

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian terdahulu

Penelitian ini dilakukan dari beberapa penelitian terdahulu. Penelitian saat ini berkaitan dengan penelitian terdahulu, yaitu topik dari penelitian, permasalahan yang diangkat, sampel dan populasi, tujuan, metode penelitian, hasil penelitian terdahulu, serta perbedaan dan persamaan antara peneliti saat ini dan terdahulu.

##### 2.1.1 **Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa**

Penelitian ini dilakukan oleh Kumala & Intan Mutia (2020), tujuan dari penelitian ini dilakukan untuk mengetahui manfaat dompet digital terhadap transaksi, dilihat dari kenaikan pemesanan transportasi *online*, pemesanan *online*, transportasi *e-commerce*, serta kenaikan transaksi dompet digital, tujuannya untuk mengetahui apakah dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif dan gaya hidup. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah mahasiswa tidak bisa lepas dari penggunaan dompet mengakui bahwa, mahasiswa sangat tergantung pada banyaknya promo diskon dan *cashback* yang diberikan dalam suatu pesanan dari *merchant* untuk bertransaksi dengan dompet digital. Dompot digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jika dibandingkan penggunaan uang secara cash. Kemudahan

yang ditawarkan dalam bertransaksi menjadi hal paling diminati oleh mahasiswa yang mempunyai kesibukan yang tinggi. Dibandingkan dengan Go-Pay, OVO jauh lebih diminati karena area cakupan lebih besar dalam mengakomodasi ragam kebutuhan mahasiswa dalam bertransaksi keuangan secara daring.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yakni penelitian terdahulu dan penelitian saat ini sama-sama menggunakan teknik analisis data kualitatif dan meneliti tentang pemanfaatan *payment gateway* pada OVO dan pengaruhnya terhadap perilaku seseorang. Perbedaan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini yakni penelitian terdahulu meneliti seluruh mahasiswa pengguna dompet digital OVO dan Gopay di Universitas Indraprasta PGRI, sedangkan penelitian saat ini dilakukan pada generasi x dan y di Tenggarong, Kalimantan Timur.

### **2.1.2 Eksistensi Sistem Pembayaran OVO Terhadap Gaya Hidup Pengunjung di Brastagi Manhattan *Times Square* Kota Medan**

Penelitian tersebut dilakukan oleh Arumni & Batoebara (2019). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi OVO dalam menarik minat *customer* dengan menggunakan pembayaran online di tempat perbelanjaan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Dapat disimpulkan dari hasil penelitian ini bahwa masyarakat sangat antusias dengan keberadaan sistem pembayaran OVO dengan berbagai penawarannya salah satunya memberikan potongan harga lebih murah dari harga pembayaran tunai, serta memudahkan pengunjung dalam menunjang gaya hidup efisien, cepat, dan praktis hanya dengan menggunakan *smartphone*.

Persamaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama menggunakan teknik analisis data kualitatif dan meneliti pemanfaatan *payment gateway* pada OVO. Perbedaan penelitian saat ini dengan penelitian terdahulu ialah menggunakan teknik analisis data kualitatif dan meneliti gaya hidup pengunjung di Brastagi Manhattan *Time Square* Kota Medan sedangkan penelitian saat ini meneliti perilaku generasi x dan y di Tenggarong, Kalimantan Timur.

### **2.1.3 Menelusuri Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat pengguna OVO pada Pelanggan Grab Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

Penelitian tersebut dilakukan oleh Fajar, Lutfiyani, & Miranti (2019). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan OVO pada pelanggan Grab. Teknik analisis data yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang berguna untuk memberikan fakta dan data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan OVO pada pelanggan Grab mahasiswa IAIN Surakarta yaitu karena faktor kemudahan, faktor manfaat, faktor nilai harga, dan faktor sosial.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini adalah penelitian terdahulu dan saat ini sama-sama menggunakan teknik analisis data kualitatif dan meneliti pemanfaatan *payment gateway* pada OVO. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini ialah penelitian terdahulu melakukan penelitian pada pelanggan Grab Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sedangkan penelitian saat ini meneliti perilaku generasi x dan y semua aspek

pemanfaatan pada OVO di Tenggarong, Kalimantan Timur.

#### **2.1.4 *Maslahah as an Islamic Source and its Application in Financial Transactions***

Penelitian tersebut dilakukan oleh Syaputra, et al (2014). Tujuan dari penelitian ini untuk menjelaskan konsep *maslahah* dan pendapat beberapa ulama, *maslahah* sebagai salah satu bukti dan sumber dalam islam. Teknik analisis data menggunakan metode kualitatif berdasarkan literatur yang relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori *maslahah* pada penerapan transaksi keuangan yaitu *Maslahah Mu'tabarah, Maslahah Mulghah, dan Maslahah Mursalah*.

