payment</i>	47
2. PEMBAHASAN	50
A. Perilaku konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan digital payment menurut tinjauan ekonomi Islam.....	50
B. Faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan <i>digital payment</i>	55
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA 65

LAMPIRAN 67

PEDOMAN WAWANCARA 70

BIOGRAFI PENULIS 79



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1	Kerangka Pikir	35
3.1	Gambar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	37



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1.	Pedoman Wawancara	68
2.	Surat Izin Penelitian dari Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare	70
3.	Surat Keterangan Wawancara	72
4.	Surat Selesai Meneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bsinis Islam IAIN Parepare	71
5.	Foto Dokumentasi Wawancara	77
6.	Biografi Penulis	78

TRANSLITERASI DAN SINGKATAN

A. Transliterasi

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab diwakili oleh huruf-huruf dalam sistem penulisan bahasa Arab; dalam transliterasi ini, beberapa huruf digunakan sebagai simbol, beberapa tanda sebagai simbol, dan beberapa tanda dan huruf digabungkan sebagai simbol.

Daftar huruf Bahasa Arab dan Transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	h	ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Dhal	Dh	de dan ha

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ş	es (dengan titik dibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik dibawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik dibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik dibawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik keatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (')

2. Vokal

- a. Vokal tunggal (*monoftong*) Bahasa arab lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
آ	Fathah	A	A
إ	Kasrah	I	I
أ	Dammah	U	U

- b. Vokal ganda bahasa Arab, atau diftong, diwakili oleh campuran vokal dan huruf; kombinasi huruf digunakan dalam transliterasi.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	fathah dan ya	Ai	a dan i
وُ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفَى : kaifa

حَوْلَ : haula

3. Maddah

Huruf dan tanda digunakan sebagai transliterasi maddah, atau vokal panjang dengan simbol berupa kehormatan dan huruf, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ/آيَ	fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis diatas
إِي	kasrah dan ya	Ī	i dan garis diatas
أُو	dammah dan wau	Ū	u dan garis diatas

Contoh:

مَاتَ : māta

رَمَى : ramā

قِيلَ : qīla

يَمُوتُ : yamūtu

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- Sebagai transliterasi maddah, atau vokal diperpanjang dengan simbol berupa huruf dan penghargaannya, digunakan huruf dan tanda.
- Ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah [h].

Ta marbutah ditransliterasi dengan *ha (h)* jika kata terakhir diikuti kata yang berakhiran al- dan kedua istilah tersebut dibaca secara terpisah.

Contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *Rauḍah al-jannah* atau *Rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *Al-madīnah al-fāḍilah* atau *Al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *Al-hikmah*

5. Syaddah (Tasydid)

Dalam sistem penulisan Arab, syaddah disebut juga tasydid, dilambangkan dengan tanda tasydid (ُ). Dalam transkripsi ini, syaddah diwakili oleh pengulangan huruf (konsonan ganda) yang ditetapkan demikian.

رَبَّنَا : *Rabbanā*

نَجَّيْنَا : *Najjainā*

الْحَقُّ : *Al-Haqq*

الْحَجُّ : *Al-Hajj*

نُعْمُ : *Nu'ima*

عَدُوٌّ : 'Aduwwun

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (ي), maka ia litransliterasi seperti huruf maddah (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : 'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

عَلِيٌّ : "Ali (bukan 'Alyy atau 'Aly)

6. Kata Sandang

Sistem penulisan bahasa Arab menggunakan huruf لا (alif lam ma'rifah) untuk mewakili artikel. Artikel tersebut ditransliterasi seperti biasa, al-, dalam panduan transliterasi ini, terlepas dari apakah huruf syamsiah atau huruf qamariah muncul setelahnya. Artikel tidak terdengar seperti huruf yang muncul setelahnya. Artikel dan kata setelahnya dieja berbeda dan dihubungkan dengan garis horizontal atau mendatar (-). contohnya:

الشَّمْسُ : al-syamsu (bukan asy-syamsu)

الزَّلْزَلَةُ : al-zalzalah (bukan az-zalzalah)

الفَلْسَفَةُ : al-falsafah

الْبِلَادُ : al-bilādu

7. Hamzah

Hanya hamzah yang muncul di tengah dan akhir kata yang tunduk pada aturan yang mengubahnya menjadi tanda kutip ('). Namun karena hamzah berbentuk alif dalam tulisan arab, maka tidak penting jika muncul di awal kata. Contoh:

تَأْمُرُونَ : ta'murūna

النَّوْءُ : al-nau'

سَيِّءٌ : *syai'un*

أَمْرٌ : *umirtu*

8. Kata Arab yang lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, frasa, atau kalimat bahasa Arab yang belum baku dalam bahasa Indonesia dikenal dengan kata, frasa, atau kalimat bahasa Arab yang ditransliterasi. Kata, frasa, atau kalimat umum yang menjadi bagian dari bahasa Indonesia tidak lagi ditulis menggunakan teknik transliterasi seperti dijelaskan di atas. Istilah *Al-Qur'an* (dan *Qur'an*), *Sunnah*, misalnya.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab maka mereka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Fī zilāl al-qur'an

Al-sunnah qabl al-tadwin

Al-ibārat bi 'umum al-laḥẓ lā bi khusus al-sabab

9. *Laḥẓ al-Jalālah* (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudaf ilahi* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah. Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullah*

بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *laḥẓ al-jalālah*, ditransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *Hum fī rahmmatillāh*

10. Huruf Kapital

Huruf kapital tidak dikenali oleh sistem penulisan Arab; namun, dalam transkripsi ini, kata-kata tersebut digunakan sesuai dengan persyaratan ejaan bahasa Indonesia (EYD) yang relevan. Misalnya, huruf awal suatu nama diri (orang, tempat, atau bulan) dan huruf pertama suatu frasa ditulis dengan huruf kapital. Jika artikel (*al-*) diletakkan sebelum nama diri, maka huruf depan nama diri harus ditulis dengan huruf kapital, bukan huruf awal artikel. Jika muncul di awal kalimat, huruf A pada artikel tersebut menggunakan huruf kapital (*Al-*). Contoh:

*Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lalladhī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadan al-ladhī unzila fih al-Qur'an
Nasir al-Din al-Tusī
Abū Nasr al-Farabi*

Dua nama terakhir seseorang wajib dicantumkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi apabila dalam nama resminya terdapat istilah Ibnu (putra) dan Abū (ayah dari) sebagai nama belakang kedua.

. Contoh:

*Abū al-Walid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walid Muhammad Ibnu)
Naşr Hamīd Abū Zaid, ditulis menjadi Abū Zaid, Naşr Hamīd (bukan: Zaid, Naşr Hamīd Abū)*

B. Singkatan

Beberapa singkatan yang di bakukan adalah:

swt.	=	<i>subhānāhu wa ta'āla</i>
saw.	=	<i>şallallāhu 'alaihi wa sallam</i>

a.s	=	' <i>alaihi al-sallām</i>
H	=	Hijriah
M	=	Masehi
SM	=	Sebelum Masehi
l.	=	Lahir Tahun
w.	=	Wafat Tahun
QS../...: 4	=	QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4
HR	=	Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

ص	=	صفحة
دم	=	بدون مكان
صلعم	=	صلى الله عليه وسلم
ط	=	طبعة
دن	=	بدون ناشر
الخ	=	إلى آخرها/إلى آخره
ج	=	جزء

beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu di jelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed. : editor; jika editornya banyak, gunakan eds. (istilah untuk redaksi). Kata “edotor” dalam bahasa Indonesia masih dapat disingkat menjadi ed. (tanpa huruf s) karena mengacu pada satu atau lebih editor.

et al. : "dan kawan-kawan " atau "dan lain-lain" adalah akronim et alia. dicetak miring dan ditulis. Sebagai alternatif, Anda dapat menulis "dan teman" atau "dkk". dalam huruf standar dan tegak.

“Cet. : Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj : interpretatif (oleh). Analogi ini juga berlaku untuk membuat bagan terjemahan tanpa nama penerjemah di dalamnya.

Vol. : Volume: Istilah yang digunakan untuk menggambarkan berapa banyak volume berbahasa Inggris yang dimiliki sebuah buku atau ensiklopedia. Sastra Arab sering ditulis dalam juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menampilkan kuantitas publikasi ilmiah berkala, antara lain terbitan berkala, jurnal, dan sejenisnya.



BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Konsumsi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi melekat pada kehidupan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari maka dilakukanlah kegiatan ekonomi. Kegiatan tersebut meliputi pembelian makanan, minuman, pakaian, kendaraan, pendidikan, sewa rumah, hiburan, dan perawatan kesehatan. Setiap orang mempunyai kebutuhannya masing-masing dan tentunya juga berbeda-beda sehingga mempengaruhi tingkat konsumsi setiap orang. Semakin tinggi kebutuhan seseorang maka semakin tinggi pula konsumsinya.

Menurut Rosidi dalam kutipan jurnal Siska Dwi Puspitasari, konsumsi adalah penggunaan suatu barang atau jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan menurut Samuelson dan Nordhaus yang dikutip surat kabar Siska Dwi Puspitasari, kegiatan konsumsi dihabiskan untuk pembelian barang dan jasa akhir untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan. Konsumsi yang dilakukan oleh masyarakat saat ini tidak hanya untuk sekedar memenuhi kebutuhannya, tetapi kini telah berubah menjadi gaya hidup (*lifestyle*) atau dengan kata lain, kegiatan konsumsi dilakukan hanya karena sekedar ingin dan untuk mendapatkan kepuasan (*utility*) semata.¹

¹ Siska Dwi Sri Puspitasari, Rachma Indrarini, *Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19*, Vol. 4, No. 2, 2021, h. 2.

Kegiatan konsumsi tidak lepas dari perilaku konsumsi seluruh masyarakat, sebab kegiatan konsumsi ini merupakan perilaku yang digunakan oleh sebagian orang baik itu individu maupun kelompok dalam mengambil suatu keputusan untuk menggunakan barang atau jasa.

Menurut Kotler dan Armstrong di dalam kutipan jurnal Siska Dwi Puspitasari, perilaku konsumsi dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Dalam Islam, kegiatan konsumsi memiliki tujuan, tidak hanya di dunia ini, tetapi juga di akhirat, untuk mencapai kepuasan. Untuk memenuhi kebutuhan dalam Islam, manusia dianjurkan untuk bertindak sederhana dan melakukannya sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia, sehingga manusia dituntut untuk menjadi konsumen yang logis dalam melakukan konsumsi, serta tidak menjadi konsumen yang konsumtif,² dalam implementasi konsumerisme Islam, beberapa prinsip dikemukakan oleh Mannan, yaitu prinsip keadilan, kemurnian, kesederhanaan, kedermawanan dan moralitas. Kelima prinsip tersebut dapat dijadikan indikator kegiatan konsumsi sesuai dengan ajaran Islam. Kegiatan konsumsi yang transaksinya selalu dilakukan secara langsung kini telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, yakni dalam bentuk digital. Pembayaran digital telah masuk ke Indonesia, sehingga menyebabkan sebagian perusahaan menawarkan pembayaran non tunai. Hal ini memudahkan pelanggan ketika ingin melakukan pembayaran, sebab meskipun tidak memiliki uang tunai mereka bisa membayar melalui pembayaran digital atau non tunai.

Peranan uang tunai (*currency*) yang telah tergeser dengan teknologi yang terus mengalami kemajuan menjadi pembayaran non tunai (*cashless*) sehingga lebih efisien

² Siska Dwi Sri Puspitasari, Rachma Indrarini, h. 2.

dan ekonomis. Metode pembayaran (*cashless*) ini bisa dilakukan via transfer ataupun dengan menggunakan kartu debit dan kartu kredit sebagai metode pembayaran. Masyarakat yang merasa menggunakan metode pembayaran *charless* lebih mudah sehingga mereka milih beralih menggunakan metode tersebut. Pola hidup masyarakat cenderung menginginkan sesuatu yang praktis dalam berbagai aspek, termasuk dalam hal bertransaksi. Hal ini dapat meningkatkan volume dan nilai transaksi pembayaran non tunai. Besarnya volume transaksi, peningkatan resiko, kerumitan yang tinggi, serta teknologi yang berkembang pesat menjadi pendorong perkembangan sistem pembayaran.

Sistem pembayaran tunai ini telah berkembang dari *commodity money* sampai *fiat money*, sedangkan sistem pembayaran non tunai mengalami pengembangan dari yang berbasis warkat (cek, *bilyet giro*, nota debit dan sebagainya) hingga pada yang berbasis elektronik (kartu elektronik maupun *electronic money*). Mengingat hal tersebut, sistem pembayaran ini merupakan salah satu bagian sentral dari ekonomi global, baik dalam bisnis maupun dalam transaksi yang dilakukan oleh masyarakat. Dengan sistem pembayaran elektronik yang lebih mudah dan praktis mendorong restoran untuk memanfaatkan kemajuan teknologi sehingga memberikan kemudahan kepada konsumen dalam melakukan pembayaran. Pilihan dalam pembayaran yang hadir memudahkan konsumen sebab kelengkapan pelayanan restoran membuat konsumen merasa puas sehingga berefek pada peningkatan efektivitas penjualan.³

Digital payment atau disebut juga sebagai pembayaran digital adalah jenis pembayaran yang menggunakan media elektronik seperti sms, internet *banking*,

³Hestin Mulyasari Dan A. Bima Murti Wijaya, "Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia", *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, (2014), h.167.

mobile banking, dan dompet elektronik. Sistem pembayaran dengan sistem tersebut menjadi semakin populer dan berkembang pesat. Penggunaan pembayaran elektronik memudahkan seseorang dalam melakukan pembayaran cicilan rumah, tagihan kartu kredit, air, dan listrik secara otomatis. Artinya setiap bulan seseorang mengurangi kewajibannya melalui sistem otomatisasi pembayaran melalui media elektronik. Tentunya keuntungan dari *digital payment* lebih dari itu, bisa digunakan dalam transaksi lainnya ketika membeli suatu barang atau jasa dan mengetahui laporan transaksi tanpa harus mendatangi bank atau bertanya pada produsen. Sistem dapat secara otomatis menyelesaikan pembayaran beberapa subsistem, seperti pembayaran cicilan, pembayaran kebutuhan sehari-hari serta transaksi jual beli *online*. Di internet terdapat transaksi pembayaran *online* yang membawa inovasi baru pada sistem pembayaran.⁴

Hasil observasi awal calon penelitian ini menemukan beberapa dosen di kampus IAIN Parepare, terdapat beberapa dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menggunakan *digital payment*. Adapun beberapa *digital payment* yang sering digunakan beberapa dosen adalah *Link Aja, Qris, Ovo, Brimo, Shopee pay*. Salah satu dosen ditemukan menggunakan *digital payment*, menurutnya hadirnya *digital payment* sangat membantu bertransaksi karena mengefisiensi dalam melakukan transaksi dan tidak menggunakan banyak biaya, *digital payment* yang digunakan adalah *Shoospee Pay*, menurutnya walaupun dengan cara transaksi tradisional (*offline*) lebih murah ketimbang *digital payment* tapi lebih mengefisiensi waktu dalam kondisi dimanapun dan transaksinya lebih cepat. Maka itu dengan hadirnya *digital payment* ini memberikan banyak manfaat untuk melakukan transaksi

⁴Tarantang et.al. "Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia." *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4 No. 1 (2019), h. 63.

dan menurutnya sudah jadi kewajiban sebagai dosen untuk mengaplikasikan *digital payment* untuk sebagai beradaptasi seiring berkembangnya zaman, bahwa bertransaksi tidak hanya melalui bertransaksi langsung ke lokasi Bank, ATM, dan datang langsung ke beberapa untuk ditransaksikan.

