

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Kajian Relevan

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rizky Ananda Putri dengan judul *“Pengaruh Sistem Pembayaran Menggunakan ATM Terhadap Tingkat Konsumtif Pemilik”*. Tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan yang muncul ketika melakukan pembayaran menggunakan ATM dan juga mengetahui pengaruh pembayaran dengan menggunakan kartu ATM terhadap tingkat konsumtif pemilik. menggunakan alat analisis deskriptif kualitatif untuk menjawab tujuan penelitian ini. Hasil dari penelitian ini adalah kelebihan melakukan pembayaran menggunakan ATM adalah pemilik tidak perlu membawa uang tunai dalam jumlah banyak di dompet ketika bepergian, lebih aman, fleksibel dan juga bisa mendapatkan potongan harga atau diskon. Namun, di sisi lain, pembayaran menggunakan kartu ATM memiliki kekurangan yang cukup berpengaruh yakni mempengaruhi tingkat konsumtif. Pemilik kartu ATM akan cenderung konsumtif karena pengeluaran uang yang dilakukan tidak kasat mata sehingga dengan bebas melakukan pembayaran<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Rizky Ananda Putri, “Pengaruh Sistem Pembayaran Menggunakan Kartu terhadap Tingkat Konsumtif Pemilik” (Makalah yang di susun untuk memenuhi tugas mata kuliah umum di Universitas Brawijaya, Malang, Desember 2015),

2. Penelitian Dewi Fatmasari dan Sri Wulandari, dengan judul “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan APMK*” memiliki tujuan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam penggunaan APMK. Pendekatan penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan alat analisis deskriptif dengan uji validitas dan reliabilitas. Hasil dari penelitian ini bahwa faktor-faktor (persepsi kemudahan, persepsi manfaat, sikap, persepsi control perilaku, norma subjektif) yang mempengaruhi minat dalam penggunaan APMK menunjukkan distribusi data yang baik dengan nilai tanggapan setuju yang cukup besar dengan masing-masing faktor yaitu Persepsi Kemudahan 58,425%, Persepsi Manfaat sebesar 60,98%, Sikap sebesar 71,86%, Persepsi Kontrol Perilaku sebesar 71% dan Norma Subjektif sebesar 48,2% serta minat dalam menggunakan APMK dari hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan hasil yang baik dan nilai tanggapan sebesar 54,8%<sup>2</sup>.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Ermawati Usman, dengan judul “*Pola Konsumsi dalam Perilaku Berbelanja PNS Dosen di IAIN Palu dalam Pandangan Ekonomi Islam*”, dengan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Desain atau rancangan penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis karena bertujuan untuk melukiskan variabel atau kondisi

---

<sup>2</sup> Dewi Fatmasari dan Sri Wulandari, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Penggunaan APMK”, h. 93-103.

yang ada sebagaimana keadaan yang sesungguhnya. Hasil analisis mengenai pola konsumsi dari seluruh dosen IAIN Palu, dengan sampel sebanyak 55 responden yakni bahwa pola konsumsi yang tinggi cenderung konsumtif. Pada dosen yang mendapatkan gaji setiap bulan akan menggunakan gaji sebagai alat pemenuhan kebutuhan. Pola konsumsi dosen dipengaruhi oleh banyak hal, di antaranya pendapatan, kebutuhan dan mode. Berdasarkan hasil penelitian, pendidikan dosen IAIN Palu berpengaruh terhadap pola konsumsi. Semakin tinggi pendidikan dosen IAIN Palu, semakin menyadari pola konsumsi Islam, yaitu mengacu pada al-Qur'an dan hadist serta prinsip kuantitas, prioritas dan prinsip sosial. Pola konsumsi dosen IAIN Palu sesuai dengan pola konsumsi Islam, yaitu konsumsi dijadikan sarana penolong untuk beribadah kepada Allah<sup>3</sup>.

4. Penelitian Yusi Ariyani, dengan judul Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai (Studi Kasus Pengunjung Pusat Perbelanjaan di Kawasan Malioboro). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Yogyakarta dalam melakukan transaksi secara non tunai. Faktor-faktor tersebut terdiri dari manfaat, kepercayaan, kemudahan, gaya hidup, serta resiko. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapatkan langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner, dengan jumlah 100 responden.

---

<sup>3</sup> Ermawati Usman, "Pola Konsumsi dalam Perilaku Berbelanja PNS Dosen di IAIN Palu dalam Pandangan Ekonomi Islam", *ISTIQRA*, Jurnal Penelitian Ilmiah, Vol 3, No. 2, Desember 2015, h. 280-305

Responden yang dipilih dalam penelitian ini adalah pengunjung pusat perbelanjaan kawasan Malioboro yang memiliki alat pembayaran menggunakan kartu (APMK). Metode analisis yang digunakan adalah Regresi Linear Berganda dengan alat analisis SPSS dan Eviews. Berdasarkan analisis yang dilakukan diperoleh hasil, secara parsial variabel minat, kepercayaan, kemudahan, dan gaya hidup serta resiko berpengaruh terhadap variabel minat bertransaksi non tunai sebesar 63,7% sedangkan sisanya sebesar 36.3% dipengaruhi oleh variabel di luar model<sup>4</sup>.

