

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Pustaka

1. Teori Preferensi

a. Pengertian Preferensi

Menurut Kotler preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk jasa yang ada.²³ Preferensi merupakan kesukaan (kecenderungan hati) kepada sesuatu.²⁴ Preferensi juga diartikan sebagai pilihan suka atau tidak suka oleh seseorang terhadap suatu produk, barang atau jasa yang dikonsumsi. Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab mendefinisikan preferensi itu dapat diartikan suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian kepada orang dan bertindak terhadap orang. Aktifitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai dengan perasaan senang atau puas.²⁵ Sedangkan menurut Andi Mappiare definisi preferensi adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada

²³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prehalindo, Jakarta, Cet Ke-10, 2000, h. 154

²⁴ Poerwadaminta, W.J.S., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Balai Pustaka, Jakarta, Edisi III, 2006, h. 769.

²⁵ Dikutip Dari Rifa'atul Machmudah, *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non Muslim Menjadi Nasabah Di Bank Syariah*, h. 24

suatu pilihan tertentu.²⁶ Dalam kajian ekonomi, Ada empat prinsip pilihan rasional yaitu:²⁷

1) Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B ialah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu diantara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan lebih suka A daripada B, lebih suka B daripada A, suka akan kedua-duanya, atau tidak suka akan kedua-duanya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya

2) Transivitas (*Transitivity*)

Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada produk C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada

²⁶ Andi Mappiare, *Psikologi Orang Dewasa Bagi Penyesuaian Dan Pendidikan*, Surabaya, Usana Offsetprinting, 1994, h . 62.

²⁷ Nur Rianto Al-Arif, *Teori Mikroekonomi*, Kencana, Jakarta, 2010, h. 110

produk C". Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambilan keputusan. Hal ini menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

3) Kontinuitas (*Continuity*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan "produk A lebih disukai daripada produk B", maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan dikonsumsinya.

4) Lebih Banyak Lebih Baik (*The More Is The Better*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi

Menurut Nugroho J. Setiadi, preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu:²⁸

- 1) Faktor-faktor kebudayaan
 - a) Kebudayaan, Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia umumnya dipelajari. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Amerika akan terbuka dengan nilai-nilai: prestasi dan keberhasilan, kegiatan efisiensi dan kepraktisan, kemajuan, kenyamanan di luar, kemanusiaan dan jiwa muda.
 - b) Subbudaya, setiap kebudayaan terdiri dari subbudaya-subbudaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis:

²⁸ Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, CetKe 5, 2013, h. 10

kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis.

c) Kelas sosial, kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hierarki dan yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku serupa.

2) Faktor-faktor sosial

a) Kelompok referensi, kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa di antaranya kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti: keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok aspirasi. Sebuah kelompok diasosiatif (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang dinilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu.

b) Keluarga, kita dapat membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama ialah Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua

seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli yang konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

- c) Peran dan status, seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya seperti keluarga, perkumpulan dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status.

3) Faktor Pribadi

- a) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.
- b) Pekerjaan, para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok pekerja yang memiliki minat di atas rata-rata, terhadap produk dan jasa tertentu.
- c) Gaya hidup, gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang di ekspresikan oleh kegiatannya, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara

keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

d) Kepribadian dan konsep diri, yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dan setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten.

4) Faktor-Faktor Psikologis

a) Motivasi, beberapa kebutuhan biogenik, kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu, seperti: rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Adapun kebutuhan lain bersifat psikogenik, yaitu kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu, seperti kebutuhan untuk diakui, kebutuhan harga diri atau kebutuhan diterima. Motivasi berasal dari bahasa latin *movere* yang artinya menggerakkan. Seorang konsumen tergerak membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi. Sedangkan yang memotivasi untuk membeli namanya motif. Menurut Jeffrey, et al (1996) proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan

berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan suatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut. Proses lengkap mengenai motivasi terdapat unsur-unsur yang terlibat dalam proses motivasi meliputi:

(1) Kebutuhan

Setiap konsumen memiliki berbagai ragam kebutuhan yang antar individu bisa berbeda-beda. Kebutuhan ini ada yang bersifat fisiologik dan tidak dipelajari, tetapi ada juga yang bersifat dipelajari. Kebutuhan yang sifatnya fisiologik dan tidak dipelajari antara lain kebutuhan akan makanan, udara, air dan pakaian. Kebutuhan yang dipelajari antara lain penghargaan diri, prestise, kekuasaan dan lain-lain

(2) Perilaku

Perilaku merupakan aktivitas yang dilakukan individu dalam usaha memenuhi kebutuhan. Perilaku ini dapat di amati dalam bentuk pengambilan keputusan, pemilihan merek dan penolakan terhadap suatu produk.

(3) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu yang akan dicapai oleh konsumen sebagai hasil atas tindakan yang dilakukan.

Tujuan yang dipilih oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor pengalaman pribadi, kapasitas fisik, norma-norma dan nilai-nilai budaya yang ada serta kemampuannya untuk mencapai tujuannya tersebut.

- b) Persepsi, persepsi didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan, masukan informasi, untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.
- c) Proses belajar, proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.
- d) Kepercayaan dan sikap, kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

c. Preferensi Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam empat prinsip pilihan rasional belum cukup sebab masih ada prinsip yang harus diperbaiki dan ada beberapa penambahan yakni:²⁹

- 1) Objek barang dan jasa tersebut harus halal dan toyib.
- 2) Kemanfaatan atau kegunaan barang dan jasa yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.

²⁹ Madnasir dan Khoirudin, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Seksi Penerbitan Fakultas Syariah IAIN Raden Intan Lampung, 2012, h. 85

- 3) Kuantitas barang dan jasa yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir, tetapi pertengahan.

Preferensi dalam Islam dikaji di mana seseorang dalam menggunakan kekayaan harus berhati-hati, yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung masalah (baik dan manfaat). Agar kekayaan atau harta tersebut dapat memberikan manfaat untuk kesejahteraan bagi individu tersebut.³⁰

Preferensi memiliki arti pilihan atau kecenderungan individu dalam memilih produk dan jasa, yang berarti kebebasan individu dalam memilih. Islam menganggap kebebasan adalah sebagai fondasi dari nilai-nilai kemanusiaan dan kemuliaan manusia. Kebebasanlah yang membedakan manusia dengan makhluk lainnya. Al-Quran menjelaskan pengetahuan dan kekuasaan Allah atas apa-apa yang telah ditetapkan-Nya untuk manusia.

Disamping itu Al-Quran juga memberikan penekanan besar kepada kebebasan memilih yang diberikan kepada manusia. Kebaikan yang paling utama ialah kebebasan individu untuk memilih suatu alternatif yang tepat walaupun peluang untuk memilih suatu alternatif lain yang salah juga besar. Hanya melalui

³⁰ Dikutip Dari, Mar'atus Syawalia, *Preferensi Pedagang Pasar Tradisional Terhadap Sumber Modal*, Jurnal Ilmiah, 2015, h. 4.

penggunaan kebebasan dengan benar sajalah manusia terdorong untuk melakukan sikap-sikap terpuji.³¹

Seorang individu mempunyai kebebasan sepenuhnya untuk memulai, mengelola, mengorganisasi, mengurus dan mempunyai bentuk perniagaan menurut kehendak. Tiap orang bebas bergerak kemana saja yang ia kehendaki atau inginkan demi mencari penghidupan dan bebas menggunakan bermacam-macam cara dalam usaha mendapatkan kekayaan asalkan tidak menggunakan cara-cara yang haram atau mengambil barang yang haram.