Salah satu narasumber juga mengatakan bahwa dengan adanya *digital payment* yang mempermudah transaksi atau pembayaran malah membuat dia menjadi lebih boros dikarenakan selain pembayarannya lebih mudah pembayaran bisa dari rumah juga menggunakan barang elektronik seperti *handphone*, komputer atau barang yang bisa terhubung *m-banking* dengan internet. *Digital payment* yang digunakan seperti *Link Aja, Qris, Ovo, Brimo, Shopee pay*.

Berdasarkan observasi tersebut memberikan gambaran terkait latar belakang penulis bahwa hadirnya *digital payment* menjadikan pertimbangan apakah dengan hadirnya *digital payment* malah menjadikan pelaku konsumen lebih boros karena melihat mudahnya bertransaksi secara *online* atau bahkan lebih memberikan lebih banyak manfaat. Berdasarkan uraian tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana analisis ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam penggunaan *digital payment*

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment* menurut tinjauan ekonomi Islam?
2. Bagaimana faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment*?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan penelitian ini untuk :

1. Untuk menganalisis perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment* menurut tinjauan ekonomi Islam.
2. Untuk menganalisis faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment*.

D. Manfaat Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi keilmuan khususnya menambah wawasan pengetahuan bagi peneliti tentang Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam Penggunaan *Digital Payment*. Selain itu, diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi sumber rujukan untuk penelitian-penelitian mengenai perilaku konsumsi dosen pada penggunaan *digital payment*.

b. Kegunaan Praktis

- a) Manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah bahan masukan dan evaluasi perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment*.
- b) Sebagai syarat untuk menyelesaikan program studi ekonomi Syariah memperoleh gelar sarjana ekonomi di Institut Agama Islam Negeri Parepare.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Agar dapat membandingkan hasil penelitian terdahulu dengan hasil penelitian yang diperoleh maka berikut peneliti sajikan daftar penelitian terdahulu. Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mengenai Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare diantaranya:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Miftakhul Ummah dengan judul analisis pergeseran perilaku konsumsi dengan kehadiran *digital payment* sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.⁵ Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Ada 3 teknik yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni observasi, wawancara, serta dokumentasi. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan penjelasan mengenai *digital payment* sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan menguraikan pergeseran pola konsumsi dengan kehadiran *digital payment* sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Mufinna Fauziyah, Sunaryanto, Sugeng Hadi Utomo dengan judul Perilaku Konsumsi Mahasiswa Menggunakan *Mobile*

⁵ Miftakhul Ummah, “*analisis pergeseran perilaku konsumsi dengan kehadiran digital payment sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*,” Jember: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2022.

Payment.⁶ Penelitian ini menggunakan metode kualitatif jenis fenomenologi karena peneliti menganalisis lebih dalam fenomena perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa dalam menggunakan *mobile payment OVO*. Informan penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan *OVO* dan mahasiswa yang telah menempuh jenjang S1. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perilaku konsumsi mahasiswa menggunakan *mobile payment OVO*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa menggunakan *mobile payment OVO* termasuk dalam konsumsi rasional terlihat dengan persepsi yang dimiliki mahasiswa, perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa mempertimbangkan harga dan waktu serta efisiensi dan efektivitas yang didapatkan dengan menggunakan *mobile payment OVO*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Yesskil Sufaha Fiqh judul Perilaku Konsumsi Mahasiswa Menggunakan *Mobile Payment*.⁷ Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif menggunakan regresi logistik. Variabel yang digunakan pada penelitian yaitu profitabilitas konsumsi sebagai variabel dependennya, pendapatan perbulan, pengeluaran menggunakan *digital payment*, berapa uang yang di tabung perbulan, gender, usia, dan tingkat pendidikan sebagai variabel independennya. Tujuan penelitian ini adalah apakah dengan adanya *digital payment* profitabilitas konsumsi mahasiswa akan boros atau menjadi lebih hemat dan memilih untuk menabung uangnya.

Terdapat persamaan dan perbedaan dari ketiga penelitian relevan di atas, perbedaan tersebut terdapat pada penelitian pertama lebih berfokus pada

⁶Mufinna Fauziyah dan Sugeng Hadi Utomo, "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Menggunakan Mobile Payment," 2021, 206–12.

⁷Yesskil Sufaha Fiqh, "*Analisis Pengaruh Penggunaan Digital Payment*," Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sebelas Maret, 2020.

penjelasan mengenai *digital payment* sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan memberikan penjelasan mengenai pergeseran pola konsumsi dengan kehadiran *digital payment* sebagai alat pembayarann. Untuk penelitian kedua berfokus untuk menganalisis lebih dalam fenomena perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa dalam menggunakan *mobile payment OVO*. Selanjutnya untuk penelitian ketiga metode yang digunakan merupakan metode kuantitatif menggunakan regresi logistik. Variabel yang digunakan pada penelitian yaitu profitabilitas konsumsi sebagai variabel dependennya, pendapatan perbulan, pengeluaran menggunakan *digital payment*, berapa uang yang di tabung perbulan, gender, usia, dan tingkat pendidikan sebagai variabel independennya. Persamaan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji mengenai pemakaian *digital payment* terhadap perilaku konsumsi, jenis dan sumber data yang digunakan sama-sama menggunakan jenis data primer yang didapatkan dengan cara wawancara dan data sekunder yang didapatkan dengan cara penelitian kepustakaan.

B. Tinjauan Teori

1. *Digital Payment*

a. Pengertian *Digital Payment*

Pembayaran elektronik dimulai bersamaan dengan *e-commerce*. Menanggapi ledakan ekspansi industri *e-commerce*, sejumlah perusahaan telah menciptakan solusi baru yang membantu menyederhanakan proses transaksi. Karena pengecer internet beroperasi secara online, semakin banyak barang yang tersedia secara *online*, dan opsi pembayaran online baru yang dikenal sebagai

pembayaran digital pada akhirnya akan muncul. Melakukan pembelian produk atau layanan secara online (atau berbasis situs *web*) dimungkinkan oleh sistem pembayaran digital. Pembayaran digital biasanya digunakan oleh bisnis yang bekerja sama dengan beberapa bank. Berbagai metode pembayaran digital, termasuk kartu pintar, dompet elektronik, uang elektronik, dan cek elektronik, telah berkembang seiring dengan pertumbuhan pembayaran digital dan digunakan sesuai dengan kebutuhan bisnis.⁸

Untuk kemudahan pembayaran, fitur transaksi yang disebut “pembayaran digital” ini memanfaatkan media elektronik. Pembayaran dapat dilakukan secara elektronik atau virtual melalui aplikasi online, server, dan akun virtual yang disebut “uang digital”. Ada beberapa opsi pembayaran nirkabel yang mungkin menggantikan pembayaran tunai. teknik pembayaran tunai dimana uang ditukarkan dengan uang lain. untuk menjamin aksesibilitas, keterbukaan, dan kenyamanan klien serta efisiensi transaksi dan uptime. Munculnya pembayaran digital mengacu pada layanan komputer yang menyimpan informasi metode pembayaran sebagai sumber daya. Memanfaatkan kartu dan/atau transfer dana elektronik dapat menghemat biaya. Pembayaran digital dapat dibagi menjadi dua kategori: jaringan komputer dan sistem digital. Pembayaran digital biasanya digunakan untuk menggambarkan pembayaran yang dilakukan secara [online](#). Penggunaan pembayaran digital menyederhanakan prosedur transaksi.

Transaksi yang menggunakan media digital disebut dengan pembayaran digital. Pengguna tidak perlu mengunjungi teller bank untuk berinteraksi.

⁸Nugroho, *Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik Di Indonesia*, (2018), h. 6 -7.

Pengguna dapat melunasi utangnya dengan cepat, mudah, dan aman hanya dengan menggunakan perangkat dan internet.⁹

b. Dimensi *Digital Payment*

Adapun dimensi-dimensi dari *Digital Payment* yaitu, sebagai berikut ¹⁰

- 1) Efisiensi: Istilah ini menggambarkan betapa sederhananya pelanggan menggunakan metode pembayaran tertentu.
- 2) Kualitas layanan: Hal ini menunjukkan tingkat bantuan yang diterima konsumen saat menggunakan atau melakukan pembayaran elektronik.
- 3) Hal ini menunjukkan tingkat bantuan yang diterima konsumen saat menggunakan atau melakukan pembayaran elektronik.
- 4) Kecepatan yang dirasakan: Dalam model ini, kecepatan didefinisikan sebagai kemampuan penyampaian informasi pembayaran yang mengarah pada penggunaan aktual dan pada akhirnya memperoleh kepuasan pengguna terhadap sistem yang digunakan.
- 5) Kenikmatan yang dirasakan: Penggunaan sistem *digital payment* yang mampu dinikmati oleh pengguna secara signifikan akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- 6) Keamanan: Komponen keamanan model ini dikaitkan dengan memberikan akses yang aman pada semua fasilitas dan aplikasi yang ditawarkan.
- 7) Penggunaan aktual: Jumlah waktu yang dihabiskan orang untuk memanfaatkan teknologi disebut sebagai penggunaan.

⁹ Briapi, *Digital payment*, https://developers.bri.co.id/id/news/menilik-tren-pembayaran-digital-di-indonesia-dan-peran-briapi-di-dalamnya_Diakses pada tanggal 27 maret 2023.

¹⁰Ervandy Kurniawan, "Analisis Minat Penggunaan *Digital Payment* di Kota Medan", *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, Vol 1 (1), 2023.

c. Tujuan Penggunaan *Digital Payment*

Keuntungan yang dirasakan pelanggan, yang memperhitungkan semua variabel terkait seperti waktu pemrosesan pembayaran, dapat digunakan untuk mengukur seberapa bermanfaat sistem pembayaran digital bagi mereka. Dampak sistem pembayaran digital saat ini terkait langsung dengan sejumlah permasalahan yang dihadapi masyarakat Indonesia.

Berikut indikator yang membuat orang menggunakan pembayaran digital:¹¹

1) Situasi keuangan

Semakin banyak individu yang memiliki akses terhadap teknologi dan semakin banyak pilihan untuk melakukan pembayaran seiring dengan meningkatnya kesejahteraan dan tingkat pendidikan mereka. Hanya sekitar 26% pekerja Indonesia yang saat ini memiliki ijazah SMA ke atas. Hal ini menunjukkan betapa sedikitnya masyarakat Indonesia yang mampu menggunakan teknologi kontemporer dan menerima bantuan yang memadai.

2) Keadaan keamanan

Perusahaan-perusahaan di bidang layanan pembayaran digital ragu-ragu untuk menyediakan seluruh layanan mereka di Indonesia. Hal ini disebabkan Indonesia mempunyai jumlah kasus kejahatan siber tertinggi.

3) Keadaan pendidikan

Jika dibandingkan dengan negara lain, Indonesia masih mempunyai standar pendidikan yang buruk. Hal ini terlihat dari lamanya waktu yang dibutuhkan untuk bersekolah; di negara maju, rata-rata lama pendidikan adalah 13 tahun, sedangkan di Indonesia hanya 12 tahun. Angka di Jepang adalah lima belas

¹¹ Ervandy Kurniawan, dkk, *Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan*, Vol 1, Jurnal Manajemen Riset Inovasi, 2023, h. 241.

tahun, namun angka di Amerika Serikat, Inggris, dan Italia adalah enam belas tahun.

4) Lebih cepat dan mudah

Seiring kemajuan teknologi, berkomunikasi dengan cepat menggunakan dompet atau pembayaran digital, seperti memesan ojek *online*, menggunakan layanan pesan antar, membayar tagihan atau melakukan pembelian, dan masih banyak lagi tanpa harus berpindah antar aplikasi. Karena banyak aplikasi saat ini terintegrasi dengan metode pembayaran berbeda seperti dompet digital atau pembayaran digital.

5) Kondisi pengguna ponsel

Pengguna telepon seluler di Indonesia jauh lebih banyak dibandingkan pengguna internet. Erik Aas, CEO PT Natrindo Ponsel Seluler (NTS), memperkirakan ada sekitar 117 juta pengguna ponsel di seluruh dunia. Pengguna telepon seluler juga akan meningkat hingga mencapai 131 juta. Angka-angka ini menunjukkan bahwa 50% masyarakat Indonesia mempunyai akses terhadap komunikasi telepon seluler.

6) Persyaratan penggunaan ATM dan kartu kredit

Meskipun diperkirakan terdapat 4-5 juta pengguna kartu kredit di Indonesia, terdapat jauh lebih banyak pengguna kartu ATM dan debit. Tiga puluh hingga empat puluh juta orang mempertimbangkan untuk menggunakan ATM. Hal ini menunjukkan betapa lebih populernya penggunaan kartu ATM dibandingkan penggunaan kartu kredit. Untuk memastikan sistem pembayaran digital dapat diterima secara luas oleh masyarakat Indonesia, perlu adanya pertimbangan khusus terhadap persyaratan ini. Oleh karena itu, diperlukan sistem

pembayaran digital yang canggih dan mempertimbangkan kondisi masyarakat Indonesia saat ini.

Indikator *digital payment* menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati tahun 2008 yaitu:¹²

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

Persepsi kemudahan adalah tingkat dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah dipahami. Kemudahan penggunaan yang dirasakan mengurangi waktu dan upaya dalam mempelajari teknologi informasi. Perbandingan kemudahan tersebut menunjukkan bahwa orang yang menggunakan sistem baru bekerja lebih muda daripada mereka menggunakan sistem lama.¹³ Pengguna percaya bahwa kemudahan penggunaan ditandai dengan teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah digunakan. Kemudahan yang ditawarkan oleh layanan pembayaran digital berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran digital berbasis kode (QR) atau nomor unik.

b. *Perceived Usefulness* (Persepsi Manfaat)

Perceived Usefulness didefinisikan sebagai “the degree to which a person believes that using particular system would enhance his or her job

¹² Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior”, PhD Thesis (Phetra Cristian University, 2008), h. 456-457.

¹³ Renanda Aulia Herlambang, Skripsi: “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020), h. 21.

performance” (sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan sistem tertentu dapat meningkatkan kinerjanya).¹⁴ konsumen dapat menggunakan *digital payment* jika mereka percaya bahwa dengan menggunakan sistem tersebut dapat menghemat atau membuat pelaksanaan berbagai transaksi pembayaran menjadi lebih efisien. Semakin besar keuntungan yang ditawarkan, semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan untuk produk dan jasa melalui *mobile payment*

c. *Perceived Credibility*

Persepsi kepercayaan didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan pembayaran digital.¹⁵ Semakin tinggi kehandalan teknologi, semakin tinggi niat untuk menggunakan layanan pembayar digital.

d. *Social Influence*

Pengaruh sosial menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh bagaimana ia mempercayai orang lain sebagai akibat penggunaan *digital payment*.

e. *Behavior Intentions*

Intensitas penggunaan (*behavior intentions*) *digital payment* karena faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong

¹⁴ Renanda Aulia Herlambang, Skripsi: “Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO”, (Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020), h. 18.