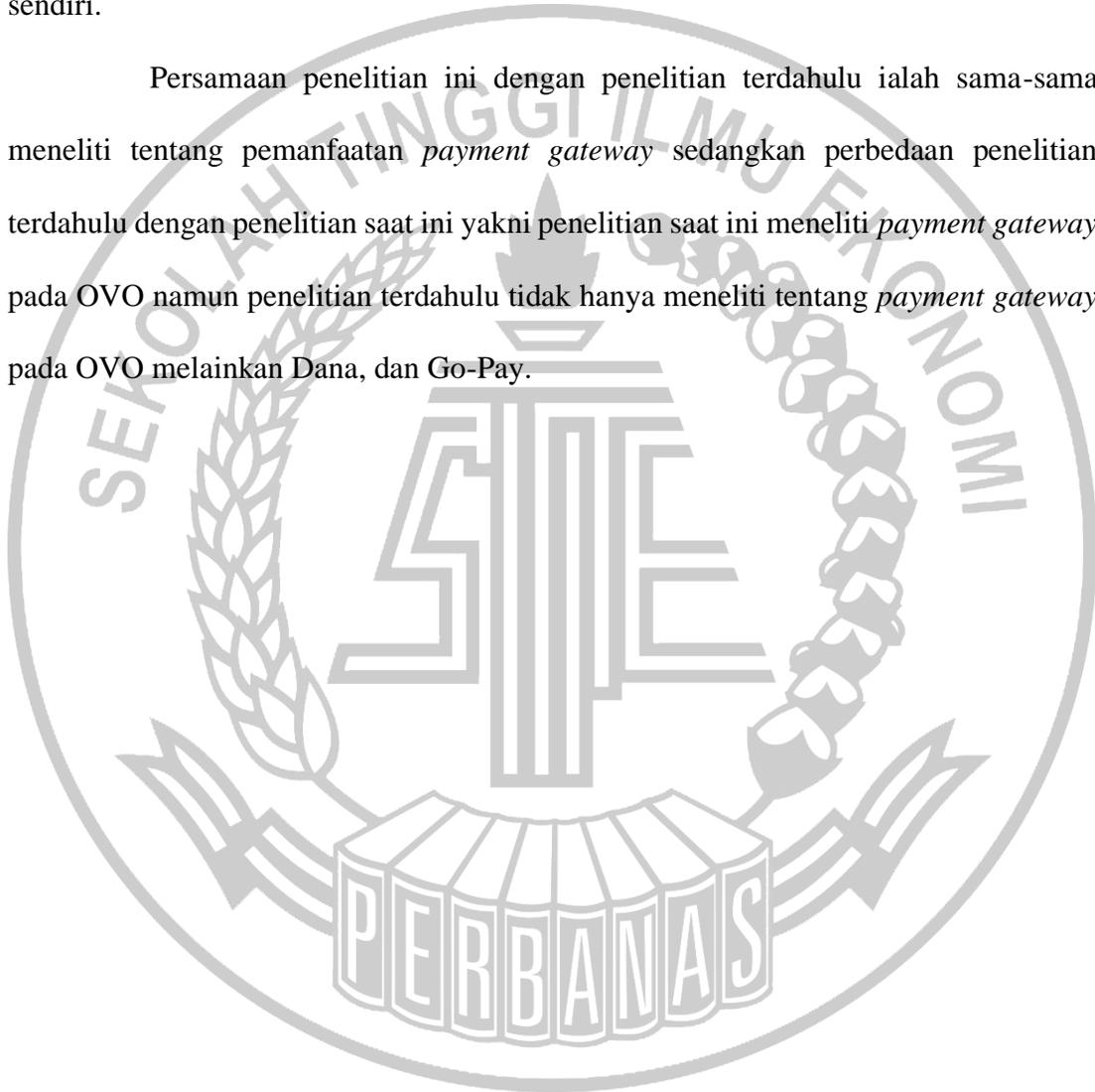
Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian saat ini ialah sama-sama meneliti transaksi keuangan perspektif *maslahah*. Perbedaan penelitian terdahulu dan saat ini ialah penelitian terdahulu meneliti transaksi keuangan secara umum, namun penelitian saat ini, meneliti transaksi keuangan jenis *payment gateway* pada OVO.

#### **2.1.5 *Fintech In The Industrial Revolution Era 4.0***

Penelitian tersebut dilakukan oleh Koesworo, Muljani, & Ellitan (2019), tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dampak perkembangan *fintech* di era revolusi industri 4.0 yang mengarahkan masyarakat ke berbagai hal yang praktis, efisien dan tidak terbatas dengan segala kemudahannya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk mengetahui manfaat *fintech* sebagai evolusi dalam sistem pembayaran. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah perkembangan *fintech* tidak akan terhentikan, dilihat dari banyaknya konsumen yang mendapat manfaat dari promo dan diskon yang ditawarkan

oleh penyedia *fintech*. Sedangkan pemerintah mendapat manfaat dari promo yang dipegang oleh penyedia *fintech*, yaitu mendorong minat beli masyarakat sehingga nantinya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pendapatan dari negara itu sendiri.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu ialah sama-sama meneliti tentang pemanfaatan *payment gateway* sedangkan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian saat ini yakni penelitian saat ini meneliti *payment gateway* pada OVO namun penelitian terdahulu tidak hanya meneliti tentang *payment gateway* pada OVO melainkan Dana, dan Go-Pay.