Walau bagaimanapun, perlu diingat bahwa kebebasan individu, bukannya mutlak dan tanpa batasan, melainkan dibatasi oleh dua hal: pertama: individu bebas bergerak di bidang ekonomi dengan syarat tidak melanggar dan mengambil hak-hak orang lain, kedua: dia harus mengambil cara yang halal dan tidak mengamalkan cara yang haram untuk mencari penghidupan dan tidak mengambil benda-benda yang haram. Seperti firman Allah dalam Al-Quran yang berbunyi:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَاَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan.

³¹ Nur Rianto Al-Arif, *Teori Mikroekonomi*, Kencana, Jakarta, 2014, h. 93

Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata” (QS. Al-Baqarah:168)

Di sebutkan pula dalam firman Allah yang berbunyi:

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

“Hendaklah ada di antara kamu segolongan orang yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh (berbuat) yang makruf, dan mencegah dari yang mungkar mereka itulah orang-orang yang beruntung”. (QS. Ali Imron 104)

Ayat diatas memberikan tuntunan kepada seorang mukmin supaya senantiasa menggunakan hak dan kebebasan mereka berdasarkan prinsip yang telah digariskan. Batasan-batasan disusun menurut konsep perkara-perkara baik (*thaibat*) dan perkara-perkara buruk (*khaibaith*), yang memberi kebebasan kepada umat Islam untuk memperoleh dan memiliki sesuatu menurut cara mereka. Ayat yang berarti “janganlah kamu mengikuti langkah syaitan” merujuk kepada cara yang haram. Islam melarang semua cara tidak benar yang kerap dilakukan manusia untuk mendapatkan hak orang lain, tidak adil, buruk dan keji. Islam membenarkan umatnya untuk menggunakan semua cara dalam menyangga kehidupannya selama cara itu wajar.³²

³²Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta, 1995, h

Ekonomi Islam memberikan arahan agar setiap preferensi kita terhadap suatu hal haruslah mengarah pada nilai-nilai kebajikan. Nilai-nilai dalam Ekonomi Islam bersumber dari Al-Quran dan sunnah, yang menjadi dasar dari pandangan hidup Islam. Nilai-nilai dasar dalam ekonomi Islam tersebut menjiwai masyarakat dalam melakukan aktivitas sosial ekonominya. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam tentang hubungan manusia dengan dirinya dan lingkungan sosialnya, yang menurut Naqvi di representasikan dengan empat aksiomatik yakni:³³

- 1) Tauhid, merupakan sumber utama ajaran Islam yang percaya penuh terhadap Tuhan dan merupakan dimensi vertikal Islam. Menciptakan hubungan manusia dengan Tuhan dan penyerahan tanpa syarat manusia atas segala perbuatan untuk patuh pada perintah-Nya, sehingga segala yang dilakukan harus sesuai dengan apa yang telah digariskan. Kepatuhan ini membuat manusia merealisasikan potensi dirinya, dengan berusaha semaksimal mungkin untuk mengembangkan diri dalam menciptakan kesejahteraan. Kesejahteraan yang bukan untuk kepentingan pribadi namun kesejahteraan bagi seluruh umat manusia.

³³ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribui dalam Ekonomi Islam*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2013, h. 63

- 2) Keseimbangan (*equilibrium* atau *al-adl*), merupakan prinsip yang menunjuk pada cita-cita sosial. Prinsip keseimbangan dan kesejahteraan berlaku bagi seluruh kebijakan dasar bagi semua institusi sosial, baik hukum, politik, maupun ekonomi. Khusus dalam prinsip keseimbangan menjadi dasar dalam proses produksi, konsumsi dan distribusi.
- 3) Keinginan bebas (*free will*), merupakan kemampuan untuk menentukan pilihan sehingga menjadikan manusia sebagai khalifah dimuka bumi. Kebebasan dalam menentukan pilihan memiliki konsekuensi pertanggungjawaban terhadap apa yang telah dipilih sehingga manusia dituntut untuk berada dalam pilihan yang benar. Namun dengan kebebasan pula, manusia diberikan keleluasaan dalam memilih dua pilihan yakni, apakah ia membuat pilihan yang benar yang dibimbing oleh kebenaran, sehingga dalam melakukan segala sesuatu tetap dalam koridor-koridor kebenaran atau sebaliknya, ia memilih pilihan yang tidak dibimbing oleh kebenaran sehingga ia semakin jauh dari kebenaran
- 4) Tanggungjawab (*responsibility*), aksioma ini dekat dengan kehendak bebas, namun bukan berarti sama dengan kehendak bebas. Islam memberikan perhatian yang besar pada konsep tanggung jawab, dengan menetapkan keseimbangan antara kehendak bebas dan tanggung jawab.