¹⁵ Yeow Pooi Mun, Haliyana Khalid, and Devikan Nadarajah, “Millenials Perception of Mobile Payment Service in Malaysia” *Procedia Computer Science*, vol 124 (2017), h. 399.

masyarakat untuk lebih sering menggunakan layanan *digital payment*, sehingga seseorang leboh banyak menggunakan uangnya.

2. Perilaku Konsumsi

a. Pengertian Perilaku Konsumsi

Tujuan konsumsi manusia adalah untuk mendapatkan kepuasan sebesar-besarnya dan mencapai kesejahteraan yang setinggi-tingginya dengan memenuhi beragam tuntutan hidup. Dalam pengertian ekonomi, konsumsi diartikan sebagai setiap penggunaan produk dan jasa oleh masyarakat dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhannya. dimulai dengan kebutuhan, keinginan yang bersifat sekunder, kemewahan, dan kebutuhan yang bersifat jasmani dan rohani.¹⁶

Secara umum, konsumsi mengacu pada penggunaan barang-barang produksi. Konsumsi dalam konteks ekonomi mengacu pada tindakan di mana produk diciptakan atau digunakan untuk memenuhi kebutuhan. Salah satu elemen yang menentukan berapa banyak yang dibelanjakan untuk konsumsi adalah pendapatan. Biaya meningkat sebanding dengan pendapatan. Asumsi umum dalam penjelasan konsumsi adalah bahwa pelanggan memilih produk dan jasa yang menawarkan keuntungan terbesar. Hal ini sesuai dengan keyakinan Islam bahwa tujuan setiap pelaku ekonomi adalah memaksimalkan pendapatannya. Begitu pula dengan masyarakat yang memikirkan manfaat dan berkah dari kebiasaan konsumsinya. Ketika tuntutan material, psikologis, dan fisik konsumen terpenuhi, mereka menikmati manfaat dari mengkonsumsi. Namun, ketika dia menggunakan produk atau jasa, dia diberkati.

¹⁶ Schiffman, *Consumer Behaviour.*, 6.

Al-Syathibi membagi rumusan kebutuhan manusia menjadi tiga tingkatan: kebutuhan *aldharuriyyah*, *al-hajiyyah*, dan *al-tahsiniyyah*. Berikut penjelasan Al-Syathibi mengenai tiga tahapan kebutuhan manusia :¹⁷

- 1) Keinginan tidaklah seberharga tuntutan *dharma*. Hanya gagasan kegunaan yang termasuk dalam definisi; gagasan *maslaha* digunakan untuk menentukan persyaratan. Lima komponen utama *Dharuriyyah* adalah sebagai berikut: *Hifzh al-din*, atau menjunjung tinggi agama. *Hifzhal-Nafs*, atau "Perawatan Jiwa." Pelestarian Intelegensi, atau *Hifzh al-Aql*. *Hifzh al-Nasl*: Menjaga nenek moyang. (Pemeliharaan properti). Lima kebutuhan *dhauriyah* yang terdiri dari lima kebutuhan tersebut di atas merupakan satu kesatuan yang utuh. Hanya ketika kelima persyaratan ini dipenuhi dengan tepat maka seseorang dapat memiliki kehidupan yang memuaskan.
- 2) Syarat *al-hajiyyah* adalah barang yang dibutuhkan manusia agar ringan, lapang, dan nyaman agar dapat mengatasi rintangan dalam hidup.
- 3) *Al-tahsiniyyah* diperlukan dalam rangka melestarikan unsur-unsur yang berkontribusi terhadap peningkatan standar lima kebutuhan dasar manusia serta sejumlah akhlak yang tinggi. Dengan kata lain, mereka yang berupaya semaksimal mungkin untuk mendukung kelestarian lima komponen fundamental yang dimiliki *al-tahsiniyyah*.

¹⁷ Asy-Syatibi, *Al-Muwaffaqat fi Usul al Ahkam*, (Beirut Dar al Fikr, 1341),h.3.

b. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Kegiatan konsumsi merupakan salah satu kegiatan terpenting dalam sendi-sendi makhluk hidup. Dalam hal ini, konsumsi yang dimaksud terkadang tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan pokok, yaitu makan dan minum tetapi konsumsi yang ada adalah pemenuhan kebutuhan sandang, pangan dan papan. Hal ini harus dilakukan secara terencana sesuai dengan kebutuhan dan anggaran yang tersedia sehingga bisa menghindari kalimat "besar pasak daripada tiang", Maksudnya adalah biayanya lebih besar dari pada manfaatnya. Oleh karena itu, konsumen harus mengkonsumsi secara rasional, bukan menjadi konsumen yang konsumtif.¹⁸

Tujuan konsumsi adalah menggunakan produk atau jasa lebih jarang untuk memenuhi permintaan. Kebiasaan konsumsi setiap orang dipengaruhi oleh kekayaan, gaya hidup, dan pandangan terhadap lingkungan. Konsumsi manusia ada untuk memuaskan keinginan, memperpanjang masa manfaat produk dan jasa, dan mencapai pemenuhan. Konsumen yang bijaksana menyisihkan sebagian sumber dayanya untuk ditabung dan menghabiskan sisanya untuk konsumsi. Ketika seseorang mempertimbangkan semua faktor dan memilih tindakan terbaik, mereka dikatakan rasional. Namun, untuk melakukan hal ini, mereka harus mempertimbangkan lingkungan ekonomi, yang mencakup faktor-faktor seperti pendapatan, harga, tabungan, kredit, dan keadaan perekonomian secara keseluruhan.

Menurut teori ekonomi tradisional, perilaku konsumsi adalah proses dan aktivitas yang dilakukan seseorang dalam mencari, memilih, membeli,

¹⁸ Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam*, (Vol 2 No 2 Januari 2015), h. 5.

menggunakan, dan menyediakan barang dan jasa untuk memuaskan keinginannya. Memahami perilaku konsumen sangat penting untuk tujuan pemasaran. Engel mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang mempunyai pengaruh langsung terhadap perolehan, penggunaan, dan pembuangan produk dan jasa, serta pilihan yang dibuat sebelum dan sesudah tindakan tersebut. Untuk mendapatkan kebahagiaan semaksimal mungkin, setiap pelanggan berusaha menabung uangnya untuk membeli barang yang ada di pasaran.¹⁹

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi dalam ilmu ekonomi konvensional dilatarbelakangi oleh:

- a) Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan.
- b) Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat.
- c) Tidak selamanya konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat. Saat membeli suatu barang, bisa jadi manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan,
- d) Setiap produk dapat disubstitusi, sehingga konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan alternatif berbagai cara, serta
- e) Konsumen berpedoman pada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*the law of diminishing marginal utility*). Semakin banyak jumlah barang dikonsumsi, makin kecil tambahan.

Secara garis besar perilaku konsumsi dalam Islam; kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh:

- a) Nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi.

¹⁹ Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumsi Dalam Islam*, (Vol 2 No 2 Januari 2015), h. 6

- b) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa; daya beli dari *income* konsumen dan ketersediaan barang di pasar.
- c) Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, dan adat-istiadat.

Seorang muslim hendaknya memanfaatkan hartanya dengan dua cara: pertama, untuk menafkahi keluarga dan dirinya sendiri, dan kedua, untuk dibelanjakan untuk beribadah kepada Allah SWT. Dalam Islam, fungsi akidah dan konsumerisme saling terkait erat. Karena iman menawarkan pandangan dunia yang seringkali membentuk kepribadian seseorang, maka fungsinya merupakan faktor yang krusial. Dapat disimpulkan bahwa keyakinan mempunyai peran penting dalam menentukan jumlah dan kualitas konsumsi dalam kaitannya dengan pemenuhan finansial dan spiritual :

- a) Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya mempertimbangkan apa yang halal dan haram tetapi juga apa yang pantas, bersih, dan enak untuk dimakan. Larangan Israf dan larangan menyombongkan diri.
- b) Demikian pula, larangan konsumsi menurut syariah tidak hanya mencakup makanan dan minuman. Namun, itu juga mencakup kategori barang lainnya. Membatasi atau melarang penggunaan sesuatu yang baik tidak selalu merupakan ide yang baik.
- c) Pelarangan suatu barang karena bahan-bahannya antara lain disebabkan oleh; hal ini secara langsung melemahkan moralitas dan spiritualitas.

Selama produk yang dikonsumsi tidak dianggap haram, maka tidak ada larangan hukum untuk mengonsumsi dan memenuhi kebutuhan. Islam melarang

konsumsi berlebih-lebihan dan kemewahan, namun juga menjunjung keseimbangan yang adil. Kekayaan dipandang dalam Islam sebagai amanah ilahi untuk dimanfaatkan secara bijaksana, tidak sembarangan atau sia-sia. Mannan menegaskan bahwa Islam juga mengamanatkan penggunaan uang secara bijaksana dan bermanfaat. seperti sedekah, zakat, dan infaq. Islam adalah agama yang indah dalam hal berbagi.

Namun dalam Islam, pembelian melibatkan lebih dari sekedar pembelian materi sedekah dan zakat adalah contoh pengeluaran sosial. Al-Qur'an dan Hadits sama-sama merujuk pada pentingnya zakat dalam Islam. Dalam Islam, berlaku anggapan dan aksioma yang sama (pelengkap, substitusi, tidak ada penegasan), namun fokus utamanya adalah pada halal dan haram, dan apakah barang habis pakai itu dibolehkan atau tidak. Hal ini karena Islam meyakini bahwa memperkuat fondasi kemasyarakatan itu bermanfaat. Oleh karena itu, meskipun pilihan lain lebih menarik secara visual, seorang non-Muslim (seseorang yang menganut keyakinan Islam) akan memilih barang yang lebih tinggi kehalalan dan keberkahannya ketika dihadapkan pada pilihan A dan B.

Budaya konsumsi Islam juga mendorong kita untuk memiliki hati yang beramal dengan memperhatikan lingkungan sekitar. Meningkatnya kenikmatan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dasar akan menimbulkan kemerosotan yang dapat berujung pada konflik. Selain memiliki pola pikir praktis, seseorang juga harus belajar mengamati dan mewaspadaai keadaan kehidupan orang-orang di sekitarnya. Dalam sebuah hadis Nabi menegaskan bahwa hanya karena tetangga seseorang miskin padahal dia kaya, bukan berarti orang tersebut

beriman. Hal ini menunjukkan keutamaan berbagi antar sesama untuk mendapatkan keberkahan atas rejeki yang cukup beruntung untuk kita alami.

3. Pengertian Ekonomi Islam

Tujuan dari ilmu sosial ekonomi Islam adalah untuk menyelidiki, mengevaluasi, dan menyelesaikan permasalahan ekonomi sesuai dengan Syariah Islam. kajian terhadap persoalan ekonomi umat dengan memperhatikan prinsip-prinsip Islam. Berikut pengertian ekonomi Islam menurut para ahli :

1) M. Akhram Khan

M. Akhram Kan berpandangan bahwa “*Islamic economics aims the study of the human falah (well-being) Achieved by organizing the resource of the eart on the basic of cooperation.*” Tujuan ekonomi Islam adalah melakukan penelitian tentang kebahagiaan hidup manusia, yang dicapai dengan mengatur sumber daya alam atas dasar partisipasi.²⁰

2) Abdul Mannan

Menurut Abdul Mannan, ekonomi Islam merupakan ilmu sosial yang mempelajari masalah ekonomi yang dijiwai dengan nilai-nilai Islam. Dalam ekonomi Islam, kegiatan ekonominya meliputi kegiatan produksi, komsumsi dan distribusi.²¹

a. Tujuan Ekonomi Islam

Maqashid Asy Syariah merupakan tujuan dari syariah, yakni memperoleh kebahagiaan dunia maupun akhirat (*Fallah*) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat (*Hayyah Thayyibah*) inilah kebahagiaan hakiki yang diinginkan

²⁰ Akhram Kan, *Ekonomi Islam*, (Malang: Empatdua, 2016), h. 2

²¹ Azriel Al Fachrodzi, *Pemikiran Ekonomi Islam Muhammad Abdul Mannan*, *Al-Ibar: Artikel Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* Vol. 1, No. 1, 2022, h. 2

oleh setiap Manusia, bukan kebahagiaan semu yang sering kali pada akhirnya justru melahirkan penderitaan dan kesengsaraan. Secara rinci tujuan Ekonomi adalah sebagai berikut:

- a) Mewujudkan kesejahteraan hakiki bagi manusia yang merupakan tujuan utama dari Syariat Islam (*Mashlahah Al Ibad*), Karena juga merupakan Ekonomi Islam.
 - b) Ekonomi Islam tidak hanya berorientasi untuk pembangunan fisik material dari Individu, masyarakat dan Negara saja, tetapi juga memperhatikan pembangunan aspek-aspek lain yang merupakan elemen penting bagi kehidupan yang sejahtera dan bahagia.
 - c) Kesejahteraan yang kekal dan abadi dapat terwujud dengan cara menjaga keseimbangan dunia maupun akhirat.
 - d) Untuk meningkatkan kesejahteraan dunia sekaligus meningkatkan kesejahteraan spiritual.
- b. Nilai dan Prinsip Ekonomi Islam

Nilai inti ekonomi Islam adalah nilai yang dipercayakan kepada saya untuk diartikulasikan dan menjadi dasar paradigma ekonomi Islam. Nilai inti tersebut berdasarkan Al-Quran dan As-Sunnah, ekonomi yang bersifat *Rabbani*, maka ekonomi Islam memiliki sumber nilai-nilai normatif-imperatif (istilah yang dipinjam dari Ismail Al-Faruqi) sebagai pedoman wajib dan mengajarkan untuk mencapai tatanan *Ilahiyah*, setiap perbuatan manusia mengandung unsur etika moral dan ibadah.