**Tabel 2.1**  
**Tabel Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Terdahulu Dan Penelitian Saat Ini**

PENELITIAN	Irna Kumala & Intan Mutia (2020)	Bagus Mutiara Fajar, Lutfiyani, & Titik Mirati (2019)	Arumni, F. (2019)	Elvan Syaputra, Faridl Noor Hilal, Muhammad Febriansyah, Issa Qaed, Muhammad Majdy Amiruddin, & Muhammad Ridhwan Ab. Aziz (2014)	Yulius Koesworo, Ninuk Muljani, & Lena Ellitan (2019)	Nyoman Jasmira Arafa (2020)
<b>JUDUL</b>	Pemanfaatan Aplikasi Dompot Digital Terhadap Transaksi Retail Mahasiswa	Menelusuri Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna OVO pada Pelanggan Grab Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Eksistensi Sistem Pembayaran OVO Terhadap Gaya Hidup Pengunjung di Brastagi Manhattan Times Square Kota Medan	<i>Masalah as an Islamic Source and its Application in Financial Transactions</i>	<i>Fintech In The Industrial Revolution Era 4.0</i>	Perilaku Gen X dan Y dalam Pemanfaatan <i>Payment Gateway</i> pada OVO Perspektif <i>Masalah</i> (Studi Kasus di Tenggarong Kalimantan Timur)
<b>SAMPEL</b>	Mahasiswa pengguna OVO dan Go-Pay	Mahasiswa IAIN Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	Pengunjung di Brastagi Manhattan Times Square Kota Medan	-	-	Pengguna OVO di Tenggarong Kalimantan Timur
<b>METODE</b>	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
<b>HASIL PENELITIAN</b>	Mahasiswa sangat bergantung pada banyaknya promo diskon dan <i>cashback</i> yang diberikan dalam suatu pesanan dari <i>merchant</i> untuk bertransaksi dengan dompet digital. Dompet digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jika dibandingkan penggunaan uang secara cash. Kemudahan yang ditawarkan dalam bertransaksi menjadi hal paling diminati oleh mahasiswa yang mempunyai kesibukan yang tinggi. Dibandingkan dengan Go-Pay, OVO jauh lebih diminati karena area cakupan lebih besar.	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat penggunaan OVO pada pelanggan Grab mahasiswa IAIN Surakarta yaitu karena faktor kemudahan, faktor manfaat, faktor nilai harga, dan faktor sosial.	Masyarakat sangat antusias dengan keberadaan sistem pembayaran OVO dengan berbagai penawarannya, serta memberikan kemudahan dalam menunjang gaya hidup efisien, cepat, dan praktis hanya dengan menggunakan <i>smartphone</i> .	Menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori <i>masalah</i> dalam penerapan transaksi keuangan	Perkembangan <i>fintech</i> tidak akan terhentikan, melihat konsumen mendapat manfaat dari banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan oleh penyedia <i>fintech</i> . Sedangkan pemerintah mendapat manfaat dari promo yang dipegang oleh penyedia <i>fintech</i> , yang mendorong minat beli masyarakat sehingga nantinya dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan dari negara itu sendiri.	Perilaku ge x dan y dipengaruhi adanya faktor kemudahan, manfaat, nilai harga, sosial. Hal ini menunjukkan bahwa OVO terbukti menguntungkan bagi pengguna jika dilihat dari berbagai faktor. Mayoritas mencapai <i>masalah</i> dari aspek pengguna OVO, namun belum dikatakan <i>masalah</i> dari aspek persaingan bisnis karena mengandung unsur <i>siyash al-ighraq</i> atau dumping (dumping).

Sumber : Kumala, I., & Mutia, I. (2020) , Koesworo, Y., Muljani, N., & Ellitan, L. (2019) , Fajar, B. M., Lutfiyani, L., & Mirati, T. (2019), Syaputra, et al (2014)



## 2.2 Landasan Teori

Pada landasan teori ini akan membahas teori-teori yang mendasari dan mendukung penelitian. Penelitian ini menjelaskan secara sistematis dari perilaku gen x dan y dalam pemanfaatan *payment gateway* pada OVO perspektif *masalahah*.

### 2.2.1 **Perilaku**

Perilaku adalah cara bertindak dan berkaitan dengan tingkah laku seseorang yang terlihat menonjol ataupun yang tidak menonjol. Perilaku manusia terbagi menjadi perilaku yang dilihat dari sudut pandang tujuan dan perilaku yang dilihat dari sisi prosesnya. Ketika manusia melakukan suatu pekerjaan, kebutuhan masing-masing manusia akan mempengaruhi perilakunya ketika mengerjakan pekerjaan tersebut (Shinkafi & Ali, 2017).

Bahasan tentang perilaku selalu mengikuti banyak aktivitas. Kajian tentang perilaku banyak dilakukan untuk mendapatkan solusi atas suatu permasalahan ataupun mendapatkan suatu informasi baru yang bermanfaat untuk pengembangan sebuah keilmuan (Fauzia, 2018).

Perilaku konsumen adalah suatu bentuk pelajaran atau studi mengenai seseorang, kelompok, dan organisasi dalam hal memilih, membeli, menggunakan dan mengevaluasi produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen pada hakikatnya untuk memahami “Mengapa konsumen melakukan dan apa yang mereka lakukan” (Liem, 2019).

Sementara itu menurut Solomon (2013) dalam Nurhalim (2019) mengatakan perilaku konsumen berkaitan erat dengan keterlibatan individu dalam memilih, membeli, menggunakan maupun menghabiskan suatu produk, pelayanan,

ide dan pengalaman untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Perilaku konsumen selain mengenai kualitas produk, juga meliputi harga produk, promosinya juga mengenai tempat dimana barang tersebut dijual (distribusinya). Jika harga suatu produk tidak terlalu tinggi, maka konsumen tidak akan terlalu lama membutuhkan waktu untuk memikirkan dan melakukan aktivitas perilaku konsumen untuk membeli. Namun jika harga suatu barang atau jasa tersebut tinggi, atau mahal, maka konsumen tersebut akan memberikan usaha atau *effort* lebih terhadap barang tersebut (Firmansyah, 2018).