5. Penelitian Ahmad Fadlan Lubis dan Irsad Lubis, dengan judul Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku masyarakat Muslim terhadap penggunaan kartu kredit di Kota Medan, untuk mengetahui faktor pendorong masyarakat Muslim kota Medan memutuskan untuk menggunakan kartu kredit dan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara banyaknya tempat perbelanjaan modern terhadap perilaku masyarakat Muslim dalam menggunakan kartu kredit di Kota Medan. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data berupa analisis deskriptif. Hasil dari penelitian ini adalah (1) masyarakat Muslim di Kota Medan mengaku kredit memberikan dampak positif dan negatif bila dibawa kemana-mana.

---

<sup>4</sup> Yusi Ariyani, "Analisis Perilaku Masyarakat Bertransaksi Non Tunai (Studi Kasus Pengunjung Pusat Perbelanjaan di Kawasan Malioboro)",

Dampak negatifnya adalah menjadikan seseorang berperilaku boros/konsumtif, selalu mendorong belanja bila mesin gesek kartu kredit tersedia, timbulnya rasa ketagihan dan lain sebagainya. Dampak positifnya adalah apabila membawa kartu kredit adalah semakin mudah bertransaksi sewaktu melakukan pembayaran dengan nominal yang cukup tinggi, lebih leluasa bepergian kemana-mana, status berubah menjadi lebih baik/modern, dan bahkan ada yang menjawab setelah memiliki kartu kredit, penggunaannya semakin dapat membantu keluarga dan merasa keadaan ekonomi semakin membaik, (2) faktor pendorong masyarakat muslim kota Medan adalah lebih praktis dalam bertransaksi bila menggunakan kartu kredit sebanyak 85% yang menyatakan setuju, 36% menuatakan memiliki kartu kredit karena keperluan bisnis, dan 35% masyarakat Muslim kota Medan menyatakan bahwa mereka memiliki dan memakai kartu kredit hanya karena tawaran dan pengaruh sales-sales kartu kredit, (3) keberadaan tempat perbelanjaan modern semakin membuat masyarakat dengan mudahnya melakukan transaksi kapan saja.<sup>5</sup>

#### Perbedaan dan Persamaan Penelitian Terdahulu dan Penelitian Sekarang.

1. Perbedaan pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah pada penelitian terdahulu menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif,

---

<sup>5</sup> Ahmad Fadlan Lubis dan Irsad Lubis, "Analisis Perilaku Masyarakat Muslim Terhadap Penggunaan Kartu Kredit di Kota Medan", Jurnal Ekonomi dan Keuangan, vol. 1, no. 1, Desember 2012, h. 22-35

adapula yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji validitas, reliabilitas dan juga regresi linear berganda sementara penelitian sekarang menggunakan penelitian kuantitatif dengan format deskriptif survei/pemasaran dengan teknik analisis statistik deskriptif. Serta pada penelitian terdahulu hanya melakukan penelitian dalam perspektif ekonomi sedangkan penelitian sekarang dilihat dari perspektif ekonomi Islam.

2. Persamaan pada penelitian terdahulu dan penelitian sekarang adalah sama-sama melihat transaksi non tunai terhadap perilaku konsumen dalam hal ini masyarakat.

## **B. Kajian Teori**

### **1. Perilaku Konsumen**

#### **a. Pengertian Perilaku Konsumen**

Mengenal perilaku konsumen tidaklah mudah, kadang mereka terus terang menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun sering pula mereka bertindak yang sebaliknya. Teori ekonomi mengatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasan dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Mereka memiliki pengetahuan tentang alternatif produk

yang dapat memuaskan kebutuhan mereka<sup>6</sup>. Berikut ini adalah beberapa pengertian tentang perilaku konsumen menurut para ahli :

Menurut Schiffman dan Kanuk, mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang di perhatikan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka<sup>7</sup>.

Sedangkan menurut Peter dan Olson, bahwa perilaku konsumen adalah interaksi antara pengaruh kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar kita, dimana manusia melakukan pertukaran dalam hidup kita<sup>8</sup>.

Sumarwan, menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi<sup>9</sup>.

Selanjutnya menurut Winardi, perilaku yang ditunjukkan oleh oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa<sup>10</sup>.

Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf, menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu-individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagainya dari pengalamannya dengan produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya<sup>11</sup>.

---

<sup>6</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta : Prenada Media Group, 2010), h.1

<sup>7</sup> Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*. Cet. 3; (Bogor: Ghalia Indonesia, 2015), h. 4

<sup>8</sup> *Ibid.*, h. 5

<sup>9</sup> *Ibid*

<sup>10</sup> *Ibid*

<sup>11</sup> A. A Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung : Eresco Anggota IKAPI, 1998), h. 3

Dari seluruh pendapat mengenai perilaku konsumen di atas , maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Pada dasarnya perilaku konsumen merupakan perilaku yang berhubungan dengan usaha untuk mendapatkan produk guna memenuhi kebutuhannya. Sepanjang proses berawal dari timbulnya kebutuhan sampai pada keputusan beli, mengkonsumsi produk dan menyingkirkan produk bila sudah habis atau tidak digunakan lagi<sup>12</sup>.

Perilaku konsumen termasuk di antara deretan perilaku yang sangat cepat berubah, karena ia berkaitan dengan keseharian masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Perubahan ini harus dapat ditangkap dengan baik supaya setiap permasalahan dalam perubahan tersebut dapat segera ditanggulangi<sup>13</sup>.