Prinsip dan nilai sebagai landasan dan dasar pengembangan ekonomi Islam terdiri dari (lima) nilai Universal, yaitu: *tauhid* (keimanan), *adl* (keadilan),

nubuwwah (kenabian), *khilafah* (pemerintahan), dan *ma'ad* (hasil). Kelima nilai ini menjadi dasar inspirasi untuk menyusun proposisi-proposisi dan teori-teori Ekonomi Islam.²²

Dalam aplikasi dan implementasinya, prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam diatas menyebabkan timbulnya beberapa hal yang kemudian menjadi ciri ekonomi Islam, yakni sebagai berikut:

- a) Pemilikan. Sebagai seorang *khalifah*, manusia berkewajiban menjaga alam untuk kemaslahatan umat manusia, maka ia harus bertanggung jawab memelihara
- b) kekayaan alam milik Allah SWT dengan memenuhi tugasnya sedikit demi sedikit dan dapat membangun kekayaannya sendiri. Harta ini digunakan untuk bekerja guna memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarganya, dan sebagian juga untuk kepentingan masyarakat. Meskipun miliknya, harta tersebut tetap dilarang untuk dirusak, dibakar atau ditinggalkan karena harta ini adalah karunia dari Allah SWT.²³
- c) Menjalankan perintah berlomba-lomba dalam kebajikan (*Fastabiqul Khairat*), menganjurkan untuk selalu bersedekah kepada individu maupun kepada lembaga-lembaga sosial (panti asuhan, panti asuhan dan sebagainya).
- d) *Tharah* atau kebersihan. Hal itu ditunjukkan tidak hanya kepada individu tertentu, tetapi juga kepada seluruh kalangan masyarakat, termasuk pemerintah. Tujuan kebersihan juga agar alam sebagai tempat pemenuhan

²² Adiwarnan Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta : III T, 2002), h. 17

²³ Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, (Malang: Balai Pustaka, 2016), h. 98

- kebutuhan manusia tidak merusak atau menghambat kegiatan ekonomi manusia.
- e) Produk barang dan jasa harus halal. Halal itu baik dari sisi input, proses maupun *output*. Oleh karena itu, setiap warga negara harus selalu berhati-hati dan tidak dengan mudah mempercayai label yang berbicara tentang kehalalan suatu produk. Tidak dibenarkan hasil kegiatan usaha yang haram digunakan untuk membiayai kegiatan usaha yang halal begitupula sebaliknya.
 - f) Keseimbangan (*tawazun/balance*). Beribadah yang dikehendaki oleh Allah bukanlah ibadah dalam artian yang sempit, tetapi jga melakukan kegiatan untuk mengusahakan kehidupannya di dunia. Dalam mengusahakan kehidupan di dunia manusia tidak dibolehkan untuk berperilaku boros, dan tidak boleh juga terlalu kikir. Harta benda yang dimilliki tidak lantas membuat seorang merasa termata senang, dan merasa teramat sedih ketika ia merasa kekurangan. Bersabar dan meminta kepada Allah adalah cara yang tepat untuk memperoleh ketenangan dan keseimbangan.
 - g) Bekerja dianggap baik dan kemalasan dianggap buruk. Ibadah terbaik adalah bekerja, dan pada saat yang sama bekerja adalah hak dan sekaligus kewajiban. Sedangkan yang bertanggung jawab untuk menyediakan lapangan pekerjaan adalah masyarakat dan lembaga yang ada disekitarnya.
 - h) Upah tenaga kerja, keuntungan dan bunga. Gaji seorang pekerja cenderung sesuai dengan prestasi dan kebutuhan hidupnya. Perlu juga membayar gaji dan tidak menunggu keringat mengering, agar karyawan tidak menunggu dan tidak menimbulkan penderitaan. Selain itu, selalu menjaga harga tetap

rendah karena efisiensi dan tidak ada bunga yang dibayarkan kepada pemilik modal kerja.

- i) Kejujuran dan menepati janji. Segala sesuatu yang dilakukan harus mengandung kejujuran, ucapan yang baik, ukuran atau timbangan serta selalu menepati janji. Kejujuran sangat dihargai dan ketidakjujuran adalah perbuatan tercela dalam islam dan merupakan pekerjaan yang sangat tidak terpuji.
- j) Pembangunan berkelanjutan. Untuk dapat menjamin bahwa pembangunan dapat dilakukan dengan lancar, maka pihak-pihak yang terlibat haruslah bertanggung jawab. Karena ada hukum sebab akibat, dimana siapa yang berbuat baik dalam melaksanakan tugasnya akan berdampak bagi dirinya sendiri, dan siapa yang berbuat jahat (merusak) maka akan menerima ganjarannya.²⁴

Tujuan ekonomi Islam di atas jelas berbeda dengan tujuan ekonomi kapitalis dan komunis. Dalam ekonomi komunis, hanya kemakmuran dunia yang ingin dicapai, kemakmuran akhirat diabaikan. Demikian pula dengan system ekonomi kapitalis, hanya kekayaan duniawi yang dicari. Sedangkan kekayaan yang dapat dicapai dalam ekonomi Islam meliputi kekayaan duniawi dan kekayaan akhirat.

Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum xanthis yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu boleh hidup bermewah-mewahan (*Tarf*) *Tarf* adalah sebuah sikap berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan dalam menikmati keindahan dan kenikmatan dunia. Islam sangat

²⁴ Havis Aravik, Ekonomi Islam, Malang: Balai Pustaka, 2016, h. 101

membenci *tarf* karena merupakan yang menyebabkan turunnya azab dan rusaknya kehidupan umat. Allah Swt memberikan azab kepada orang-orang yang hidup bermewah-mewahan dalam Q.S. Al-Mukminun/23:64.

حَتَّىٰ إِذَا أَخَذْنَا مُتْرَفِيهِمْ بِالْعَذَابِ إِذَا هُمْ يَجْرُونَ

Terjemahnya:

Hingga apabila Kami timpahkan azab, kepada orang-orang yang hidup mewah di antara mereka, dengan serta merta mereka memekik minta tolong.²⁵

Efek negatif dari hidup bermewah-mewahan atau berlebih-lebihan adalah stagnasi sirkulasi dana dan distorsi distribusi. Apalagi tabungan atau dana yang dimiliki terkuras habis untuk kebutuhan konsumsi, yang pada akhirnya merugikan seluruh aspek perekonomian. Oleh karena itu, dalam Islam manusia diharuskan untuk menjauhi *Israf*, *Tabdhir* dan *Safih*. *Israf* melintasi garis keseimbangan tabungan dan konsumsi. *Israf* berperilaku terlalu kikir, pada kesejahteraan hidup merupakan hal yang utama., QS. al-Furqan/25:67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahnya:

Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar.²⁶

²⁵ Kementerian Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya” (Jakarta: Lajnah Pentashiha Mushaf Al-Qur’an, 2019), XIII, h.491.

²⁶ Kementerian Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya” (Jakarta: Lajnah Pentashiha Mushaf Al-Qur’an, 2019), XIII, h.520.

Menghindari konsumsi barang dan jasa yang berbahaya, sebab syariah melarang konsumsi barang dan jasa yang berdampak negatif bagi kehidupan manusia baik secara sosial maupun ekonomi dan penuh dengan kerusakan individu dan masyarakat serta ekosistem masyarakat bumi. Konsumsi barang dan jasa yang mengancam kesehatan dan kehidupan sosial berdampak besar terhadap kehidupan ekonomi, misalnya narkoba, alkohol, perjudian dan penyakit sosial lainnya dapat menimbulkan kejahatan yang dapat mengganggu kehidupan masyarakat.

Adapun nilai/ahklak pada konsep konsumsi yaitu pelanggaran terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah yaitu merusak individu dan masyarakat, karena dapat menumbuhkan hawa nafsu kepada manusia dan melalaikannya dari hal-hal yang mulia dan juga ahklak yang luhur.

Gaya hidup mewah (*israf*) merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang kemudian membawa kehancuran masyarakat tersebut. Berlebih-lebihan dalam hal kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu atau dengan kata lain hanya mengikuti hawa nafsu saja. Dalam/ QS.Al-A'raf [7]:31.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا
تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Terjemahnya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”²⁷

²⁷ Kementrian Agama RI, “Al-Qur’an dan Terjemahannya” (Jakarta: Lajnah Pentashiha Mushaf Al-Qur’an, 2019), XIII, h.154.

c. Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam

Konsumsi muslim memiliki beberapa prinsip yang membedakannya dengan perilaku konsumsi non muslim. Prinsip ini didasarkan pada ayat-ayat Al-Quran dan Hadits Nabi Muhammad Saw. Prinsip-prinsip tersebut antara lain: Prinsip Syariah, yaitu prinsip yang memperhatikan tujuan konsumsi, perilaku konsumsi umat Islam dari sudut tujuan tidak hanya untuk mendapatkan kepuasan dari konsumsi barang, tetapi juga fungsi dari ibadah adalah untuk melayani kesenangan. Allah SWT. Memperhatikan prinsip-prinsip keilmuan berarti seorang muslim harus memperhatikan prinsip-prinsip kesucian. Asas kesucian mengandung arti bahwa barang konsumsi harus bebas dari kotoran dan penyakit. Juga harus sehat dan bermanfaat serta tidak merugikan bagi yang menggunakannya.²⁸

- 1) Prinsip kuantitas saja tidak cukup jika barang yang dikonsumsi itu halal, tetapi kuantitasnya juga harus tetap dalam batas-batas syariah, dalam penentuan kuantitas harus memperhatikan beberapa faktor ekonomi sebagai berikut: Sederhana, kuantitas konsumsi yang terpuji adalah konsumsi dalam batas yang wajar atau dengan kata lain sederhana. Artinya berada ditengah-tengah, tidak berperilaku boros dan tidak juga kikir.
- 2) Pemeliharaan dan pengembangan untuk mewujudkan pengembangan, perlu dilakukan penghematan. Pertama, dipahami bahwa hubungan antara penyimpanan dan konsumsi berbanding terbalik. Jika salah satu dari keduanya meningkat, yang lain berkurang.

²⁸ Ilfi Nur Diana, *Hadis-hadis ekonomi*. Malang: UIN-Maliki Press. 2012, h. 20.

- 3) Prinsip moralitas yang dimaksud dengan asas ini adalah pengetahuan tentang faktor-faktor sosial yang mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi, yang dikemukakan sebagai berikut: umat keteladanan, tidak merugikan orang lain.

Qardhawi menjabarkan beberapa prinsip pokok terkait dengan perilaku konsumsi dalam Islam, yakni:

- a) Dasar pemikiran pola konsumsi Islami adalah keinginan untuk mengurangi keinginan biologis yang berlebihan yang tumbuh dari faktor psikologis buatan dengan tujuan melatih energi manusia untuk tujuan spiritual.
- b) Nasihat Islami tentang perilaku konsumen dipandu oleh prinsip keadilan, kemurnian, moderasi, kemurahan hati dan moralitas. Syariah Islam memiliki etika dan standar yang harus diikuti saat berbelanja. Beberapa etika tersebut akan dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

1) Prinsip keadilan

Dalam melakukan konsumsi tidak boleh melakukan kecurangan sehingga menimbulkan kedzaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum agama, dan juga menjunjung tinggi prinsip keadilan. Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi.

2) Prinsip kebersihan

Bersih dalam arti sempit tidak mengandung kotoran atau penyakit yang dapat merugikan jasmani dan rohani seseorang, sedangkan dalam arti luas bebas dari segala sesuatu yang dirahmati Allah SWT. Barang yang dikonsumsi tentu saja bermanfaat, tidak mubazir bahkan merusak.

3) Prinsip kesederhanaan

Salah satu sikap yang sangat di benci oleh Allah SWT. adalah sikap *israf* atau sikap berlebih-lebihan. Karena menjadi alasan dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih merupakan sikap yang membutuhkan lebih dari kebutuhan yang wajar dan kecenderungan untuk mentolerir nafsu atau, sebaliknya, terlalu kikir sehingga mengakibatkan menyiksa diri sendiri. Islam mensyaratkan kebutuhan manusia yang wajar dalam kuantitas dan kualitas agar tercipta kebiasaan konsumsi yang efektif dan efisien baik secara individual maupun kelompok secara sosial.

4) Prinsip kemurahan hati

Sesuai dengan ajaran Islam, tidak ada bahaya atau dosa dalam mengkonsumsi barang-barang ekonomi yang halal, yang telah Allah sediakan sebagai rahmat-Nya. Selama konsumsi ini merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang bermanfaat bagi kehidupan manusia dan peran manusia adalah untuk meningkatkan ketakwaan kepada Allah SWT, maka Allah SWT telah melimpahkan rahmat-Nya kepada manusia.

5) Prinsip moralitas

Akhirnya, semua konsumsi Islam harus didasarkan pada moralitas Islam sehingga tidak hanya memenuhi seluruh kebutuhan dunia saja tetapi juga bisa memenuhi kebutuhan di akhirat.

C. Kerangka Konseptual

Agar memahami tujuan penelitian yang berjudul “Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare” maka dari itu peneliti akan menjelaskan definisi dari masing-masing kata yang terdapat dalam judul tersebut.

1. Analisis

Analisis adalah suatu kegiatan untuk menemukan temuan baru terhadap objek yang akan diteliti ataupun diamati oleh peneliti dengan menemukan bukti-bukti yang akurat pada objek tersebut.

2. Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya. Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.

3. Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses kebutuhan lainnya.

4. *Digital Payment*

Suatu pembayaran secara umum dapat diartikan sebagai penyerahan sejumlah uang dari pembayar kepada penerima. Pembayaran digital (*digital*

payment) adalah pembayaran berbasis teknologi. Dalam pembayaran digital, uang disimpan, diproses, dan diterima sebagai data digital dan proses transfer dimulai menggunakan alat pembayaran elektronik. Secara tradisional, pembayaran dilakukan dengan uang tunai, cek, atau kartu kredit, sedangkan pembayaran digital dilakukan dengan perangkat lunak tertentu, kartu pembayaran, dan uang elektronik. Komponen utama sistem pembayaran digital adalah: aplikasi transfer uang, infrastruktur jaringan, aturan dan prosedur penggunaan sistem.

Sistem pembayaran digital menyediakan metode pembayaran untuk membeli barang atau jasa melalui Internet. Tidak seperti sistem pembayaran konvensional, pelanggan mengirim semua informasi terkait pembayaran ke penjual melalui Internet, semua komunikasi dilakukan jarak jauh, antara pelanggan dan penjual pembayaran elektronik. Adapun macam-macam aplikasi *digital payment*, sebagai berikut :

a) *OVO*

Ovo adalah aplikasi pintar yang menyediakan layanan pembayaran dan transaksi *online* (*Ovo Cash*). Pengguna juga dapat mengumpulkan poin setiap menyelesaikan transaksi pembayaran dengan *Ovo*. Secara umum, *Ovo Cash* dapat digunakan untuk melakukan berbagai pembayaran yang bekerja sama dengan *Ovo* untuk mempercepatnya. Sedangkan *Ovo Points* merupakan *loyalty reward* bagi yang melakukan pembayaran *Ovo Cash* di merchant rekanan *Ovo*. Poin *Ovo* sendiri dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik, yaitu ditukarkan dengan *event* di *merchant* rekanan *Ovo*. *Ovo* menawarkan kemudahan transaksi

tanpa pelanggan membawa uang tunai terlalu banyak, salah satunya adalah dengan menunjukkan aplikasi *Ovo* dengan saldo atau *cash point*.

b) *GoPay*

Chief Marketing Officer GoJek Indonesia, Piotr Jakubowski, mengemukakan, *GoPay* adalah layanan *e-wallet* milik GoJek. *GoPay* adalah metode pembayaran yang ditawarkan oleh Gojek melalui aplikasi, pengguna tidak lagi harus membayar *driver* secara tunai. *GoPay* bisa digunakan untuk membayar semua jenis layanan GoJek, mulai dari layanan ojek *online* atau *GoRide* hingga *GoFood* dan *GoMart*. Goek juga memiliki layanan belanja pulsa atau *GoPulsa*, layanan pijat untuk pemijat profesional atau *GoMassage*, layanan kebersihan rumah atau *GoClean*, layanan pemesanan tiket dari tiket konser hingga nonton *GoTick*, layanan perawatan kendaraan bermotor atau *GoAuto* dan beberapa layanan lainnya. Untuk menggunakan *GoPay*, Anda harus menambahkan terlebih dahulu. Isi ulang saldo dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu melalui ATM, minimarket, Alfamart, dan *driver*.