Dalam teori ekonomi dikatakan bahwa manusia adalah makhluk ekonomi yang selalu berusaha memaksimalkan kepuasannya dan selalu bertindak rasional. Para konsumen akan berusaha memaksimalkan kepuasannya selama kemampuan finansialnya memungkinkan. Konsumen tersebut memiliki pengetahuan tentang alternatif produk yang dapat memuaskan kebutuhannya. Kepuasan menjadi hal yang teramat penting dan seakan menjadi hal utama untuk dipenuhi (Wigati, 2011).

Dalam ekonomi Islam, konsumsi diakui sebagai salah satu perilaku ekonomi dan kebutuhan asasi dalam kehidupan manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku seorang konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi, Islam menekankan bahwa fungsi perilaku konsumen adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia baik rohani maupun jasmani. Dengan demikian manusia dapat memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah untuk mendapatkan kebahagiaan (Ghofur, 2017).

Dalam melakukan konsumsi maka perilaku konsumen terutama muslim didasarkan pada Syariah Islam, adapun ayat yang menjelaskan tentang perilaku konsumen, Al-Qur'an surah Al-Maidah ayat 87 :

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

*Artinya : “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” (Al-Maidah : 87).*

Hubungan ayat diatas dengan penelitian ini ialah ayat diatas menjelaskan larangan mengharamkan sesuatu yang baik yang telah dihalalkan oleh Allah untuk manusia. Tidak pula melampaui batas-batas yang telah ditetapkan oleh Allah SWT dengan menjaga keseimbangan dalam segala urusan, termasuk dalam hal menjaga keseimbangan dalam menggunakan barang maupun jasa. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

### 2.2.2 Gen X dan Y

Generasi x (1965-1980) merupakan generasi yang dipengaruhi oleh internet dan media (Kusuma, 2016). Menurut Jurkiewicz (2000) dalam Putra (2016) generasi x adalah generasi yang lahir pada tahun-tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), *video games*, tv kabel, dan internet. Ciri-ciri dari generasi ini adalah mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya.

Menurut Chakraborty & Balakrishnan (2017) dalam Laurance, Tanoziano, Widjaja, & Iskandar (2019), generasi x merupakan orang yang ramah terhadap teknologi, menggunakan telepon pintar dan internet untuk mencari informasi sebelum membeli produk barang atau jasa, generasi ini dikenal sangat fanatik terhadap suatu merk dan suka melakukan pembelian ulang.

Generasi y (1981-1999) disebut juga sebagai Milineal atau Net Generation (Kusuma, 2016). Berdasarkan hasil penelitian dari Lancaster & Stillman (2002) dalam Hidayatullah, et al (2018) generasi y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming*. Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir diantara tahun 1980-2000 saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat.

Generasi y merupakan generasi yang memiliki karakteristik untuk sulit setia terhadap suatu merk, mudah dipengaruhi oleh media sosial, sangat bergantung

pada teknologi, mencari sesuatu yang sedang menjadi tren namun dengan harga yang terjangkau (Laurance, Tanoziano, Widjaja, & Iskandar, 2019).

### 2.2.3 *Payment Gateway*

Menurut (Damanik, 2012) *Payment gateway* adalah salah satu cara untuk memproses transaksi elektronik. *Payment gateway* menyediakan alat-alat untuk memproses pembayaran antara *customer, businesses dan banks*. *Payment gateway* merupakan bagian terpenting dari suatu transaksi. *Payment Gateway* digunakan untuk memfasilitasi transaksi elektronik.

Bank Indonesia mendefinisikan *payment gateway* sebagai layanan elektronik yang memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik, dan atau *proprietary channel*. Secara umum, *payment gateway* adalah layanan dalam perdagangan elektronik (*e-commerce*) yang menyediakan cara untuk mengirim informasi antara konsumen, pelaku usaha dan bank (Rosul, 2019).

Menurut Kurniawan, Zusrony, & Kusumajaya (2018) dalam zaman *online* saat ini *payment gateway* sangat digemari dan menjadi terkenal, terutama oleh para pelaku *e-commerce*. *Payment gateway* sangat memberikan berbagai keuntungan dan kemudahan pelaku *e-commerce* untuk melakukan transaksi keuangan berbasis digital yang didukung oleh jaringan internet.

*Payment gateway* diciptakan dengan tujuan memudahkan masyarakat dalam bertransaksi. Efektivitas dan efisiensi menjadi alasan setiap orang untuk memanfaatkan teknologi termasuk penggunaan *payment gateway*. Kemunculan *payment gateway* diharapkan dapat membantu masyarakat mencapai efektivitas dan

efisiensi dalam bertransaksi, baik pada jual beli online atau pun pembayaran pada pedagang (*merchant*) yang telah bekerjasama dengan perusahaan penerbit *payment gateway* (Usman, 2017). Selain itu, memudahkan pembayarannya dari mana saja serta pengembangan usaha akan fleksibel, jangkauan pasar akan lebih luas, media promosi dengan sendirinya akan menjadi murah (Sugiharto, Umar, Sasongko, & Aguzman, 2020).