2. Transaksi

a. Pengertian Transaksi

Pembeli dan penjual setuju untuk membeli dan menjual barang atau jasa. Ini disebut perdagangan. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menyebutkan demikian maksudnya. Ketika kesepakatan jual beli diselesaikan, para pihak bertukar barang dan jasa. Transaksi juga dapat dianggap sebagai kesepakatan bisnis atau keuangan antara setidaknya dua orang atau perusahaan yang melibatkan pertukaran barang atau jasa, seperti pinjaman dan peminjaman..³⁴

Fiqh al-Mu'amalat, sebagaimana didefinisikan oleh Mustafa Ahmad al-Zarqa, adalah undang-undang yang mengatur aktivitas dan interaksi manusia berkaitan dengan masalah kepemilikan, hak, dan penyelesaian konflik yang timbul sehubungan dengan materi pelajaran ini. Mohammad Ma'sum Billah perlu memberikan gambaran yang lebih baik tentang apa yang perlu dilakukan, yaitu semacam pemahaman praktis antar kelompok untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama kebutuhan perdagangan. Dari poin-poin di atas, jelaslah bahwa fiqh al-Mu'amalat merupakan cabang khusus dari fiqh. Pada aturan yang terkait dengan tindakan yang dilakukan dalam pengaturan agama

³⁴ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka, 2018), 104

dan hubungan harta benda, hak dan penyelesaian sengketa masalah-masalah yang berkaitan dengan perjumpaan sehari-hari. membutuhkan orientasi syariah.³⁵

b. Sumber Hukum Transaksi Dalam Islam

Alquran, sunah, dan ijtihad (termasuk *ijma'*, penggunaan alat *qiya*, *al-maslahah al-mursalah*, *'urf*, *istishab*, dan *kurb al-dhari'ah*) merupakan sumber hukum transaksional Islam. Selain itu, ada prinsip-prinsip hukum fikih (yurisprudensi *fiqhiyyah*), yang merupakan prinsip-prinsip menyeluruh yang dapat berfungsi sebagai kerangka kerja yang luas untuk membangun hukum Islam, terutama ketika muncul isu-isu baru yang membutuhkan penyelesaian hukum yang cepat. Aturan yang dihasilkan oleh ulama fikih dalam bentuk hukum *fiqhiyyah* yang mengatur dasar-dasar transaksi Islam dirinci dalam bagian berikut.³⁶

1) Alqur'an

Al-Qur'an memberikan bukti bahwa semua pelaku transaksi harus hadir agar dianggap sah menjunjung tinggi tanggung jawab mereka atas akibat dari transaksi tersebut. Perjanjian jual beli, misalnya, mewajibkan penjual untuk

³⁵ Nurholis, dkk, *Transaksi Dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Program Pascasarjana FIAI Universitas Islam Indonesia, 2018, 1.