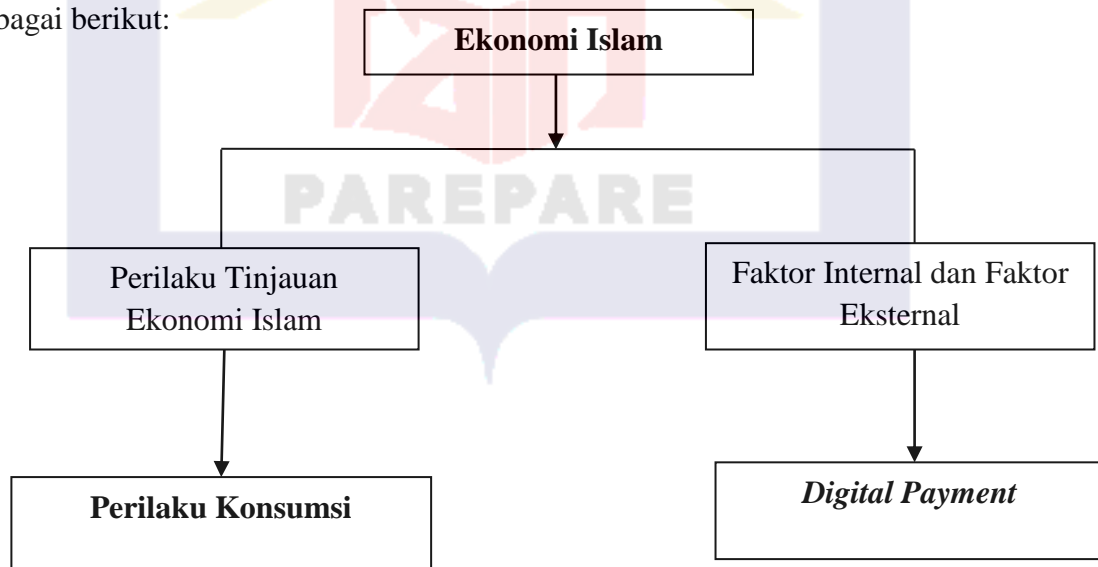
c) *M-Banking*

Peraturan No. 12/PJOK.03/2018 yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan pada tahun 2018 tentang pengenalan layanan perbankan digital pada bank umum menjelaskan bahwa *mobile banking* merupakan bagian dari *digital banking*. atau telepon pintar. Layanan *mobile banking* dapat digunakan melalui menu yang telah tersedia melalui aplikasi yang dapat diunduh dan diinstal oleh nasabah terutama berbasis *internet banking* berdasarkan peraturan Bank Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

perbankan dan *mobile banking* didefinisikan sebagai perbankan digital (*digital banking*).

D. Kerangka Pikir

Berdasarkan latar belakang dan teori yang membahas tentang analisis Ekonomi Islam terhadap penggunaan *digital payment* dalam perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Parepare. kerangka pikir ini bertujuan sebagai landasan sistematis untuk berpikir dalam menguraikan masalah-masalah yang dibahas dalam proposal ini. Bagan kerangka pikir yang disajikan dibawah ini, peneliti menguraikan masalah analisis Ekonomi Islam terhadap penggunaan *digital payment* dalam perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Parepare. Dengan mengetahui penyebab dan dampak perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam IAIN Parepare. Sehingga *GoPay* akan mudah memberikan solusi terhadap masalah perilaku konsumsi dosen yang sedang dilakukan. Secara sederhana untuk mempermudah penelitian ini, peneliti membuat bagan kerangka pikir sebagai berikut:



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi karena terkait langsung dengan gejala-gejala yang muncul di sekitar lingkungan manusia terorganisir dalam satuan pendidikan formal. Penelitian ini menggunakan metode penelitian fenomenologi. Sebuah metode pendekatan yang menganalisis gejala-gejala yang berkaitan dengan realitas sosial dengan menjadikan pengalaman sebagai data pokok sebuah realitas. Pendekatan fenomenologi sangat relevan digunakan dalam penelitian kualitatif untuk mengungkap realitas.²⁹

Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif Kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian lapangan (*field search*). Penelitian ini dilakukan dengan cara mengunjungi lokasi penelitian yang telah ditentukan untuk mendapatkan data dan informasi dalam penelitian ini, yakni data yang berhubungan dengan analisis ekonomi Islam terhadap penggunaan *digital payment* dalam perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare sebagai salah satu fakultas yang merupakan pengembangan dari jurusan Syariah dan Ekonomi Islam ketika masih berbentuk Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Pada tanggal 5

²⁹ Engkus kuswarno, *Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh penelitian*, (Bandung : Widya Padjajaran, 2009), h. 38.

April 2018 STAIN Parepare beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan Peraturan Presiden No. 29/2018 yang ditandatangani oleh Presiden Republik Indonesia dan peresmian status STAIN Parepare ke IAIN Parepare dilakukan pada 19 November 2018 oleh Bapak Menteri Agama Republik Indonesia.



Gambar 3.1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas ekonomi dan bisnis islam IAIN Parepare terdiri dari 7 (tujuh) Program Studi (Prodi), yaitu Prodi Perbankan Syariah, Prodi Ekonomi Syariah, Prodi Manjaemen Zakat dan Wakaf, Prodi Manajemen Keuangan Syariah, Prodi Akuntansi Lembaga Keuangan Syariah, Prodi Pariwisata Syariah, dan Prodi Akuntansi Syariah. Pada awal berdirinya , program studi tersebut berada dibawah jurusan Syariah dan Ekonomi Islam STAIN Parepare.³⁰

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki sejumlah dosen dengan jabatan fungsional. Adapun sebagaimana tabel berikut:

³⁰ t.n, <http://febi.iainpare.ac.id/profil/sejarah>, *Sejarah Singkat*, Diakses 26 Desember 2023.

No.	Pangkat	Jumlah
1.	Lektor Kepala	7
2.	Lektor	9
3.	Asisten Ahli	24
4.	Tenaga Pengajar	12

2. Waktu Penelitian

Waktu kegiatan penelitian ini akan dilakukan Selama 1 Bulan, dimulai pada tanggal 15 Desember 2023 sampai tanggal 15 Januari 2023.

C. Fokus Penelitian

Berdasarkan judul yang diangkat oleh peneliti, maka fokus penelitian ini tentang analisis ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi Islam IAIN Parepare mengenai penggunaan pembayaran digital dalam perilaku konsumen, dalam hal ini adalah dosen FEBI IAIN Parepare.

Hal ini peneliti memfokuskan perilaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment*. Berdasarkan data yang didapatkan di wawancara, peneliti menemukan perilaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menggunakan *digital payment* dikarenakan mempermudah transaksi dan efisiensi waktu sehingga tingkat perilaku konsumtif kemungkinan besar bisa terjadi.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data diperoleh melalui sumber langsung (data primer) atau data diperoleh dari sumber tidak langsung (data sekunder). Dalam penelitian lazimnya dua sumber data inilah yang digunakan. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah jenis data penelitian yang dikumpulkan untuk pertama kali melalui pengalaman atau bukti pribadi. Data primer adalah kerap diandalkan dalam sebuah penelitian karena otentik dan objektif. Selain itu, data primer juga digambarkan sebagai data mentah atau informasi tangan pertama. Biasanya, data primer dikumpulkan melalui beberapa cara, seperti observasi, tes fisik, koesioner, survei dan jenis wawancara dan yang lainnya.³¹

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dari wawancara. Informan yang diwawancarai adalah beberapa dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait permasalahan dalam penelitian.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian dalam bentuk skripsi, tesis, jurnal, laporan dan disertasi.

E. Teknik Pengumpulan Data dan Pengolahan Data

Suatu penelitian dibutuhkan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data atau informasi, maka peneliti menggunakan beberapa pendekatan

³¹ Merdeka.com, Data primer, <https://www.merdeka.com/data-primer-adalah-jenis-data-utama-berikut-penjelasan-lengkap-nya-kl.html>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2023.

dalam mengumpulkan data, yaitu wawancara, dokumentasi. Sesuai dengan sumber data, maka penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara :

a. Wawancara

Penulis melakukan wawancara untuk mendapatkan informasi. Wawancara adalah proses tanya jawab lisan di mana dua orang atau lebih secara fisik saling berhadapan, melihat wajah satu sama lain (*face to face*) dan mendengar suara dengan telinga mereka sendiri.³²

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait, yaitu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare. Dosen yang diwawancarai berjumlah 5 Dosen yaitu Muhammad Satar S.E.,M.M., Misdar M.M , Arwin M. Si, Sulkarnain M. Si., dan Nurfitriani, M. M.

b. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian kualitatif adalah setiap bahan tertulis yang dapat digunakan sebagai pendukung bukti penelitian.³³ Dokumentasi merupakan pengumpulan data dan informasi dalam bentuk, buku, dokumen, tulisan, lisan dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

F. Uji Keabsahan Data

Keabsahan data adalah informasi yang tidak membedakan antara informasi yang diperoleh peneliti dengan informasi yang sebenarnya ada pada objek penelitian, sehingga dapat diperhitungkan keabsahan informasi yang disajikan. Uji validitas data

³² Sukandarrumidi, Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula (Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006), h. 86

³³ Basrowi Suwardi, et al., Memahami Penelitian Kualitatif (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.

terdiri dari empat pengujian, diantaranya meliputi uji *credibility*, uji *transferabiliti*, uji *dependability*, uji *confirmability*. Akan tetapi, dalam penelitian ini hanya menggunakan beberapa cara untuk menguji keabsahan data hasil penelitian yaitu uji kredibilitas yang di dalamnya adalah uji triangulasi terdiri dari teknik dan sumber:

1. Uji Kredibilitas (*Creadibility*)

Uji kredibilitas data yaitu uji untuk menilai kebenaran dari temuan penelitian kualitatif. Kepercayaan (*Creadibility*) pada dasarnya berfungsi untuk menunjukkan derajat kepercayaan hasil-hasil penemuan dengan jalan pembuktian oleh peneliti pada kenyataan yang sedang diteliti. Uji kredibilitas atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, trigulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negatif dan member *check*.³⁴

2. Uji Transferabilitas (*Transferability*)

Dalam penelitian kualitatif, nilai transferabilitas bergantung pada pembaca sejauh mana temuan penelitian dapat ungkapkan ke dalam konteks dan situasi sosial lain.

3. Uji Dependabilitas (*Dependability*)

Uji Dependability dilakukan dengan melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Sering terjadi peneliti tidak melakukan proses penelitian ke lapangan, tetapi bisa memberikan data. Peneliti seperti ini perlu diuji dependabilitynya, kalau proses penelitian tidak reliable atau depenable.

4. Uji Konfirmabilitas (*Confirmability*)

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung; Elfabeta, 2007), h. 158

Dalam penelitian kualitatif lebih dimaknai sebagai konsep transparansi, yaitu suatu bentuk kesediaan peneliti untuk membawakan proses dan unsur-unsur penelitiannya kepada publik, yang pada gilirannya memungkinkan pihak lain untuk menilai hasilnya. Sehingga penelitian yang dilakukan akan mendapatkan kesepakatan antara para pihak.³⁵

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses penting dalam menginterpretasi pengumpulan data menjadi data yang bermakna untuk menjawab pertanyaan penelitian. Schuut berpendapat bahwa dalam hal mendeskripsikan data tekstual, analisis kualitatif cenderung bersifat induktif, dimana peneliti diminta untuk mengidentifikasi langkah-langkah dalam mengelaborasi data.³⁶

Proses analisis data dalam penelitian ini mengandung tiga komponen utama yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merupakan tahapan analisis data kualitatif. Reduksi data adalah penyederhanaan, klasifikasi dan penghilangan informasi yang tidak perlu sehingga dapat dihasilkan informasi yang berarti dari data tersebut dan lebih mudah untuk menarik kesimpulan.

Setelah peneliti mengumpulkan observasi, wawancara dan dokumentasi, tahap selanjutnya peneliti memilih hal-hal pokok yang berkaitan dengan penelitian dan memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dalam mereduksi data, peneliti menemukan beberapa data dari hasil penelitian yang tidak berkaitan dengan fokus

³⁵Arnild Augina Mekarisce, "Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat," *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* Vol. 12, No. 33 (2020): h. 147–150.

³⁶Jogiyanto Hartono, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2018), h. 72

penelitian, maka dari itu peneliti mereduksi data dengan memisahkan beberapa data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah kegiatan mengumpulkan sekumpulan data yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami sehingga memungkinkan untuk ditarik kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif dapat berupa mis. Peneliti melakukan penyajian data dalam bentuk uraian singkat, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Adapun jenis penyajian data yang digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian ini adalah teks yang bersifat naratif dan gambar.

3. Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap verifikasi data tersebut, peneliti mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Dalam Tahap verifikasi data, peneliti memeriksa dan memperbaiki beberapa data yang diinput sehingga menghasilkan kesimpulan data yang valid.

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya dan akan berubah suatu saat apabila tidak ditemukan bukti-bukti pendukung pada tahap selanjutnya pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Namun jika kesimpulan awal peneliti yang dikemukakan telah didukung dengan bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali kelapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan peneliti yang dikemukakan tersebut adalah kesimpulan yang otentik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. HASIL PENELITIAN

1. Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Penggunaan *Digital Payment* Menurut Tinjauan Ekonomi Islam.

Kebutuhan manusia banyak dan beragam, bahkan tidak hanya beragam tetapi bertambah terus dan tidak ada habisnya, sejalan dengan perkembangan peradaban dan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, satu kebutuhan telah terpenuhi namun tentu akan datang lagi kebutuhan lainnya. Namun, dalam syariat Islam, manusia dilarang untuk mengonsumsi barang secara berlebihan, gaya hidup hedonisme yang mementingkan kesenangan dan kemewahan semata, berfoya-foya atau boros.

Berdasarkan hasil penelitian dengan beberapa informan yaitu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang diwawancarai langsung oleh peneliti terkait bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, hampir semua mengatakan bahwa berbelanja harus sesuai dengan aturan dan syariat Islam berdasarkan tinjauan ekonomi Islam, yang dimana seseorang berbelanja cukup sesuai kebutuhan, apalagi di era sekarang teknologi sudah semakin canggih, berbelanja dan melakukan pembayaran sudah bisa dilakukan secara *online* seperti hadirnya *digital payment* hal ini bisa mempengaruhi perilaku seseorang untuk berbelanja terus-menerus.

Sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh ARW selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare, beliau mengatakan:

“Terkait mengenai tinjauan ekonomi Islam terhadap pengguna *digital payment* saya rasa ini belum bisa di sampaikan secara jeneral tapi menurut saya pribadi bahwa dalam menggunakan *digital payment* ini kita harus senantiasa mengaitkan pemahaman-pemahaman agama dalam hal ini adalah prinsip-prinsip ekonomi islam karena *digital payment* ini bersifat konsumtif jangan terlalu boros dalam berkonsumsi/bertransaksi harus sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan semata”.³⁷

Tanggapan yang sama juga dikatakan oleh MS beliau mengatakan:

“Sebenarnya *digital payment* itu adalah jasa jadi saya rasa penggunaan *digital payment* itu hal yang lumrah dan boleh-boleh saja tapi kalau di kaitkan dengan ekonomi Islam/fiqih itu hukumnya mubah, karna *digital payment* ini dalam bentuk jasa jadi wajar kalau di pungut biaya dalam transaksi tapi itu dangan manfaat yang luar biasa sama halnya kalau kita menyewa keliling servis dan lainnya jadi FI yang kita bayar itu sama dengan upah yang kita berikan kepada penyedia jasa digital”.³⁸

Tidak jauh berbeda dengan tanggapan MSR terkait penggunaan *digital payment* yang mempengaruhi perilaku konsumtif, beliau mengatakan:

“Menurut saya pribadi bahwa dalam menggunakan *digital payment* ini kita harus senantiasa mengaitkan pemahaman-pemahaman agama dalam hal ini adalah prinsip-prinsip ekonomi islam karena *digital payment* ini bersifat konsumsi jangan terlalu boros dalam berkonsumsi/bertransaksi harus sesuai dengan kebutuhan bukan keinginan semata.”³⁹

Dari hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa seseorang harus menggunakan *digital payment* dengan senantiasa memperhatikan batasan, apalagi *digital payment* ini bersifat konsumtif sehingga seseorang harus tetap tau batasan dalam berbelanja dan menghindari sifat boros. Batasan yang di maksud adalah berbelanja yang cukup sesuai kebutuhan.

Digital payment juga merupakan alat pembayaran yang sah dan tidak bertentangan dengan prinsip syariah. syariah yang dimaksud di antaranya telah mendapat izin legalitas dari otoritas sebagai perusahaan yang mengelola aktivitas pembayaran sesuai syariah. Namun yang perlu dipertimbangkan adalah perilaku

³⁷ Hasil wawancara dengan ARW (Dosen FEBI IAIN Parepare), 20 Desember 2023.

³⁸ Hasil wawancara dengan MS (Dosen FEBI IAIN Parepare), 19 Desember 2023.

³⁹ Hasil wawancara dengan MSR (Dosen FEBI IAIN Parepare), 21 Desember 2023.

konsumsi terhadap penggunaan *digital payment*, karena hadirnya *digital payment* mempermudah para konsumen berbelanja tapi tidak membuat para konsumen untuk berbelanja terus menerus. Hal ini diungkapkan oleh salah satu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yaitu SK, Beliau mengatakan bahwa:

“Dalam Islam sendiri kita di ajarkan bahwa kita tidak boleh berlebih-lebihan artinya konsumsilah sesuatu sesuai dengan kebutuhan jangan kita mudah terpengaruh dengan kemudahan dalam mengonsumsi sehingga semau-maunya dalam bertransaksi, kadang kita cenderung belanja tidak terkontrol dan juga kadang kita berbelanja tidak berdasarkan kebutuhan tetapi karena keinginan.”⁴⁰

Berdasarkan wawancara diatas dapat dipahami melihatnya *digital payment* hadir untuk mempermudah dalam bertransaksi, tapi di dalam tinjauan ekonomi Islam dianjurkan untuk membatasi dalam perilaku konsumsi terhadap transaksi, dikarenakan umat Islam dianjurkan untuk tidak bersifat boros dan berbelanja sesuai kebutuhan. Perlunya pembatasan bagi para konsumtif untuk berbelanja karena bisa saja para konsumtif tidak sadar dan ingin berbelanja terus menerus karena mudahnya belanja dan transaksi di era sekarang, dan kemungkinan *digital payment* di anggap negatif oleh para pengguna. Perilaku tersebut tentunya harus didasari oleh keterbatasan konsumen dalam berbelanja. seperti yang diungkapkan oleh ARW, Beliau mengatakan :

“Dilihat dari dampaknya, *digital payment* menurut saya pribadi saya lebih konsumtif artinya sesuatu yang tidak harusnya saya beli atau saya butuhkan itu saya harus beli lagi kerena semata-mata keinginan saya, salah satu alasannya karna ada beberapa *platform* yang di sediakan yang mempermudah dalam bertransaksi sehingga saya harus beli barang tersebut, tetapi hal itu masih bisa saya antisipasi.”⁴¹

Perilaku mengonsumsi barang atau jasa perlu dibatasi, jual beli di era perkembangan teknologi membuat para penjual menjual barang dan produknya di media sosial, sehingga calon konsumen memudahkan untuk memilih-milih barang

⁴⁰ Hasil wawancara dengan SK (Dosen FEBI IAIN Parepare), 21 Desember 2023.

⁴¹ Hasil wawancara dengan ARW (Dosen FEBI IAIN Parepare), 20 Desember 2023.

tersebut, tergiur dengan barang yang ada di media sosial bukanlah hal yang asing bagi para konsumen. Seperti yang dikatakan NF selaku pengguna *digital Payment*, beliau mengatakan:

“Mudah tergiur dengan barang yang di sediakan di *platform* tersebut sehingga susah untuk mengontrol diri dalam bertransaksi.”⁴²

Sependapat dengan itu, ARW menambahkan :

“Yang perlu dibatasi dalam penggunaan *digital payment* yaitu bagaimana kita bisa menyeimbangkan yang namanya kebutuhan dan keinginan jangan sampai lebih banyak pengeluaran dari pada pemasukan artinya mampu mengontrol diri kita dalam bertransaksi/belanja.”⁴³

Berdasarkan hasil wawancara diatas, konsumen harus melakukan pembatasan bagi dirinya dalam berbelanja, maksudnya adalah berbelanjalah sesuai kebutuhan secukupnya, karena dalam Islam ketika melakukan konsumsi dianjurkan sesuai kebutuhan bukan yang lain dari itu, apalagi atas dasar keinginan semata hal tersebut sangat dianjurkan untuk di jauhi.

2. Faktor Internal Dan Eksternal Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Penggunaan *Digital Payment*

Hasil dari penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara yang merupakan data primer yang didapat atas jawaban dari beberapa informan yaitu Dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil wawancara tersebut kemudian disebarluaskan dalam suatu pembahasan tertentu. Hasil pembahasan tersebut kemudian digunakan untuk menentukan hasil analisis penelitian ini, yang didasarkan pada masalah yang ada.

⁴² Hasil wawancara dengan NF (Dosen FEBI IAIN Parepare), 21 Desember 2023.

⁴³ Hasil wawancara dengan ARW (Dosen FEBI IAIN Parepare), 20 Desember 2023.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan para informan diketahui bahwa penggunaan *digital payment* didasari oleh beberapa faktor yaitu faktor internal (pribadi) dan faktor eksternal (dari luar) seperti perilaku keseharian termasuk perilaku *online milenial* dilihat dari metode pembayaran yang sudah dapat dilakukan secara *online* yang dianggap mempermudah para konsumen dalam melakukan pembayaran, Hal ini sesuai dengan apa yang diungkapkan oleh inisial MS. selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare;

“Hadirnya *digital payment* sangat mempermudah saya dalam pembayaran seperti mempermudah dalam transaksi pembayaran di tol yang sekarang tidak menggunakan uang tunai lagi, pembayaran parkir di *mall-mall* di Makassar bisa juga menggunakan kartu *qris* dan juga beberapa warkop yang bisa menggunakan pembayaran *Qris* dan juga bisa di gunakan dalam pembayaran di indomaret.”⁴⁴

Hal serupa juga diungkapkan oleh inisial MSR yang menanggapi positif tentang hadirnya *digital Payment* dalam kehidupan sehari-hari. Beliau mengatakan:

“*Digital payment* memberikan kita kemudahan, kita bisa berbelanja di mana saja dan juga sangat mudah digunakan selama fitur di *digital payment* itu di sediakan tanpa harus membawa lagi uang *cash* untuk membayar dan sangat simpel digunakan saat bertransaksi, seperti pembayaran pulsa, pembayaran air PDAM, dan juga sekarang bisa di gunakan untuk memesan tiket pesawat dan juga pembelian tiket kereta api.”⁴⁵

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa *digital payment* memberikan manfaat seperti mempersingkat waktu pembayaran mereka, tidak perlu membawa atau menyimpan uang *cash* dalam jumlah yang banyak, hanya menggunakan ponsel, transaksi bisa dapat terselesaikan. Perilaku keseharian ini merupakan faktor yang mempengaruhi beberapa konsumen lebih memilih penggunaan *digital payment* sebagai transaksi yang mudah dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari.

⁴⁴ Hasil wawancara dengan MS (Dosen FEBI IAIN Parepare), 19 Desember 2023.

⁴⁵ Hasil wawancara dengan MSR (Dosen FEBI IAIN Parepare), 21 Desember 2023.

Seperti yang dipikirkan oleh inisial ARW selaku pengguna *Mobile Banking* (BRI, BSI), Flip dan *Shopee Paylater*, beliau mengatakan bahwa *digital payment* sangat berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari dikarenakan efisien dalam mengelola waktu sehingga tidak harus ke bank lagi untuk melakukan transaksi.⁴⁶

Dari hasil wawancara diatas, *digital payment* mempengaruhi kebiasaan seseorang untuk saling berstransaksi, dari awalnya pembayaran dilakukan secara *offline*, namun kini sudah bisa di lakukan secara *online*.

Jawaban yang serupa juga diungkapkan MS yang diketahui menggunakan *digital payment* sebagai transaksi yang mempermudah dalam kehidupan sehari-hari, beliau merupakan pengguna BRI dan Kartu Brizzi sebagai alat transaksi *online*-nya, informan menyampaikan bahwa *digital payment* sangat menghemat waktu dan tidak usah buang tenaga untuk berbelanja, beliau mengungkapkan:

“Mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari saya karena mempermudah akses dalam dalam berbelanja kita cukup dirumah aja seperti membeli pulsa dan juga pembelian barang jadi tinggal menunggu saja barang datang dirumah, karna *digital payment* dapat di gunakan di *shoope*, bukalapak dan sebagainya”.⁴⁷

Dari beberapa ungkapan informan di atas, dapat disimpulkan bahwa hadirnya dapat memenuhi kebutuhan mereka sehari-hari seperti layanan pembayaran transaksi *online*, pengguna hanya perlu melakukan pembayaran melalui aplikasi dengan cepat dan mudah. Hal ini bahwa *digital payment* dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari pengguna seperti layanan pembayaran *online*, pembayaran listrik, isi pulsa, dan lainnya. Pengguna hanya perlu melakukan aplikasi seperti *Qris*, *DANA*, *Shopeepay*, *Go-Pay*.

⁴⁶ Hasil wawancara dengan ARW (Dosen FEBI IAIN Parepare), 20 Desember 2023.

⁴⁷ Hasil wawancara dengan MS (Dosen FEBI IAIN Parepare), 19 Desember 2023.

B. PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Pada Penggunaan *Digital Payment* Menurut Tinjauan Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, beberapa dosen yang menjadi informan telah mengatakan bahwa sebagian dari mereka menggunakan *digital Payment* sebagai alat transaksi secara *online* dalam berbelanja, tidak sedikit dari mereka pengguna *digital payment* yang mudah berbelanja dan cenderung kurang mampu mengontrol diri dalam berbelanja.

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang menggunakan *digital Payment* sebagai alat transaksi dengan mudah dan cepat ternyata bisa mempengaruhi perilaku konsumsinya, dalam hal ini produk dan barang yang ditawarkan di media atau *platform* bisa saja memberikan dampak bagi dirinya untuk berbelanja.

Perilaku berbelanja *online* tentunya ada alasan yang mempengaruhi para konsumen untuk memilih berbelanja secara *online*, bukan hanya sah nya berbelanja secara *online shop* sesuai perpektif Islam saja tetapi kemudahan dalam pembayaran menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Contohnya pembayaran menggunakan *virtual account*, *digital payment* seperti *Ovo*, *BRImo*, *Qris*, *Shopee Paylater* dan lain-lain.

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana tidak berlebihan, tidak boros, tidak kekurangan, karena pemborosan adalah perbuatan yang tidak dianjurkan dalam agama Islam. Konsumsi pada hakikatnya merupakan mengeluarkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan dan keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak

melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak melampaui batas-batas yang dihalalkan.⁴⁸ Seperti yang dijelaskan dalam Al- Qur'an surah Al- Maidah ayat 87, yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ
الْمُعْتَدِينَ

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.⁴⁹

Selain itu, hal tersebut juga dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-A'raf Ayat 31 yang berbunyi :

يَبْنَیْ اَدَمَ خُدُوْا زَیْنَتَکُمْ عِنْدَ کُلِّ مَسْجِدٍ وَکُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا
یُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ

Terjemahnya:

Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.⁵⁰

Perilaku yang boros ketika menggunakan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal makanan, pakaian, tempat tinggal dan lain-lain. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan.

⁴⁸ Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*. (Magelang :UNIMMA Press. 2018). h. 30.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surakarta: Media Insani Publishing, t.th.), 122.

⁵⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surakarta: Media Insani Publishing, t.th.), 154.

Berbelanja atau dapat juga disebut konsumsi merupakan suatu hal yang dapat menjadi kebutuhan, dengan berbelanja seseorang dapat memenuhi kebutuhannya sehari-hari, tetapi lain halnya jika mengonsumsi suatu barang secara berlebihan, hal tersebut tidak lagi memenuhi kebutuhan saja tetapi juga keinginan semata yang secara otomatis dapat menimbulkan sesuatu yang berdampak negatif salah satunya yaitu timbulnya perilaku konsumtif secara berlebihan. Konsumtif yang berlebihan merupakan perilaku yang membelanjakan atau mengonsumsi suatu barang secara berlebihan dimana barang tersebut biasanya tergolong barang yang kurang dibutuhkan, hingga dapat menjadikan timbulnya sifat kemubaziran. Sebab yang dibeli tersebut tidak digunakan. Selain itu, konsumtif juga akan mempengaruhi pengeluaran uang, apalagi dengan kemudahan berbelanja saat ini dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja hanya menggunakan ponsel seperti hadirnya *digital Payment* sebagai alat pembayaran yang mudah dalam berbelanja.

Perilaku konsumsi pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare terhadap penggunaan *digital payment* sebagai alat transaksi *online* dipengaruhi oleh beberapa hal, diantaranya yang paling berpengaruh adalah ketersediaannya pemasaran produk dalam bentuk digital dalam hal ini di sosial media yang memudahkan para dosen untuk membelinya dan permasalahan dalam bertransaksi sangat mudah mereka atasi, hanya dengan menggunakan *handphone* dengan berbagai aplikasi *digital payment*, transaksipun selesai. Dengan adanya kemudahan bertransaksi saat ini, banyak orang termasuk beberapa dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare tertarik untuk melakukan transaksi secara terus menerus. Namun beberapa dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare melihat *digital payment* ini mempengaruhi kebutuhan dikarenakan

mempermudah segala aktivitas namun tidak dipungkiri akan bersifat konsumtif dikarenakan segala yang tersedia pada *platform* pada *digital payment* mempermudah segalanya untuk bertransaksi *online* tanpa harus ke toko.