Perilaku konsumen dapat dipahami dalam tiga tahapan :

---

<sup>12</sup> Ristiyanti Prasetyo dan John J.O.I Ihalauw, *Perilaku Konsumen*, (Bandung : Andi Offset,2005), h. 241

<sup>13</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada,2006), h. 29-30

1. Preferensi konsumen. Ini adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk daripada jenis produk yang lain.
2. Garis anggaran. Konsumen juga akan mempertimbangkan faktor harga dan akan memutuskannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya. Apa yang harus dilakukan konsumen dalam situasi ini, jawabannya akan ditemukan dengan menggabungkan preferensi-preferensi konsumen dan garis anggaran dalam langkah ketiga.
3. Pilihan konsumen. Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman terhadap pilihan konsumen akan membantu dalam memahami permintaan<sup>14</sup>.

Konsumen adalah pengguna suatu produk atau jasa, untuk mendapatkan produk atau jasa, pengguna tidak selalu sebagai pembeli (*consumer*)<sup>15</sup>. Dijelaskan dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* menurut bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*), atau menguntungkan (*advantage*)<sup>16</sup>.

Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang. Kegunaan juga bisa diartikan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Karena hal inilah maka sering kali utilitas dimaknai sebagai rasa puas atau kepuasan yang

---

<sup>14</sup> Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, “*Teori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*” ( Jakarta : Kencana, 2010), h. 109

<sup>15</sup> Ahmad Ifham Solihin, “*Buku Pintar Ekonomi Syariah*”, (Cet.1 ; Jakarta ; PT. Gramedia Pustaka Utama, 2010), h. 417

<sup>16</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Cet.6 (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.127

dirasakan oleh seseorang dalam mengonsumsi sebuah barang. Sehingga, kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas.

Untuk mengetahui kepuasan seseorang konsumen dalam teori ekonomi dapat diilustrasikan dalam bentuk *total utility* (nilai guna total) yakni jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dalam mengonsumsi sejumlah barang tertentu dan *marginal utility* (nilai guna tambahan) adalah penambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari penambahan dan pengurangan penggunaan satu unit barang<sup>17</sup>.

Sementara pengertian perilaku konsumen muslim adalah suatu perilaku dimana melakukan konsumsi tidak hanya memenuhi kebutuhan untuk dirinya sendiri (materi) tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim ketika mendapatkan penghasilannya baik itu perminggu, perbulan ataupun tahunan, tidak serta merta dihabiskan untuk belanja pribadi tetapi juga membelanjakannya di jalan Allah.

#### **b. Prinsip-Prinsip Dasar dalam Analisis Perilaku Konsumen**

- 1) Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan. Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan agar pengeluaran senantiasa berada di anggaran yang sudah ditetapkan.

---

<sup>17</sup> Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2002) edisi ke 3, h. 152

Meningkatkan konsumsi suatu barang atau jasa harus disertai dengan pengurangan konsumsi pada barang atau jasa yang lain.

- 2) Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat. Jika dua barang memberi manfaat yang sama konsumen akan memilih yang biayanya lebih kecil.
- 3) Tidak selamanya konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat.
- 4) Setiap barang dapat di distribusi dengan barang lain. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara.
- 5) Konsumen tunduk terhadap hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*the law of diminishing marginal utility*). Semakin banyak jumlah barang yang dikonsumsi semakin kecil tambahan kepuasan yang dihasilkan. Jika untuk setiap tambahan barang di perlukan sebesar harga barang tersebut (*price*), maka konsumen akan berhenti membeli barang tersebut manakala manfaat tambahan yang di perolehnya (*marginal utility*) sama besar dengan tambahan biaya yang harus di keluarkan.

### c. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan

ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.

Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Konsumen mencapai keseimbangannya ketika dia memaksimalkan pemanfaatannya sesuai dengan keterbatasan penghasilan, yakni : ketika rasio-rasio pemanfaatan marginal dari berbagai komoditas sama dengan rasio-rasio harga uangnya masing-masing<sup>18</sup>.

Paradigma ekonomi konvensional menyatakan bahwa perilaku konsumen didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme dan rasionalitas semata. Prinsip ini menuntut adanya perkiraan dan pengetahuan mengenai akibat yang dilakukan. Prinsip ini mendorong konsumen untuk memaksimalkan nilai guna dengan usaha yang paling minimal dengan melupakan nilai-nilai kemanusiaan. Akibatnya tercipta individualisme dan *self interest*. Maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai dan terjadilah kerusakan dimuka bumi<sup>19</sup>.

Menurut pandangan Islam, kegiatan ekonomi merupakan tuntutan kehidupan, di samping anjuran yang memiliki dimensi ibadah. Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Pengertian konsumsi menurut ekonomi islam

---

<sup>18</sup> Nur Rianto, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo : PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), h.140

<sup>19</sup> Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 61

pun sama, hanya saja memiliki perbedaan mendasar yakni tujuan pencapaian dari konsumsi itu<sup>20</sup>. Menurut Mannan yang dikutip oleh Eko, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan/penawaran<sup>21</sup>. Konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak.

Aturan dan kaidah dalam sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Islam sebagai *rahmatan lil alamin* menjamin agar sumberdaya terdistribusi secara adil. Konsumsi merupakan bagian dari aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta).