³⁶ Mohd. Ma'sum Billah, *Modern Financial Transaction Under Syariah*. (Petaling Jaya: Ilmiah Publisher, 2003), 11.

menyerahkan produk yang ditawarkan kepada pembeli sambil mensyaratkan pembeli untuk membayar jumlah yang telah disepakati.³⁷

Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ

“*Anda yang memiliki iman, melihat bahwa perjanjian Anda dilakukan.*” (Terjemahan Q.S. al-Ma'idah (5):1)

Firman Allah tercermin dalam ayat-ayat Al-Qur'an berikut ini yang menyatakan bahwa semua urusan bisnis harus dilakukan dalam konteks hubungan kerja sama yang menguntungkan kedua belah pihak:

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“*Membantumu dalam kebaikan dan ketakwaanmu, tetapi jangan membantumu dalam keburukan dan permusuhanmu.*” (Terjemahan Q.S. al-Ma'idah (5): 2)

Kemudian dalam bertransaksi harus terbebas dari segala bunga atau disebut dengan riba sebagaimana tercantum dalam Alqur'an

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ

³⁷ Rachmat Syafe'i, Fiqh Muamalah, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2001), hlm. 44

رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا

خَالِدُونَ ٢٧٥

“Orang yang mengkonsumsi riba sangat gila hingga tidak mampu berdiri, namun ketika berdiri, seolah-olah mereka kerasukan setan. Mereka percaya bahwa jual beli itu sama dengan riba, itulah mengapa demikian. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli sekaligus mengharamkan riba. Barang siapa mendapat peringatan dari Tuhannya, kemudian mereka berhenti, maka apa yang mereka usahakan di masa lalu menjadi milik mereka, dan apapun urusan mereka terserah Allah. Siapa pun yang melakukan sesuatu lebih dari sekali, mereka bukan hanya penghuni neraka, tetapi mereka akan menghabiskan kekekalan di sana.”.

2) Al-Sunah

“Dari Nu'man bin Basyir, dia mengatakan bahwa Rasulullah SAW bersabda, 'Jelas mana yang diperbolehkan dan mana yang tidak.'” Kebanyakan orang tidak tahu bahwa ada beberapa hubungan aneh antara keduanya. tentang mengetahui bahwa Nabi SAW sangat jelas tentang apa yang diperbolehkan dan apa yang tidak. Siapa pun yang meninggalkan sesuatu yang disamakan dengan dosa berarti meninggalkan sesuatu yang bertentangan dengan hukum. Namun, jika seseorang berpegang pada pemikiran yang

meragukan atau berdosa, mereka telah benar-benar melakukan perbuatan yang melanggar hukum. Semua perbuatan buruk dianggap sebagai wilayah larangan Allah, dan diyakini bahwa siapa pun yang melintasinya akan berakhir duduk di sana”. (H.R. Bukhari).

3. Alasan Bertransaksi Dalam Islam

Setelah mencermati ide-ide di balik Al-Qur'an dan al-Sunah, para ahli menyadari bahwa tujuan utama penciptaan hukum Islam adalah mewujudkannya untuk kebaikan semua orang. Hukum Islam memiliki peran yang sangat penting dalam perjalanan pengembangan masyarakat. Sasaran utamanya adalah menciptakan masyarakat yang berakar pada nilai-nilai keadilan, solidaritas, dan kemakmuran bersama. Hukum Islam bertujuan untuk memastikan setiap individu dalam masyarakat memiliki hak-hak yang diakui dan dilindungi, termasuk hak atas properti, kebebasan beragama, dan hak mendapatkan pendidikan. Dengan demikian, hukum Islam menjadi tulang punggung dalam membangun fondasi masyarakat yang adil, bersatu, dan sejahtera.³⁸

Dikatakan bahwa setiap ajaran Islam dimaksudkan untuk mempromosikan kesejahteraan semua manusia, dan karenanya, setiap manusia yang memiliki pemahaman yang kuat tentang makna

³⁸ Ridwan et al. 2023. Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan.hal 392

dan prinsip-prinsipnya dapat melakukannya dengan mudah. Karena tidak hanya mudah dimengerti, tapi juga menggugah sidat manusia selalu mencari pahala, dan pahala dicari dapat dilihat dalam setiap pasal. Karena itu, agama Islam disebut sebagai agama fitrah Artinya, Islam adalah agama yang keyakinannya sejalan dengan apa yang diyakini orang dan prinsip-prinsip Islam juga dapat dirasakan oleh iman manusia. Karena itu, al-Ghazali mengklaim bahwa masalah apa pun yang terbukti bertentangan dengan Alquran, Sunnah, atau ijma harus diabaikan. Semua manfaat yang sesuai dengan tindakan syarak harus dipertimbangkan ketika menentukan hukum Islam. untuk menyiksa dan menyakiti umat manusia.³⁹