Berdasarkan analisis peneliti terkait perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam tinjauan ekonomi Islam, Beberapa Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang menjadi informan peneliti mengkaitkan perilaku konsumen berdasarkan syariat Islam, dengan hadirnya aplikasi seperti *digital payment* dengan melakukan transaksi *online* mempermudah dan meringankan aktivitas dalam bertransaksi, sehingga hadirnya *digital payment* ini perilaku dosen dalam bertransaksi *online* untuk memenuhi kebutuhan *Al-hajiyyah*, *Al-hajiyyah* yang dimaksud adalah ketika perilaku dosen dalam menggunakan *digital payment* ini untuk memenuhi kebutuhan agar ringan, lapang dan nyaman untuk menjalani aktivitas.

Sesuai dengan pernyataan di atas, terdapat ayat relevan terkait larangan Mubazir dalam Islam, Larangan ini termaktub dalam Al-Qur'an surah Al-Isra ayat 26-27:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا . إِنَّ الْمُبْذِرِينَ
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahan:

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perialanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan, dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.⁵¹

⁵¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Surakarta: Media Insani Publishing, t.th.), 284.

Sesuai dengan ayat di atas, bahwa Allah memerintahkan untuk tidak berperilaku *tabdzir* atau boros, pada ayat tersebut dikatakan bahwa orang yang bersikap *tabdzir* termasuk saudara Syaitan. Dan ini menjadi sebuah penegasan bahwa *tabdzir* itu merupakan sesuatu perilaku yang buruk. Tidak hanya menjadi kuffur nikmat yang telah diberikan oleh Allah, tetapi juga tidak ingat akan sesama yang membutuhkan, baik kepada tetangga maupun orang lain.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti, terdapat teori yang relevan untuk dikaitkan pada permasalahan dalam penelitian ini, yaitu teori perilaku konsumsi. Dalam istilah ekonomi, konsumsi berarti kegiatan dimana barang digunakan atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan. Saat menjelaskan konsumsi, diasumsikan bahwa konsumen cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan maslahat maksimal. Hal ini sesuai dengan pandangan Islam, bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan keuntungan yang diterimanya. Demikian pula dalam perilaku konsumen, konsumen mempertimbangkan manfaat dan keberkahan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan manfaat konsumsi ketika mereka puas dengan kebutuhan fisik, psikologis dan materialnya. Di sisi lain, dia mendapat berkah ketika dia mengkonsumsi barang atau jasa yang diizinkan oleh hukum Islam.

Hubungan teori dengan penelitian ini menunjukkan bahwa dari hasil wawancara dengan beberapa Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menunjukkan perilaku konsumsi pada penggunaan *digital payment* disarankan sesuai syariat Islam yang dimana pengguna mengonsumsi barang atau jasa secukupnya saja, hal ini didasari oleh perilaku konsumsi dalam Islam. Dalam teori perilaku konsumsi Islam menjelaskan bahwa perilaku konsumsi dalam Islam

dipengaruhi oleh nilai guna dari barang tersebut, pengguna harus bijak dalam membeli barang berdasarkan nilai guna, maksudnya adalah ketika barang tersebut memang betul-betul diperlukan dan menjadi kebutuhan sehari-hari, seperti yang dijelaskan oleh beberapa informan yaitu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang mengatakan bahwa mengonsumsi barang tentu harus sesuai kebutuhan bukan keinginan semata.

Hadirnya *digital payment* memberikan dampak bagi para pengguna termasuk dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare yang beberapa telah diketahui menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksinya, peneliti menganalisis bahwa beberapa informan membeli barang berdasarkan tinjauan ekonomi Islam atau syariat Islam, namun ada pula yang mengatakan bahwa hadirnya *digital payment* bisa memberikan dampak negatif bagi para pengguna yang tidak bisa membatasi dirinya dalam berbelanja, seperti yang dijelaskan oleh salah satu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare ketika melihat produk yang ditawarkan di *platform* media, seseorang bisa tergiur sehingga susah untuk mengontrol diri untuk membeli produk tersebut. Maka perlunya pembatasan dalam perilaku konsumtif, dalam teori perilaku konsumtif juga menjelaskan bahwa dalam hal konsumsi, Islam melarang kemewahan dan kelebihan, tetapi menjaga keseimbangan yang adil. dalam Islam, harta adalah perintah dari Allah untuk digunakan dengan benar, tidak boros dan sia-sia.

2. Faktor Internal Dan Eksternal Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Penggunaan *Digital Payment*

Hasil Penelitian yang dilakukan di beberapa dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dengan tahap wawancara menunjukkan bahwa beberapa

Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menggunakan *digital payment* sebagai kebutuhan aktivitas transaksi yang efisien. Perkembangan teknologi massa digital membawa dampak positif saat ini, diantaranya adalah kemudahan akses terhadap berbagai informasi kemudian memanfaatkannya untuk beragam keperluan seperti belanja *online* dan transaksi *online*.

Saat ini permintaan akan penggunaan *digital payment* semakin meningkat salah satunya ketika muncul inovasi aplikasi transaksi *online* seperti *Qris*, *BRImo*, *OVO*, dan lainnya. Aplikasi tersebut mempermudah konsumen termasuk Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam melakukan transaksi pembayaran sehingga banyak yang berasumsi bahwa *digital payment* ini merupakan metode pembayaran yang lebih mudah dibandingkan metode pembayaran secara *offline*.

Berdasarkan hasil penelitian, dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare mengatakan bahwa *Digital payment* merupakan proses transaksi yang biasa dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari karena sangat memudahkan para pengguna. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku penggunaannya dalam menggunakan *digital payment*, yaitu faktor internal dan eksternal. Menurut Engel dalam Chrisnawati, faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumsi dalam berbelanja di antara lain ialah:⁵²

1. Faktor Internal

Faktor ini lebih melihat secara personal seorang individu meliputi:

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup; barang dan jasa yang dikonsumsi atau dibeli oleh seseorang akan selalu berubah selama hidupnya.

⁵² Dian Chrisnawati, Sri Muliati Abdullah, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian" Jurnal Spirits, Vol. 2 No. 1, (November 2011) h.. 5-7.

- b) Jenis pekerjaan; barang dan jasa yang dibeli oleh seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan seseorang.
- c) Keadaan ekonomi; terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan, tabungan, dan hartanya.
- d) Gaya hidup; pola seseorang dalam menjalani hidupnya (aktivitas, minat, kesukaan, sikap, konsumsi, dan harapan), serta
- e) Kepribadian dan konsep diri; Karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang berhubungan dengan lingkungan.

2. Faktor Eksternal

a) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil. Budaya memiliki pengaruh yang mendalam. Hal ini disebabkan karena budaya bertindak sebagai penentu keinginan dan perilaku yang mendasar. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya.

Perubahan yang sangat berpengaruh ini adalah proses perubahan di masyarakat dari hal-hal yang bersifat tradisional ke modern atau disebut juga dengan modernisasi. Budaya juga merupakan kualitas, renungan, dan citra yang mempengaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan

kecenderungan individu dan masyarakat. budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

Adanya fase perubahan pada pola konsumsi masyarakat disebabkan karena pembangunan sosial ekonomi serta perkembangan budaya selanjutnya. Perkembangan budaya juga didasari karena munculnya digitalisasi ekonomi. Seperti adanya sistem pembayaran elektronik serta perdagangan elektronik. Perilaku konsumtif muncul karena adanya unsur teknologi tersebut, seperti berbagai aplikasi *digital payment* yang menawarkan berbagai kemudahan pembayaran. Serta berbagai macam platform *E-Commerce* yang menyuguhkan kemudahan berbelanja

b) Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa. Secara singkat kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dipengaruhi oleh dua faktor (faktor internal dan faktor eksternal) seperti pada pembahasan kedua faktor diatas, ada beberapa pengaruh yang membuat dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare berbelanja menggunakan *digital payment*, berikut adalah faktor yang

mempengaruhi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare untuk menggunakan *digital payment*

a) Faktor Internal

Faktor yang mempengaruhi perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment* yaitu faktor internal. Beberapa didalam tinjauan teori peneliti tidak semua faktor internal termasuk dari faktor yang mempengaruhi perilaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment*. Namun ada beberapa faktor internal terkait perilaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment* diantaranya adalah faktor gaya hidup. Faktor gaya hidup dalam menjalani aktivitas, kesukaan dan konsumsi, selain itu adapun barang dan jasa yang dibeli seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan.

Hal ini berdasarkan wawancara peneliti kepada informan terkait perilaku MS selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare lebih menyukai menggunakan *digital payment* sebagai pembayaran parkir di mall dengan menggunakan kartu elektronik seperti BRI (*Brizzi*), hal ini karena gaya hidup saat ini serba-serbi pembayaran melalui *online* sehingga mempermudah dalam bertransaksi.

Hal serupa wawancara peneliti kepada informan terkait perilaku MSR selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment* sebagai gaya hidup dikarenakan mempermudah bertransaksi. Menurutnya, tanpa harus membawa uang *cash* dalam bertransaksi seperti pembelian pulsa dan tiket transportasi.

b) Faktor Eksternal

Faktor yang mempengaruhi perilaku Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment* yaitu faktor eksternal. Beberapa didalam tinjauan teori peneliti tidak semua termasuk dari faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment*. Namun ada beberapa faktor eksternal terkait perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam menggunakan *digital payment* diantaranya adalah faktor budaya. Faktor budaya yang dimaksud adalah budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat.

Hal ini berdasarkan wawancara peneliti kepada informan terkait perilaku MS selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menggunakan *digital payment* sebagai belanja *online* di aplikasi *Shoope*, hal ini membuktikan bahwa adanya fase perubahan pada pola konsumsi masyarakat disebabkan karena pembangunan sosial ekonomi serta perkembangan budaya selanjutnya. Perkembangan budaya juga didasari karena munculnya digitalisasi ekonomi. Seperti adanya sistem pembayaran elektronik serta perdagangan elektronik. Pengaruh perkembangan budaya saat ini cenderung kebanyakan menggunakan belanja *online* dibebberapa *digital marketing* tanpa harus pembayaran secara langsung.

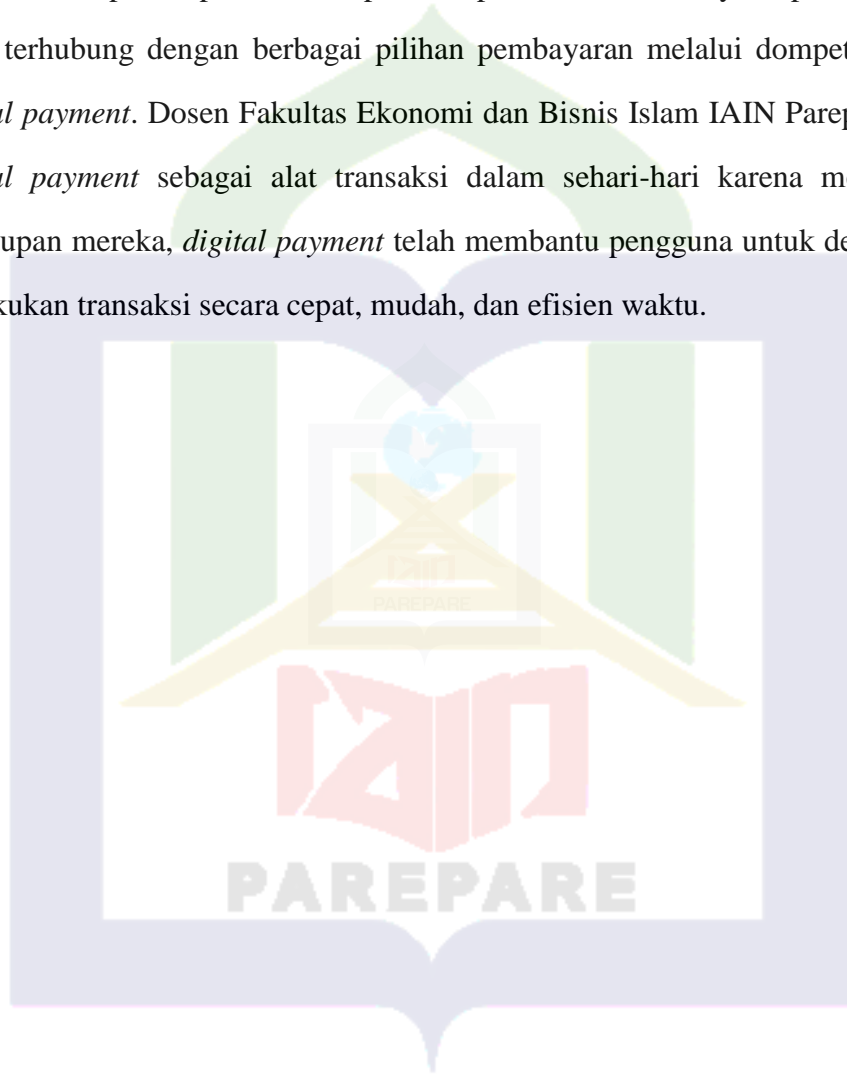
Hal serupa wawancara peneliti kepada informan terkait perilaku ARW selaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam

menggunakan *digital payment* karena Perilaku konsumsi muncul dengan adanya unsur teknologi tersebut, seperti berbagai aplikasi *digital payment* yang menawarkan berbagai kemudahan pembayaran. Serta berbagai macam *platform E-Commerce* yang menyuguhkan kemudahan berbelanja tanpa harus datang ke bank sekitar ataupun Atm secara fisik.

Teori yang digunakan dalam permasalahan penelitian ini adalah teori *digital Payment*. Hubungan teori dari hasil wawancara penelitian terhadap 2 Faktor yaitu internal dan eksternal. Pada penggunaan *digital payment* tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi *online* dengan alasan mempermudah segala aktivitas, efisiensi waktu dan tenaga. Selain itu adapun faktor eksternalnya adalah adanya pengaruh dari lingkungan pekerjaan sekitar sehingga memilih transaksi *online* untuk mempermudah mengelola waktu dalam beraktivitas.

Sesuai dengan pembahasan teori *digital payment*, alasan yang membuat orang menggunakan pembayaran digital salah satunya adalah lebih cepat dan mudah. Seiring perkembangan teknologi berinteraksi dengan cepat menggunakan *digital payment* atau dompet digital, misalnya untuk memesan ojek *online*. Menggunakan layanan pesan antar, pembayaran tagihan atau pembelian dan lain-lain secara cepat tanpa harus berpindah aplikasi. Sebab banyak aplikasi yang kini telah terhubung dengan berbagai pilihan pembayaran melalui dompet digital atau *digital payment*. Hal itu dibuktikan dengan hasil wawancara dimana informan mengatakan bahwa mereka sering menggunakan *digital payment* sebagai layanan transaksi yang cepat dan mudah.