Harta dalam Islam bukanlah menjadi tujuan yang esensial bagi manusia. Sebelum datangnya Islam, sebagian manusia menganggap harta sebagai suatu keburukan, ataupun menganggap segala sesuatu yang berkaitan dengan kenikmatan materi sebagai kotoran ruhani, seperti kecenderungan dalam kerahiban Nasrani. Paham baru seperti materialistis

---

<sup>20</sup> Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi Islami", Vol. 3 No. 2, Desember 2016, h. 196-207

<sup>21</sup> Eko Suprayitno, "*Ekonomi Islam*", ( Cet.1 Yogyakarta : Graha Ilmu,2005 ), h.91

menjadikan perekonomian itu sebagai tujuan hidup malah menjadikan harta sebagai Tuhannya sehingga mereka diperbudak oleh harta<sup>22</sup>.

Dalam QS. Al-Kahfi (18) : 46 :

زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَالْبَاقِيَاتُ خَيْرٌ

وَخَيْرٌ ( )

Terjemahnya :

“Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan perhiasan kehidupan dunia tetapi hanyalah amalan-amalan yang kekal lagi saleh lebih baik pahalanya di sisi Tuhanmu serta lebih baik menjadi harapan” (Al-Kahfi (18) : 46)<sup>23</sup>.

Islam menempatkan harta sebagai salah satu dari lima kebutuhan pokok dalam kehidupan manusia yang harus dipelihara (*ad-dharuriyah al-khamsah*). *Ad-dharuriyah al-khamsah* secara berurutan meliputi memelihara agama, jiwa, keturunan, akal dan harta<sup>24</sup>.

Menurut Abdullah Muslih, harta dari segi kepemilikannya terbagi menjadi tiga. *Pertama*, tidak boleh dimiliki dan tidak boleh dipindahkan. Kebanyakan harta jenis ini adalah berbentuk fasilitas umum, seperti jalan, jembatan dan sebagainya. *Kedua*, tidak mungkin dimiliki atau dipindahkan kepemilikannya kecuali jika secara syariat boleh dipindahkan. Diantara jenis harta ini adalah wakaf yang oleh perwakafannya boleh dipindahkan, atau tanah yang terikat dengan *baitul maal*. *Ketiga*, boleh dimiliki dan dipindahkan kepemilikannya. Harta jenis ini misalnya adalah harta pribadi yang dilakukan akan jual-beli<sup>25</sup>.

<sup>22</sup> Rozalinda, *op.cit*, h.41

<sup>23</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung J.Art, 2004), h. 299

<sup>24</sup> Rozalinda, *op.cit*, h. 41-42

<sup>25</sup> Arif, *op.cit*, h. 198

Harta tidak menjadi tolak ukur ketinggian derajat atau tanda keutamaan seseorang sebagaimana anggapan manusia. Tetapi, harta menjadi sesuatu yang sangat penting karena membantu memelihara 4 aspek *Ad-dharuriyah al-khamsah*. Misalnya, melaksanakan shalat merupakan sebagai bentuk perwujudan dalam pemeliharaan agama membutuhkan pakaian untuk menutup aurat. Makan dan minum untuk memelihara jiwa dapat dipenuhi dengan harta. Sehingga, harta merupakan sesuatu hal yang sangat vital dalam kehidupan manusia.

Namun, menurut Mannan semakin tinggi kita memiliki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan fisiologis karena faktor-faktor psikologis<sup>26</sup>.

Hal tersebut melahirkan berbagai bentuk konkrit kebutuhan hedonisik, materialistik dan *wasteful*, seperti cita rasa seni, kesombongan atau kemewahan. Pada akhirnya konsumsi tersebut mengabaikan keharmonisan dan keseimbangan sosial akibat sikap yang individualistik sebagai konsekuensi kelebihan kekayaan dan untuk mencapai kepuasan maksimum. Oleh sebab itu, berbagai konsumsi dan kekayaan oligarkis seperti mengendarai Lamborghini (meskipun lalu lintas padat, macet dan banjir), bermain golf di Australia (untuk alasan bisnis dan lobi relasi), bukan merupakan akhlak konsumen Islami<sup>27</sup>.

---

<sup>26</sup> Eko Suprayitno, *op.cit*, h. 92

<sup>27</sup> Arif, *op.cit*, h. 196-197

## d. Etika dan Norma Konsumsi Islam

### 1) Prinsip Konsumsi dalam Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada di tangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu untuk diri sendiri<sup>28</sup>.

Menurut Mannan, perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu :

#### a) Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum atau berarti bahwa dalam mengkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, masih berada dalam koridor aturan agama. Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah

(2) : 173 :

عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ الْخَنِزِيرِ أَهْلًا بِهِ لَعْنَةُ اللَّهِ  
غَيْرَ عَلَيْهِ اللَّهُ رَحِيمٌ ( )

Terjemahnya :

*"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa*

<sup>28</sup> Eko Suprayitno, *op.cit*,

*(memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Q.S Al-Baqarah (2) : 173)<sup>29</sup>.*

b) Prinsip Kebersihan

Islam menjunjung tinggi kebersihan, bahkan kebersihan adalah sebagian dari iman. Maksudnya disini adalah bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera<sup>30</sup>. Bersih dalam arti sempit berarti bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia. Sementara dalam arti luas adalah bebas dari sesuatu yang dilarang oleh Allah SWT.

c) Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih<sup>31</sup>. Dalam Al-Qur’an dikatakan: *“...makan dan minumlah, tetapi jangan berlebih-lebihan; sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (Q.S. Al-A’raaf (7): 31)<sup>32</sup>.*

Selanjutnya :

اللَّهُ

طَيِّبَاتٍ

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ

<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *op.cit*, h. 26

<sup>30</sup> Sri Wigati, “Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam”, Jurnal Maliyah, Vol.01, No. 01, Juni 2011

<sup>31</sup> Eko Suprayitno, *op.cit*, h. 94

<sup>32</sup> Departemen Agama RI, *op.cit*, h. 154

اللَّهُ 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” (Q.S. Al-Maidah (5) : 87)<sup>33</sup>.

d) Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya<sup>34</sup>. Sesuai Firman

Allah :

صَيْدٌ وَطَعَامُهُ  
وَاللَّسِيَّارَةَ  
عَلَيْكُمْ صَيْدٌ  
إِلَيْهِ  
اللَّهُ

Terjemahnya :

“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, bagi orang-orang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepadaNya lah kamu akan dikumpulkan” (Q.S. Al-Maidah (5) : 96)<sup>35</sup>.

e) Prinsip Moralitas

<sup>33</sup> Departemen Agama RI, *op.cit*, h. 122

<sup>34</sup> Sri Wigaty, *op.cit*. h.33

<sup>35</sup> Departemen Agama RI, *op.cit*, h. 124

Dengan tujuan akhir mengonsumsi suatu barang adalah untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual<sup>36</sup>. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya.

Sedangkan prinsip menurut Ali Sakti, bahwa ada empat prinsip utama dalam system ekonomi islam yang di syaratkan dalam Al-Qur'an : (1) hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*want*); (2) implementasi zakat, infak dan shadaqah; (3) pelarangan riba. Menjadikan sistem bagi hasil dengan instrument mudharabah dan musyarakah sebagai sistem kredit dan instrument bunganya; (4) menjalankan usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi<sup>37</sup>.

Prinsip-prinsip dasar konsumsi islami ini akan memiliki konsekuensi bagi pelakunya. *Pertama*, seseorang yang melakukan konsumsi harus beriman kepada Allah dan akhirat dimana setiap konsumsi akan berakibat bagi kehidupannya di akhirat. *Kedua*, pada hakikatnya semua anugerah dan kenikmatan dari segala sumber daya yang diterima manusia merupakan ciptaan dan milik Allah secara mutlak dan akan kembali kepada-Nya. *Ketiga*, tingkat pengetahuan dan ketakwaan akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang<sup>38</sup>.

## 2) Etika Konsumsi Islam

---

<sup>36</sup> Eko Suprayitno, *op.cit*

<sup>37</sup> Sri Wigaty, *op.cit*.

<sup>38</sup> Arif, *op.cit*, h. 200

Konsumsi berlebih-lebihan, dalam Islam disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang terlarang<sup>39</sup>.

*Israf* atau royal menurut Alfazalur dalam Rozalinda, ada tiga pengertian yaitu menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan, pengeluaran yang berlebih-lebihan pada hal-hal yang diharamkan tanpa peduli apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan hanya sekedar pamer belaka<sup>40</sup>.

Adapun etika konsumsi islam harus memperhatikan beberapa hal, diantaranya adalah :

- a) Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan thoyibban*), yaitu :
  - i. Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah, yakni halal dimana asal hukum makanan adalah boleh kecuali yang dilarang dan haram dimana hanya beberapa jenis makanan yang dilarang seperti babi dan darah
  - ii. Proses, artinya dalam prosesnya telah memenuhi kaidah syariah, misalnya sebelum makan membaca basmallah, selesai hamdallah, menggunakan tangan kanan, bersih dan juga cara mendapatkannya tidak dilarang, misal riba, merampas, judi, menipu, dan mengurangi timbangan<sup>41</sup>.
- b) Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan diri sendiri dan orang lain.

<sup>39</sup> Eko Suprayitno, *op.cit*, h.87

<sup>40</sup> Rozalinda, *op.cit*, h.109

<sup>41</sup> Arif, *op.cit*, h. 201

- c) Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir/bakhil, tapi pertengahan.

### 3) Batasan Konsumsi Islami

Dalam konsumsi Islami, dilarang untuk mengonsumsi barang-barang yang haram dan hanya membolehkan untuk mengonsumsi barang yang halal. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis dan komoditi lainnya<sup>42</sup>.

Ada dua batasan dalam menggunakan harta dalam Islam, yaitu :

- a) Batasan dalam segi kualitas, yakni larang membelanjakan harta untuk hal-hal yang menimbulkan banyak kemudharatan, seperti membeli minuman keras yang dapat memabukkan dan menimbulkan kerusakan pada tubuh.
- b) Batasan dalam segi kuantitas yakni manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, dimana pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal tidak mendesak.

Sedangkan, dalam ekonomi konvensional batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut.

---

<sup>42</sup> Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati, “Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga ditinjau dari Tingkat Religiusitas”, JEST Vol. 2 No. 7 Juli 2015, h. 573

Sehingga, dalam hal ini tidak dapat menghalangi keinginan mereka untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan dan memungkinkan mereka tidak mempertimbangan aspek lain seperti kehalalan dan juga kepentingan orang lain<sup>43</sup>.