#### 2.2.4 OVO

PT Visionet Internasional yang menaungi OVO mengumumkan pencapaiannya selama tahun 2018. Sejak November 2017, pengguna OVO telah tumbuh lebih dari 400%, dengan lima transaksi terbesar di sektor transportasi, ritel, dan *e-commerce*. Bekerjasama dengan Grab yang merupakan penyedia layanan *ride hailing* terdepan di Asia Tenggara, dan Tokopedia, yang merupakan *e-commerce* terkemuka di Indonesia, menjadikan OVO sebagai *platform* pembayaran digital pertama di Indonesia yang diterima di jaringan ritel, *e-commerce*, hingga jasa *online* dan *ondemand*, dengan lebih dari 500,000 gerai *offline*. (Liem, 2019).

OVO semakin memperkuat posisinya sebagai *platform fintech* terdepan di Indonesia. Di bulan Oktober dan November 2018, OVO telah mencatatkan pertumbuhan jumlah *merchant* lebih dari 70%. Mempermudah pengisian dompet digital OVO melalui lebih dari 1 juta *top-up Points*, termasuk pengemudi Grab, ATM Mandiri, dan Alfamart. Selain itu OVO juga ingin menjadi *open platform* yang bisa digunakan semua orang (Liem, 2019).

OVO adalah aplikasi *smart* yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi (*OVO cash*) dan juga kesempatan yang lebih besar untuk

mengumpulkan poin di banyak tempat (*OVO Points*). Pembayaran *OVO* merupakan aplikasi sistem pembayaran online yang dapat di *instal* di perangkat *gadget*, seperti *smartphone* dan sejenisnya ([ovo.id/about](http://ovo.id/about), diakses 31/03/2019, pukul 21.20).

*OVO* merupakan aplikasi *smart* yang memberikan kesempatan lebih besar mengumpulkan poin di banyak tempat. *OVO* digunakan untuk bertransaksi di semua *merchant* yang bertanda *OVO Accepted Here* dan mengumpulkan serta menggunakan *OVO Points* di *merchant* bertanda *OVO Zone* ([ovo.id/faq](http://ovo.id/faq), diakses 31/03/2019, pukul 21.26).

*OVO Cash* adalah sejumlah uang atau dana berupa uang elektronik (*e-money*) yang dapat diakses melalui aplikasi *OVO* yang dapat digunakan untuk berbagai macam transaksi keuangan, seperti pembayaran di berbagai *merchant* rekanan, isi ulang (*top up*) dan pengecekan saldo. *OVO Points* adalah *loyalty rewards* yang diperoleh pengguna *OVO* setiap melakukan transaksi di berbagai *merchant* rekanan *OVO*. *OVO Points* dapat langsung ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik atau melakukan transaksi di *merchant* rekanan *OVO*. Setiap melakukan transaksi minimum senilai Rp10.000 maka akan mendapatkan *OVO Points*. Setiap 1 *OVO Points* yang Anda kumpulkan bernilai Rp1 ([ovo.id/faq](http://ovo.id/faq), diakses 31/03/2019, pukul 21.25). Terdapat lima keuntungan saat menggunakan *OVO*, antara lain: poin berlipat, promo memikat, *merchant* hebat di banyak tempat, pembayaran lebih cepat, serta dapat mengatur keuangan dengan tepat ([ovo.id/faq](http://ovo.id/faq), diakses 31/03/2019, pukul 21.26).

### 2.2.5 *Maslahah*

Menurut para ulama dan khalaf bersepakat bahwa setiap hukum *syari'ah* pasti memiliki alasan (*'illah*) dan juga ada tujuan (*maqashid*), pemberlakuannya. Tujuan dan alasan adalah untuk membangun dan menjaga kemaslahatan manusia. Menurut Ibn Qayyim al-Jawziyyah dalam Jasser Audah menyebutkan, *syari'ah* adalah suatu kebijakan (hikmah) dan tercapainya perlindungan bagi setiap orang pada kehidupan dunia dan akhirat. *Syari'ah* merupakan keseluruhan dari keadilan, kedamaian, kebijakan, dan kebaikan. Jadi, setiap aturan yang mengatas namakan keadilan dengan ketidakadilan, kedamaian dengan pertengkaran, kebaikan dengan keburukan, kebijakan dengan kebohongan, adalah aturan yang tidak mengikuti *syari'ah*, meskipun hal itu diklaim sebagai suatu interpretasi yang benar. Lebih lanjut lagi, Imam al-Syathibi menulis :

هذه الشريعة ... وضعت لتحقيق مقاصد الشارع في قيام  
مصالحهم في الدين والدنيا معا

Artinya : " *Syariat ini ... bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat*"

Dari apa yang secara singkat kita paparkan di atas, sudah jelas bahwa ide sentral dan sekaligus tujuan akhir dari *maqashid al-syari'ah* adalah *maslahah* (Fauzia & Riyadi, 2018).