Seiring perkembangan teknologi berinteraksi dengan cepat menggunakan *digital payment* atau dompet digital, misalnya untuk memesan ojek *online* menggunakan layanan pesan antar, pembayaran tagihan atau pembelian dan lain-lain secara cepat tanpa harus berpindah aplikasi. Sebab banyak aplikasi yang kini telah terhubung dengan berbagai pilihan pembayaran melalui dompet digital atau *digital payment*. Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare memilih *digital payment* sebagai alat transaksi dalam sehari-hari karena mempengaruhi kehidupan mereka, *digital payment* telah membantu pengguna untuk dengan mudah melakukan transaksi secara cepat, mudah, dan efisien waktu.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis ekonomi Islam terhadap penggunaan *digital payment* dalam perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dapat disimpulkan bahwa

1. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada penggunaan *digital payment*, peneliti menyimpulkan bahwa Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare ketika menggunakan *digital payment* dalam kehidupan sehari-hari bisa membuat para pengguna susah untuk mengontrol dirinya dalam berbelanja, karena ketersediaannya barang dan jasa di *plafrom* media yang bisa mereka lihat dan mudah untuk di beli, sehingga pengguna cenderung susah mengontrol diri. Hal ini serupa yang ditemukan oleh peneliti dilapangan bahwa salah satu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare menyampaikan bahwa hadirnya *digital payment* maka semakin mempermudah akses transaksi *online* maka pentingnya berperilaku sesuai dengan syariat Islam, ditekankan untuk seseorang perlu berbelanja cukup untuk kebutuhan saja, bukan keinginan semata.
2. Penggunaan *digital payment* pada Dosen FEBI IAIN Parepare sangat mempengaruhi aktivitas kehidupan mereka, diantaranya adalah mempermudah bertransaksi dalam berbelanja, perilaku tersebut didasari oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal, seperti yang telah dianalisis peneliti terkait faktor internal dan eksternal perilaku konsumsi dosen fakultas ekonomi dan

bisnis Islam pada penggunaan *digital payment* ini telah disimpulkan bahwa penggunaan *digital payment* pada faktor internal pribadi yang dimaksud adalah lebih ke personal seseorang seperti gaya hidup dalam menjalani aktivitas, kesukaan dan konsumsi, selain itu adapun barang dan jasa yang dibeli seseorang juga dipengaruhi oleh pekerjaan. Sedangkan ditinjau pada faktor eksternal dapat dilihat pada faktor sosial. Faktor sosial yang dimaksud adalah pengaruh lingkungan baik itu secara langsung maupun tidak langsung, seperti pengaruh lingkungan pekerjaan dan banyaknya tersedia dan pelaku *digital payment* sebagai alat transaksi *online* baik itu secara langsung maupun tidak langsung.

B. Saran

Adapun saran-saran yang penulis berikan dari hasil penelitian yang dilakukan selama penelitian adalah:

1. Pada pengguna *digital payment* khususnya pada dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam melakukan transaksi *online* agar lebih memperhatikan belanja *online* sesuai kebutuhan untuk menghindari yang kemungkinan terjadi perilaku konsumtif dikarenakan mudahnya dalam bertransaksi *online*.
2. Untuk pembaca, adanya karya tulis ilmiah ini untuk memberikan edukasi kepada pembaca agar tidak berperilaku konsumtif ketika menggunakan *digital payment* sebagai alat transaksi.
3. Untuk penulis selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan metode penelitian kuantitatif agar lebih detail data terkait perilaku dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare.

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an al-Karim

Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Jakarta : Sinar Grafika, 2010.

Briapi, *Digital payment*, <https://developers.bri.co.id/id/news/menilik-tren-pembayaran-digital-di-indonesia-dan-peran-briapi-di-dalamnya>. Diakses pada tanggal 27 maret 2023.

Ervandy Kurniawan , “*Analisis Minat Penggunaan Digital Payment di Kota Medan*”, *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, Vol 1 (1), 2023.

et.al Tarantang. “*Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia.*” *Jurnal Al-Qardh*, Vol. 4 No. 1, 2019.

Fachrodzi Al Azriel, *Pemikiran Ekonomi Islam Muhammad Abdul Mannan, Al-Ibar: Artikel Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam* Vol. 1, No. 1, 2022.

Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, Magelang :UNIMMA Press. 2018.

Fauziyah Mufinna dan Utomo Hadi Sugeng, “*Perilaku Konsumsi Mahasiswa Menggunakan Mobile Payment,*” 2021.

Fiqh Sufaha Yesskil, “*Analisis Pengaruh Penggunaan Digital Payment,*” Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Sebelas Maret, 2020.

Gosal Agustio Michael dan Linawati Nanik, “*Pengaruh Intensitas Penguasaan Layanan Mobile Payment terhadap Spending Behavior*”, PhD Thesis Phetra Cristian University, 2008

Hartono Jogiyanto, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisis Data*, Yogyakarta: CV . Andi Offset, 2018.

Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, Malang: Balai Pustaka, 2016.

Herlambang Aulia Renanda, Skripsi: “*Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO*”, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020

Herlambang Aulia Renanda, Skripsi: “*Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Perceived Enjoyment terhadap Behavior Intention pada Aplikasi Digital Payment OVO*”, Makassar: Universitas Hasanuddin, 2020


Kan Akhram , *Ekonomi Islam*, Malang: Empatdua, 2016.

Kuswarno Engkus, *Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman, dan Contoh penelitian*, Bandung : Widya Padjajaran, 2009.

- Mekarisce Augina Arnild, “*Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Kualitatif Di Bidang Kesehatan Masyarakat,*” *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* Vol. 12, No. 33 2020.
- Merdeka.com, Data primer, <https://www.merdeka.com/data-primer-adalah-jenis-data-utama-berikut-penjelasan-lengkapnyakln.html>. Diakses pada tanggal 05 Maret 2023.
- Mulyadi, *Evaluasi Pendidikan*, Cet. I; Malang: UIN-Maliki Press, 2010.
- Mulyasari Hestin, Thi Bi Dan Thanh, Murti Wijaya A. Bima, “*Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia*”, *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2014.
- Nugroho, *Regulasi Terkait Pembayaran Elektronik Di Indonesia*, 2018.
- Pooi Mun Yeow , Khalid Haliyana, and Nadarajah Devikan, “*Millenials Perception of Mobile Payment Service in Malaysia*” *Procedia Computer Science*, vol 124 , 2017
- Salsabila Rezkia Miftah, “*Teknik Analisis Data Kualitatif,*” in *Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif*, ed. oleh Widya Davita Annissa, 2020. <https://www.dqlab.id>, diakses pada tanggal 1 Desember 2021.
- Sri Puspitasari Dwi Siska, Indrarini Rachma, *Pengaruh Penggunaan Digital Payment terhadap Perilaku Konsumsi Islam Masyarakat Surabaya Pada Masa Pandemi Covid-19*, Vol. 4, No. 2, 2021.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung; Alfabeta, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sukandarrumidi, *Metode Penelitian Petunjuk Praktis untuk Penelitian Pemula* Yogyakarta: Gajah Mada University Press, 2006.
- Suwardi Basrowi, et al., *Memahami Penelitian Kualitatif* ,Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- t.n, <http://febi.iainpare.ac.id/profil/sejarah>, *Sejarah Singkat*, Diakses 26 Desember 2023.
- Ummah Miftakhul, “*analisis pergeseran perilaku konsumsi dengan kehadiran digital payment sebagai alat pembayaran oleh mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember,*” *Jember: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember*, 2022.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

	<p style="text-align: center;">KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM Jl. Amal Bakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421)21307</p>
<p style="text-align: center;">VALIDASI INSTRUMEN PENELITIAN PENULISAN SKRIPSI</p>	

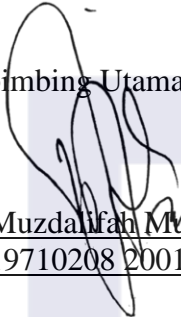
NAMA MAHASISWA : RAHMAT
 NIM : 19.2400.032
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 PRODI : EKONOMI ISLAM
 JUDUL : ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP
 PENGGUNAAN *DIGITAL PAYMENT* DALAM
 PERILAKU KONSUMSI DOSEN FAKULTAS
 EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE

PEDOMAN WAWANCARA

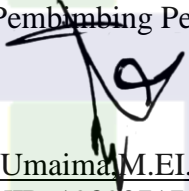
1. *Digital payment* apa yang bapak/ibu gunakan dalam bertransaksi ?
2. Mengapa bapak/ibu memilih *digital payment* sebagai alat bertransaksi ?
3. Apa manfaat *digital payment* sebagai alat bertransaksi?
4. Menurut bapak/ibu apa kekurangan di *digital payment* sebagai alat bertransaksi?
5. Kendala apa saja bapak/ibu selama menggunakan *digital payment* ?
6. Selama bertransaksi apa perbedaan *digital payment* dengan transaksi secara langsung ?
7. Seberapa pengaruh *digital payment* dalam kehidupan sehari-hari?
8. Apa dampak negatif *digital payment* terhadap perilaku konsumsi ?
9. Apa dampak positif *digital payment* terhadap perilaku konsumsi ?

10. Sebagai konsumen apa yang perlu dibatasi dalam menggunakan digital payment?
11. Setelah menggunakan *digital payment* apa saran bapak/ibu terhadap perilaku konsumen untuk pengguna baru?
12. Bagaimana pandangan bapak/ibu terhadap penggunaan *digital payment* ditinjau dari ekonomi islam ?

Pembimbing Utama


(Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.)
NIP.19710208 200112 2 S002

Mengetahui
Pembimbing Pendamping


(Umaina M.EI.)
NIP. 19890717 201801 2 002





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
 PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email:

BERITA ACARA
REVISI JUDUL SKRIPSI

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menyatakan bahwa Mahasiswa:

Nama : RAHMAT
 N I M : 19.240.032
 Prodi : Ekonomi Syariah

Menerangkan bahwa judul skripsi semula:

ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT
 DALAM PERILAKU KONSUMSI DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 ISLAM IAIN PAREPARE

Telah diganti dengan judul baru:

ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DOSEN
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE DALAM
 PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT

dengan alasan/ dasar:


*agar Parepare tidak menjadi monoton, fakultas
 judul yang lebih efektif dan meaningful. Parepare*


Demikian berita acara ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 01 Februari 2024


Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


 Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.


 Ummatima, M.E.I.

Mengetahui;
 Dekan,


 Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
 NIP. 197102082001122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-6662/In.39/FEBI.04/PP.00.9/12/2023

15 Desember 2023

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. REKTOR IAIN PAREPARE
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama : RAHMAT
Tempat/Tgl. Lahir : KALIDONG, 05 Juli 1999
NIM : 19.2400.032
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah (Ekonomi Islam)
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : DUSUN KALIDONG, DESA TALLU BAMBA, KECAMATAN ENREKANG,
KABUPATEN ENREKANG

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah REKTOR IAIN PAREPARE dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DALAM PERILAKU KONSUMSI DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada bulan Desember sampai selesai.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. Muzdalifah Muhammadun, M.Ag.
NIP 197102082001122002

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

Jalan Amal Bakti No. 8 Soreang, Kota Parepare 91132 Telepon (0421) 21307, Fax. (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 91100, website: www.iainpare.ac.id, email: mail@iainpare.ac.id

SURAT KETERANGAN TELAH MENELITI

Nomor : B- 06 /In.39.1/PP.00.9/01/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dr. H. Saepudin, M.Pd.
NIP : 197212161999031001
Jabatan : Wakil Rektor Bidang APK

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rahmat
Nim : 19.2400.032
Fakultas / prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah
Semester : IX (Sembilan)
Alamat : Dusun Kalidong, Desa Tallu Bamba, Kec, Enrekang
Kab. Enrekang

Yang bersangkutan telah melakukan penelitian di IAIN parepare dengan judul "ANALISIS EKONOMI ISLAM TERHADAP PENGGUNAAN DIGITAL PAYMENT DALAM PERILAKU KONSUMSI DOSEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN PAREPARE " mulai 15 desember 2023 s.d 15 januari 2024.

Demikian Surat Keterangan ini di buat untuk di pergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 15 januari 2024

Wakil Rektor,
Wakil Rektor Bidang APK



Dr. H. Saepudin, M.Pd
197212161999031001

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sulkarnain,M.Si.
NIP : 198805102019031005
Status : Dosen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Rahmat yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare**”

Demikian surat keterangan wawancara ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Desember 2023


Sulkarnain, M.Si.

NIP 198805102019031005

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Arwin, M. Si.

NIP : 199102032019031013

Status : Dosen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Rahmat yang sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare “**

Demikian surat keterangan wawancara ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 Desember 2023



Arwin, M. Si.

NIP : 199102032019031013

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nurfitriani, M. M.


NIP : 199104032019032025

Status : Dosen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Rahmat yang sedang melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare “**

Demikian surat keterangan wawancara ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Desember 2023



Nurfitriani, M. M.

NIP : 199104032019032025

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

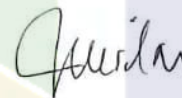
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Misdar, M. M.
NIP : 2110117902
Status : Dosen

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudara Rahmat yang sedang melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Ekonomi Islam Terhadap Penggunaan *Digital Payment* Dalam Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Parepare “

Demikian surat keterangan wawancara ini untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 Desember 2023



Misdar, M. M.

NIP : 2110117902

IAIN
PAREPARE

FOTO DOKUMENTASI WAWANCARA



Gambar 1 Wawancara dengan bapak Arwin M.Si selaku dosen FEBI IAIN Parepare dan juga pengguna *digital payment*



Gambar 2 Wawancara dengan bapak Misdar M.M selaku dosen FEBI IAIN Parepare dan juga pengguna *digital payment*



Gambar 2 Wawancara dengan Ibu Nurfitriani M.M selaku dosen FEBI IAIN Parepare dan juga pengguna *digital payment*



Gambar 2 Wawancara dengan bapak Sulkarnain M.M selaku dosen FEBI IAIN Parepare dan juga pengguna *digital payment*

BIOGRAFI PENULIS



Rahmat, lahir di Kalidong 05 Juli 1999, Anak keempat dari delapan bersaudara. Anak dari pasangan Bapak Mansur dan Ibu Nadi. Penulis mulai masuk pendidikan formal di SDN 47 Sulrakan pada tahun 2006-2012, kemudian masuk di SMPN 4 Temban pada tahun 2012-2015 dan melanjutkan lagi ke SMK 2 Muhammadiyah pada tahun 2015-2018. Di tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri Parepare dengan mengambil Program Studi Ekonomi Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selain kuliah, penulis aktif mengikuti organisasi seperti Pengurus HM-PS Ekonomi Syariah periode 2020-2021 sebagai anggota kemudian menjabat sebagai Anggota Komisi aspirasi Senat Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisni Islam (SEMA FEBI) periode 2021-2022 dan terakhir menjabat sebagai Wakil Menteri Kajian Strategi di Dewan Eksekutif Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare (DEMA-I) periode 2022-2023. Penulis melaksanakan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) di Bulog Lapadde Cabang Parepare Kemudian penulis menyelesaikan studi di IAIN Parepare pada tahun 2024 dengan judul skripsi : *Analisis Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Parepare dalam Penggunaan Digital Payment.*