Dalam Al-Qur'an dan al-Sunnah, ada beberapa aturan tentang muamalat (transaksi), namun sulit untuk mengetahui secara pasti apa dasar pemikiran di balik definisi dari prinsip-prinsip tersebut. Allah Maha Mengetahui, tentu alasan dan tujuan sebenarnya dari diberlakukannya hukum-hukum muamalat. Orang hanya diberi kesempatan untuk menebak alasan dan tujuan di balik hukum transaksi yaitu Mengangkat derajat manusia pada kedudukan yang terhormat menurut yang lebih mulia (*asyraf al-makhlukat*) karena taat dan disiplinnya.

³⁹ Al-Ghazali, *al-Mustasfa*, juz. 1, (Beirut: Dar al-Fikr, 2016.), hlm. 286-287.

Kesatuan pemikiran dan tindakan selalu diberi makna yang tinggi dalam doktrin hukum Islam. Konsekuensi dari ini adalah bahwa hukum transaksi membantu banyak individu mengembangkan kepribadiannya (*syakhsyiyah*). mendorong penduduk untuk secara aktif terlibat dalam usaha komersial untuk membantu mereka menjadi mandiri dan mandiri secara finansial. Menurut sebuah Hadits yang dikaitkan dengan Nabi SAW, perdagangan menyumbang sembilan dari sepuluh sumber pendapatan. untuk mencegah kesalah fahaman (*miscommunication*) antara pihak-pihak yang terlibat dalam transaksi. Inti dari hukum transaksi Islam adalah penetapan norma-norma yang dapat dikategorikan sangat esensial. Setiap orang yang berpartisipasi dalam transaksi akan secara otomatis mencegah penipuan, dan penyalahgunaan jika mereka semua mematuhi.

4. Uang

a. Pengertian Uang

Uang secara umum adalah sesuatu (benda) yang diterima secara umum proses pertukaran barang dan jasa nya. Dua unsur yang terpenting dari uang adalah any good (sesuatu benda) dan generally accepted (diterima secara umum). Uang digunakan untuk memperlancar dan mempermudah kegiatan dalam

bertransaksi dalam sebuah perekonomian.⁴⁰ Menurut pandangan ekonomi, uang merupakan barang ekonomi karena uang adalah barang langka. Uang adalah aset yang paling likuid diantara semua aset yang ada di perekonomian. Uang dikatakan likuid apabila sangat mudah ditukarkan dengan barang dan jasa lain, biaya transaksinya sangat kecil dan nilai nominalnya relatif stabil.⁴¹ Sedangkan, definisi uang menurut hukum, yaitu sesuatu yang ditetapkan oleh Undang-undang yang sah sebagai alat untuk bertransaksi dalam perekonomian.⁴²

Uang diciptakan dalam perekonomian dengan tujuan untuk melancarkan kegiatan tukar-menukar dan perdagangan.⁴³ Definisi uang juga ada yang diartikan secara sempit dan luas. Pengertian uang dalam arti sempit yaitu hanya sebatas pada uang yang dapat berfungsi untuk mendorong transaksi ekonomi yang berupa uang kartal dan uang giral. Sedangkan, uang dalam arti luas yaitu semua bentuk benda yang dapat digunakan untuk kegiatan transaksi yang tidak terbatas tidak hanya uang kartal dan uang giral saja tetapi benda lain yang dapat berfungsi sebagai alat

⁴⁰ Lansondy Istanto S, *Analisis Dampak Pembayaran Non Tunai terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia*, (Skripsi, Program Studi Ekonomi Pembangunan Departemen Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sumatera Utara 2014), hlm.7.