Jadi, satu titik awal yang harus digaris bawahi adalah *maqashid al-syari'ah* bermuara pada kemaslahatan. Bertujuan untuk menegakkan kemaslahatan manusia sebagai makhluk sosial, yang mana ia harus bertanggung jawab atas dirinya sendiri pada akhirnya nanti pada Allah. *Syari'ah* diturunkan untuk dilaksanakan sesuai dengan *maqashidnya* agar kehidupan yang adil dapat

ditegakkan, kebahagiaan sosial dapat diwujudkan, dan ketenangan dalam bermasyarakat dapat dipertahankan. Menurut Jalal al-Din Abd al-Rahman, *al-maslahah* secara etimologi adalah :

المصلحة وردت في لغة العرب : الاعمال الباعثة على نفع  
الانسان

*Artinya "Segala sesuatu yang mengandung manfaat bagi manusia"*

Dan makna terminologinya adalah :

*Al-Maslahah* adalah segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, yang dapat diraih oleh manusia dengan cara memperolehnya maupun dengan cara menghindarinya. Seperti halnya menghindari perbudakan yang tentu membahayakan manusia (Fauzia & Riyadi, 2018).

Pengertian *maslahat* dalam Ensiklopedi Hukum Islam, secara bahasa *maslahat* adalah bentuk masdar dari *madli sholaha* dan bentuk tunggal dari *jama' masholeh* yang artinya sama dengan manfaat. Oleh karena itu, segala sesuatu yang mempunyai nilai manfaat bisa dikatakan *maslahah*. Sedangkan pengertian *maslahat* secara istilah diantaranya menurut Imam al-Ghazali bahwa *maslahat* adalah mengambil manfaat dan menolak kemudharatan dalam rangka memelihara tujuan-tujuan *syarak* (Ishak, 2014).

*Kemaslahatan* selalu berkaitan dengan kajian tentang tujuan syariah (*maqashid al-shariah*), dan keseimbangan dalam kemaslahatan meliputi aspek privat dan publik, material dan spiritual, keuangan dan riil, pemanfaatan dan kelestarian, serta bisnis dan sosial. Keseimbangan merupakan prinsip ke-empat, yang termasuk bahasan di dalamnya adalah konsep transaksi syariah selalu idealis

karena penekanannya pada *sharing profits and economics* untuk semua pihak, sehingga kegiatan ekonomi mempunyai manfaat yang luas, bukan hanya sekadar untuk maksimalisasi keuntungan perusahaan atau pemilik (*shareholder*) saja. Prinsip yang terakhir *universalisme* merupakan batu loncatan agar sebuah usaha bisa berkembang dengan luas, sehingga semua pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) bisa menyebarkan semangat untuk menebar kasih sayang pada semua golongan, suku, agama, dan ras (Fauzia, 2018).

Menurut Ajuna (2019) pengertian *masalahah* dalam bahasa Arab berarti “perbuatan perbuatan yang mendorong kepada kebaikan manusia” dalam arti yang umum adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik atau menghasilkan seperti menghasilkan keuntungan atau kesenangan, atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kemudharatan atau kerusakan. Jadi setiap yang mengandung manfaat patut disebut *masalahah*, dengan begitu *masalahah* mengandung dua sisi, yaitu menarik atau mendatangkan kemaslahatan dan menolak atau menghindarkan kemudharatan. Al Ghazali menjelaskan bahwa menurut asalnya *masalahah* itu berarti sesuatu yang mendatangkan manfaat (keuntungan) dan menjauhkan *mudarat* (kerusakan), namun hakikat dari *masalahah* adalah memelihara tujuan *syara* (dalam menetapkan hukum), sedangkan tujuan *syara* dalam menetapkan hukum itu ada lima, yaitu memelihara agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dari beberapa definisi tentang masalah yang dikemukakan oleh para ahli di atas, maka dapat ditarik simpulan bahwa *masalahah* adalah sesuatu yang menurut manusia baik dan sesuai dengan tujuan *syara*’ untuk menentukan hukum karena mendatangkan kebaikan dan

menghindarkan diri manusia dari keburukan.

*Maslahah* terbagi menjadi tiga yaitu *al-Maslahah al-Mu'tabarah*, *al-Maslahah al-Mulghah* (*al-Maslahah al-Mardud*), dan *al-Maslahah al-Mursalah*. *Al-Maslahah al-mu'tabarah* adalah *kemaslahatan* yang bisa dijadikan hujjah dan tidak diragukan lagi penggunaannya. Dalam Kasus hukum secara eksplisit dijelaskan dalam Al- Qur'an dan Hadis, *kemaslahatan* ini dapat ditelusuri melalui teks yang ada. Yang kedua, *Al-maslahah al-mulghah* adalah *kemaslahatan* yang tidak ada teksnya dalam syari'ah, bahkan bertentangan dengan Al-Qur'an dan Hadis, dan menjadikan *maslahah* itu sendiri dihilangkan (*mulghah*) dan tidak dianggap. *Kemaslahatan* seperti ini, dipandang batil oleh *syara'* dan tidak berlaku untuk menetapkan suatu hukum. *Maslahah* ini terkesan subjektif dan terkesan dibuat-buat. Kemudian, *Al-Maslahah al-mursalah* adalah ketika tidak ada teks yang membatalkannya dan juga tidak ada ketentuan khusus terkait denganya. atau bisa disimpulkan bahwa *al-maslahah al-mursalah* adalah *kemaslahatan* yang tidak disebutkan ataupun dihapuskan oleh dalil syari'ah. (Fauzia & Riyadi, 2018)