#### 4) Tujuan Konsumsi Islami

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi sendiri memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah<sup>44</sup>. Karena sesungguhnya jika mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan dalam beribadah maka dengan itu akan mendapatkan pahala.

Tujuan konsumsi Islam adalah untuk mencapai kepuasan yang dikenal sebagai *masalah* dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Dimana *masalah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqashid syariah*), yang tentunya juga harus menjadi

---

<sup>43</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Cet.6 (Jakarta : PT RajaGrafindo Persada, 2014), h.128

<sup>44</sup> Arif, *op.cit*, h. 198

tujuan dari kegiatan konsumsi<sup>45</sup>. Kandungan *masalah* terdiri dari manfaat dan berkah. Sehingga seorang muslim akan melakukan konsumsi berusaha untuk meningkatkan *masalah* yang diperolehnya.

Sedangkan dalam tujuan ekonomi konvensional adalah *utility* (kepuasan) atau nilai guna. Kalau kepuasan terhadap suatu benda makin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda makin rendah pula nilai gunanya. Kepuasan dalam terminology konvensional dimaknai dengan terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan fisik<sup>46</sup>.

Manfaat dan berkah hanya akan diperoleh ketika prinsip dan nilai-nilai Islam bersama-sama diterapkan dalam perilaku ekonomi. Sebaliknya, jika hanya prinsip saja yang dilaksanakan, misalnya pemenuhan kebutuhan, maka akan menghasilkan manfaat duniawi semata<sup>47</sup>.

Sehingga dapat disimpulkan perilaku konsumen dalam ekonomi Islam diantaranya harus meliputi:

1. Prinsip Syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari: Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh Pencipta. (QS. Al-An'am : 165). Prinsip ilmu, yaitu seseorang ketika

<sup>45</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *op.cit*

<sup>46</sup> Rozalinda, *op.cit*, h. 97

<sup>47</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *op.cit*, h. 134

akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya. Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang sudah diketahui, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram dan syubhat.

2. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, di antaranya : Sederhana, yaitu mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, mubazir, namun tidak juga pelit (QS. Al-Isra: 27-29, Al-A'raf:31). Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang. Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.
3. Prinsip prioritas, dimana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu: Primer, adalah konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya

serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok. Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, jika tidak terpenuhi maka manusia akan mengalami kesusahan. Tersier, yaitu konsumsi pelengkap manusia.

4. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya: Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan sadaqah, infaq dan wakaf. Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi baik dalam keluarga atau masyarakat. Tidak membahayakan orang yaitu dalam mengkonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan mudharat ke orang lain seperti merokok di tempat umum<sup>48</sup>.

##### **5) Kebutuhan (*Need*) dan Keinginan (*Want*)**

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi konvensional dengan Islam adalah menyoroti masalah *need* (kebutuhan) dengan *want* (keinginan).

Kebutuhan mencerminkan adanya perasaan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin dipuaskan. Kebutuhan berdasarkan dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan

---

<sup>48</sup> Asmuni Solihan, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Kaththab*, (Jakarta : Khalifa, 2010), h.182-185

manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Sedangkan menurut Muhammad keinginan (*wants*), merupakan hasrat atau kehendak yang kuat akan pemuas kebutuhan spesifik<sup>49</sup>.

Lebih sederhananya kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, misalnya baju sebagai penutup aurat. Sedangkan keinginan adalah terkait hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Misalnya, ketika seseorang membangun suatu rumah ia menginginkan adanya warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, ruangan yang longgar, dan sebagainya. Kesemua hal ini belum tentu menambah fungsi dari rumah tinggal, namun akan memberikan suatu kepuasan bagi pemilik rumah<sup>50</sup>.

Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat, akan mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada nonmuslim. Para pakar memetakan *maqasid syariah* menjadi beberapa bagian yakni:

a) Kebutuhan *Dharuriyat* (Primer)

Kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika ini luput maka akan mengakibatkan rusaknya tatanan hidup manusia<sup>51</sup>.

Kebutuhan *dharuriyat* terdiri dari, *ad-din* yakni kebutuhan agama seperti ibadah, *al-nafs* yakni pemenuhan kebutuhan diri/jiwa seperti makan, *al-aql* yakni pemenuhan kebutuhan akal seperti menuntut ilmu, *al-nasl* yakni pemenuhan kebutuhan akan

<sup>49</sup> Rokhmat, *Kebutuhan dalam Islam*, h. 21

<sup>50</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *op.cit*, h. 130

<sup>51</sup> Jenita dan Rusman, *Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI), Vol. 2 No. 1 Januari-Juni 2017

berumahtangga seperti menikah, *al-mal* adalah pemenuhan kebutuhan akan harta benda<sup>52</sup>.

Lima kebutuhan *dharuriyat* tersebut merupakan tujuan utama dalam pencapaian kehidupan sehingga kelima nya merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Jika ada salah satu yang tidak dapat dipenuhi maka akan menimbulkan kepincangan dalam hidup.

b) Kebutuhan *Hajiyyah* (Sekunder)

Kebutuhan yang merupakan pelengkap yang mengokohkan, menguatkan, dan melindungi. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi tidak akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia. Atau lebih spesifiknya bertujuan untuk memudahkan atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia.

c) Kebutuhan *Tahsiniyat* (Tersier)

Kebutuhan ini adalah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam kelima kebutuhan diatas bahkan sifatnya memperindah pelaksanaan kebutuhan *dharuri* dan *haji*. Dalam pemenuhan kebutuhan hidupnya manusia dituntut mendahulukan aspek *daruriyyah* (kebutuhan yang bersifat primer)

---

<sup>52</sup> Rozalinda, *op.cit*, h.104

dari aspek *hajjiyyah* (kebutuhan sekunder), serta mendahulukan *hajjiyyah* dari *tahsiniyyah* (kebutuhan yang bersifat tersier)<sup>53</sup>.

## 2. Alat dan Sistem Pembayaran

Salah satu yang merupakan aktivitas penting pada saat kerap kali melakukan transaksi dalam kegiatan ekonomi adalah pembayaran. Dilihat dari perkembangan pada teknologi yang semakin lama semakin pesat dan semakin banyak dan besar nilai uang dan risikonya. Adanya sistem pembayaran yang lancar, tepat, efisien, aman dan transparan merupakan sesuatu yang di harapkan ketika melakukan transaksi.

Sistem pembayaran secara terminologi terdiri dari dua kata yakni “sistem” dan “pembayaran”. Kata “sistem” menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah sekelompok bagian-bagian yang bekerja bersama-sama untuk melakkan sesuatu maksud. Sedangkan, kata “pembayaran” lazim diartikan sebagai perpindahan nilaiantara dua belah pihak. Secara sederhana, kedua belah pihak dimaksud adalah pihak pembeli dan pihakpenjual. Dengan definisi kata per kata tersebut, Sistem Pembayaran adalah kerjayang teratur dari berbagai bagian dalam rangka perpindahan nilai diantara dua belah pihak yang melakukan transaksi<sup>54</sup>.

Selain itu sistem pembayaran adalah sistem yang berkaitan dengan kegiatan pemindahan dana dari satu pihak kepada pihak lain yang melibatkan berbagai komponen sistem pembayaran, antara lain alat pembayaran, kliring dan setelmen<sup>55</sup>. Sedangkan menurut Wikipedia, sistem pembayaran adalah sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan

<sup>53</sup> *Ibid*, h.107

<sup>54</sup> Aulia Pohan, *Sistem Pembayaran : Strategi dan Implementasi di Indonesia*, Cet. 2 (Jakarta : Rajawali Pers, 2013), h. 70

<sup>55</sup>Bank Indonesia, *Laporan Sistem Pembayaran dan Pengedaran Uang*, 2008, h. 2

mekanisme yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi satu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi dalam hal ini berkaitan dengan pemindahan sejumlah nilai uang dari satu pihak ke pihak lain.

Secara periodik, berdasarkan tahap kerjanya, perkembangan Sistem Pembayaran dapat dikelompokkan menjadi setidaknya empat periode, yakni: (1) masa pencarian; (2) masa pembentukan; (3) masa pengembangan; dan (4) masa berkembangnya sistem baru<sup>56</sup>. Sistem pembayaran yang merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan telah berkembang pesat sejalan dengan perkembangan teknologi. Di sisi lain, perkembangan teknologi juga telah mendorong berkembangnya alat pembayaran dari yang semula *cash* (tunai) menjadi *non cash* (non tunai) dan saat ini terjadi pergeseran dalam hal komposisi penggunaan dari tunai ke nontunai.

Instrumen pembayaran tunai dapat dilakukan dengan menggunakan uang, baik jenis uang logam maupun uang kertas. Dalam peredarannya, uang tersedia dalam berbagai pecahan-pecahan agar memudahkan bertransaksi<sup>57</sup>. Disadari bahwa porsi transaksi tunai mengalami penurunan jika dibandingkan transaksi nontunai. Namun, masih banyak yang lebih nyaman melakukan transaksi secara tunai karena transaksi nontunai memerlukan pengetahuan mengenai teknologi sebagai syarat bagi pengguna.

---

<sup>56</sup> Aulia Pohan, *op.cit*, h. 4

<sup>57</sup> *Ibid*, h. 55

Alat pembayaran nontunai dapat digolongkan menjadi dua kelompok, yakni alat pembayaran untuk *credit transfer* dan alat pembayaran untuk *debit transfer*. Ragam dari kedua jenis transfer ini bermacam-macam. Ada yang berbasis kertas (*paper based*) seperti cek, BG, Nota debet, kartu (*card based*) seperti ATM, kartu ATM dan Debet dan Kartu Kredit, dan elektronik (*electronic based*) seperti E-Money<sup>58</sup>. Selanjutnya, *non cash based instrument* ini telah menjadi sedemikian canggih sehingga tidak lagi berbasis kertas (*paper based*) melainkan telah berevolusi ke bentuk *paperless*. Evolusi alat pembayaran dalam bentuk *paperless* diadopsi oleh Bank Indonesia dengan penerapan Sistem Kliring Nasional (SKN) yang secara signifikan telah mengubah penggunaan warkat<sup>59</sup> seperti cek, bilyet giro, nota debet dan nota kredit.

Selanjutnya dengan berkembangnya sistem pembayaran dan juga teknologi dalam hal ini sistem pembayaran nontunai dengan Alat Pembayaran Menggunakan Kartu yang selanjutnya disebut APMK, adalah alat pembayaran yang berupa kartu kredit, kartu *automated teller machine* (ATM) dan/atau kartu debet<sup>60</sup>.