Menurut Syaputra, et al (2014) Mayoritas ulama adalah Hanafi, Maliki dan Hanbali, berpendapat bahwa *maslahah mursalah* dianggap sebagai sumber hukum, mengubah *maslahah* menghasilkan perubahan dalam hukum, adapun hal yang mendasari hal tersebut : Hidup terus berkembang, *Maslahah* selalu berubah setiap saat. Kalau saja syariah tidak beradaptasi dengan *Maslahah*, maka orang-orang akan berada dalam masalah besar. Itu melanggar tujuan syariah yang mengarah kepada *Maslahah* dan jauh dari *al-harj*:

وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ ۗ هُوَ اجْتَبَاكُمْ وَمَا جَعَلَ عَلَيْكُمْ فِي

الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ ۚ مِلَّةَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ ۗ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ  
 مِنْ قَبْلُ وَفِي هَذَا لِيَكُونَ الرَّسُولُ شَهِيدًا عَلَيْكُمْ وَتَكُونُوا  
 شُهَدَاءَ عَلَى النَّاسِ ۚ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَاعْتَصِمُوا  
 بِاللَّهِ هُوَ مَوْلَاكُمْ ۖ فَنِعْمَ الْمَوْلَىٰ وَنِعْمَ النَّصِيرُ

Artinya : “Dan berjihadlah kamu pada jalan Allah dengan jihad yang sebenar-benarnya. Dia telah memilih kamu dan Dia sekali-kali tidak menjadikan untuk kamu dalam agama suatu kesempitan. (Ikutilah) agama orang tuamu Ibrahim. Dia (Allah) telah menamai kamu sekalian orang-orang muslim dari dahulu, dan (begitu pula) dalam (Al Quran) ini, supaya Rasul itu menjadi saksi atas dirimu dan supaya kamu semua menjadi saksi atas segenap manusia, maka dirikanlah sembahyang, tunaikanlah zakat dan berpeganglah kamu pada tali Allah. Dia adalah Pelindungmu, maka Dialah sebaik-baik Pelindung dan sebaik-baik Penolong.” (Al-Hajj:78)

Hubungan ayat diatas dengan penelitian ini ialah Allah SWT tidak menjadikan agama membuat seseorang sulit untuk melakukannya, untuk itu Dia memberikan kemudahan.

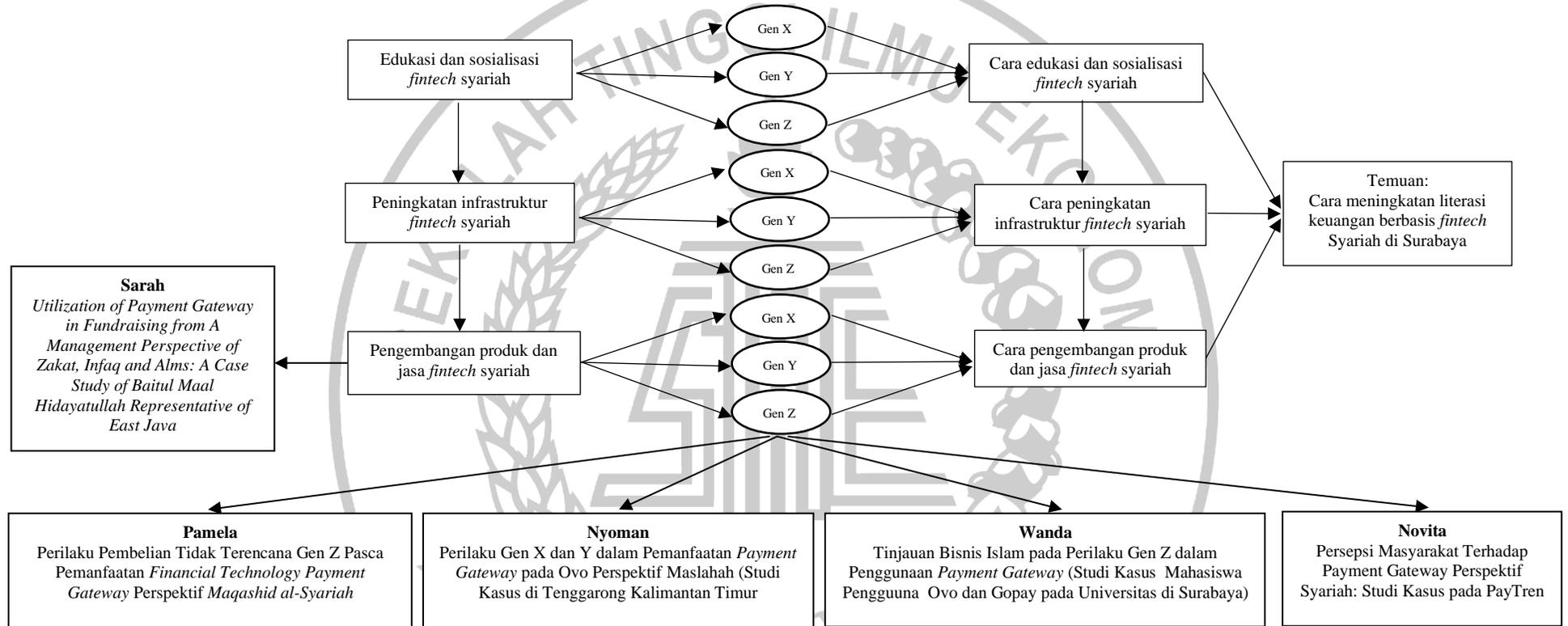
Allah SWT berfirman dalam Surah Al-Anbiya : 107 :

وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ

Artinya : “Dan tiadalah Kami mengutus kamu, melainkan untuk (menjadi) rahmat bagi semesta alam” (Al-Anbiya : 107)

Ayat diatas menjelaskan Allah memuji Rasul-Nya yang datang membawa Al Quran. Diutus-Nya Beliau adalah rahmat bagi alam semesta. Orang-orang mukmin menerima rahmat itu dan mensyukurinya, oleh karenanya mereka membenarkan Beliau, sedangkan selain mereka *kufur* terhadap nikmat itu dan menggantinya dengan kekafiran serta menolak rahmat tersebut.

**2.3 Kerangka Pemikiran Penelitian Kolaborasi**

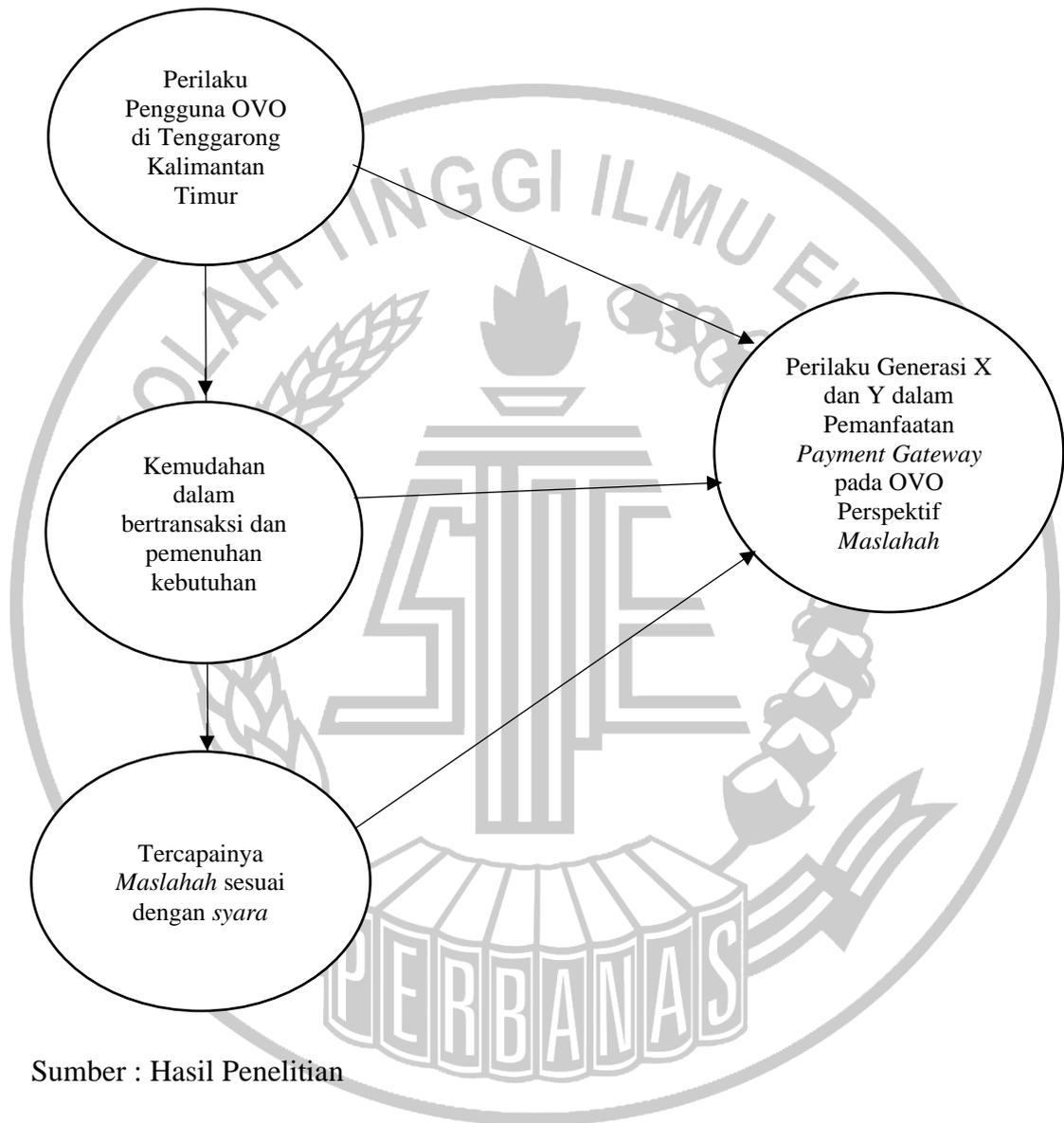


Sumber : Penelitian Kolaborasi Fauzia (2020)

**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Penelitian Kolaborasi**

**Kolaborasi Kerangka Penelitian Saat Ini :**

Tujuan dari kerangka pemikiran saat ini ialah untuk dapat mengetahui perilaku generasi x dan y dalam pemanfaatan *payment gateway* perspektif *masalah*:



Sumber : Hasil Penelitian

**Gambar 2.2**

**Kerangka Pemikiran**