<sup>58</sup> *Ibid*, h. 58

<sup>59</sup> Warkat adalah instrument perbankan, antara lain cek dan inkaso, yang menggambarkan dana yang belum diterima; kertas berisi keterangan mengenai suatu peristiwa untuk dipakai sebagai bukti, seperti warkat kliring, warkat inkaso, warkat dalam penyelesaian, kuitansi, dan kartu pegawai (*item, document*), dan warkat juga bisa diartikan sebagai kertas berisi keterangan mengenai suatu transaksi keuangan untuk dipakai sebagai bukti.

<sup>60</sup> Peraturan Bank Indonesia Nomor : 14/2/PBI/2012 tentang Perubahan atas Peraturan Bank Indonesia Nomor : 11/11/2009 tentang Penyelenggaraan Kegiatan alat Pembayaran dengan Menggunakan Kartu, pasal 1 ayat 3.

Kartu ATM, kartu Debet dan perpaduan ATM dan Debet merupakan beberapa jenis kartu yang masuk dalam kategori *Account based card* yakni alat pembayaran menggunakan kartu yang dananya berasal dari rekening (*account*) nasabah. Jenis kertas yang masuk dalam kategori ini adalah Kart ATM, Kartu Debet atau perpaduan ATM dan Debet<sup>61</sup>.

ATM dalam bahasa Inggris dikenal dengan *Automatic Teller Machine* atau dalam bahasa Indonesia dikenal dengan Anjungan Tunai Mandiri. Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 14/2/PB/2012, Kartu ATM adalah APMK yang digunakan untuk melakukan penarikan dan/atau pemindahan dana dimana kewajiban pemegang kartu dipenuhi seketika dengan mengurangi secara langsung simpanan pemegang kartu pada Bank atau Lembaga Selain Bank yang berwenang untuk menghimpun dana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Pada awal perkembangannya jenis yang banyak digunakan adalah murni ATM saja. Ini karena tujuan awal teknologi ATM hanya sebagai pengganti fungsi *teller* untuk meningkatkan efisiensi *overhead cost*. Fitur yang ada pada waktu itu pun baru sekedar untuk tarik tunai, cek saldo, dan transfer antar rekening bank pada bank yang sama<sup>62</sup>.

Infrastruktur jaringan ATM mulai diperluas penggunaannya. Bank yang memiliki basis teknologi yang relatif maju mulai menjajaki

---

<sup>61</sup> *Ibid*, h. 61

<sup>62</sup> Bank Indonesia, *op.cit*, h.11

pengembangan kartu debit dan membangun infrastruktur *switching* transfer dana antarbank. Sehingga, mulai muncul bank yang menawarkan metode pembayaran di *merchant*<sup>63</sup> dengan menggunakan ATM yang telah ditambahkan fungsi sebagai kartu debit<sup>64</sup>.

Dulu perkembangan kartu debit ini tidak sepesat kartu ATM, karena waktu itu *merchant* yang bisa menerima pembayaran dengan menggunakan debit masih terbatas dan setiap *merchant* harus memiliki mesin pembaca *Electronic Data Capture* (EDC) yang pada saat itu nilainya cukup mahal. Masyarakat pun kurang *awareness* terhadap kemudahan yang ditawarkan oleh uang plastik ini. Sehingga, masyarakat lebih memilih membayar dengan alat pembayaran tunai.

Kartu debit mulai massif digunakan semenjak munculnya perusahaan penyedia jasa *switching*<sup>65</sup>. Perkembangan penggunaan kartu *account based* semakin meningkat lagi ketika jumlah bank yang menjadi *acquiring*<sup>66</sup> semakin banyak menyediakan infrastruktur EDC di *merchant*. Ini menjadi salah satu dari beberapa faktor yang menyebabkan pertumbuhan *account based card* lebih banyak diminati dari instrument pembayaran lain.

---

<sup>63</sup> Pedagang (*merchant*) adalah penjual barang dan/atau jasa yang menerima pembayaran dari transaksi penggunaan Kartu Kredit dan/atau Kartu Debit.

<sup>64</sup> Bank Indonesia, *op.cit*,

<sup>65</sup> Perusahaan *switching* adalah perusahaan yang menyediakan jasa *switching* atau *routing* atas transaksi elektronik yang menggunakan APMK melalui terminal seperti ATM atau *Electronic data Captured* (EDC) dalam rangka memperoleh otorisasi dari Penerbit.

<sup>66</sup> *Acquirer* adalah Bank atau Lembaga Selain Bank yang melakukan kerjasama dengan pedagang sehingga pedagang mampu memproses transaksi dari APMK yang diterbitkan oleh pihak *Acquirer* yang bersangkutan dan bertanggung jawab atas penyelesaian pembayaran kepada pedagang.

Selain itu masyarakat menilai instrument ini lebih aman dan nyaman karena tidak perlu membawa uang secara tunai. Begitu pula dari sisi biaya pada saat bertransaksi di *merchant*. Sementara di sisi *merchant* pun lebih menyukai menerima pembayaran dengan *account based card* karena aman dan dana dapat efektif pada hari yang sama<sup>67</sup>.

### C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.



---

<sup>67</sup> Bank Indonesia, *op.cit*, h.13

**Skema 1.1. Kerangka Berpikir**