⁴¹ Ibid.

⁴² Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Moneter* (Jakarta: PT. Indeks, 2004), hlm. 4

⁴³ Chintia Ariani Putri, *Pengaruh Jumlah Uang Beredar, Uang Palsu dan Pertumbuhan Ekonomi Terhadap Transaksi Uang Elektronik di Indonesia*, (Skripsi, Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Semarang, Semarang 2019), hlm. 15.

transaksi seperti saham, obligasi, tabungan berjangka, dan sebagainya.⁴⁴

b. Uang Dalam Perspektif Islam

Konsep uang dalam islam yaitu uang hanya dapat digunakan sebagai alat pembayaran dalam muamalah dan bukan termasuk barang komoditas (capital). Uang digunakan sebagai alat perantara dalam perdagangan dan dapat diterima oleh masyarakat.⁴⁵ Larangan riba sendiri telah dijelaskan pada Q.S Ar-Rum ayat 39 sebagai berikut:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوًّا فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ
وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ

“Riba yang kamu berikan agar berkembang pada harta orang lain, tidaklah berkembang dalam pandangan Allah. Adapun zakat yang kamu berikan dengan maksud memperoleh keridaan Allah, (berarti) merekahlah orang-orang yang melipatgandakan (pahalanya). (Q.S Ar-Rum: 39)”⁴⁶

⁴⁴ Imamudin Yuliadi, Ekonomi Moneter, ..., hlm. 4.

⁴⁵ Luchy Nur Arrist Muna, *Pengaruh E-Money terhadap Jumlah Uang Beredar dan Velocity of Money dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi*, (Skripsi, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang 2020), hlm. 40.

⁴⁶ At-Tanzil Al-Quran dan Terjemahannya Juz 1 s/d 30 (Transliterasi), (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011) hlm. 843

5. Fungsi Uang

Uang adalah aset dalam perekonomian yang digunakan setiap orang secara rutin untuk membeli barang dan jasa dari orang yang menyediakan.⁴⁷ Uang memiliki fungsi sebagai berikut:

1) Uang sebagai alat pertukaran (*medium of exchange*)

Uang berarti sesuatu yang diberikan oleh pembeli kepada penjual ketika melakukan transaksi untuk membeli barang dan jasa. Contohnya, ketika membeli buah di pasar, penjual akan memberikan buah yang kita inginkan dan pembeli memberikan uang kepada penjual buah tersebut.

2) Uang sebagai satuan hitung (*unit of account*)

Sebagai satuan hitungan, uang dapat mempermudah dalam tukar-menukar dan untuk menetapkan harga suatu barang. Sehingga dengan adanya pertukaran dua barang yang berbeda secara fisik dapat dilakukan.

3) Uang sebagai alat penyimpanan nilai (*store of value*)

Uang sebagai alat penyimpanan nilai atau kekayaan yang akan digunakan dimasa yang akan datang. Kekayaan tersebut bisa disimpan dalam beragam bentuk, seperti tanah, berlian, emas, saham, mobil dan lainnya. Dan uang merupakan salah satu pilihan

⁴⁷ N. Gregory Mankiw, *Pengantar Ekonomi Makro Edisi -3*, (Jakarta: Salemba Empat, 2006), hlm. 169.

untuk menyimpan kekayaan. Nilai uang diukur dengan kemampuannya untuk ditukarkan dengan barang dan jasa (*internal value*) serta valuta asing (*external value*). Dengan demikian besarnya nilai uang ditentukan oleh harga barang dan jasa.⁴⁸

6. Jenis-Jenis Uang

Jenis-jenis uang dibagi dalam berdasar nilai, bahan, kawasan, dan lembaga penerbitannya:⁴⁹

1) Jenis Uang Berdasarkan Nilai

- a) Uang yang bernilai penuh (*full bodied money*), merupakan uang yang nilai intrinsiknya sama dengan nilai nominalnya, misalnya uang logam. Atau biasa disebut dengan *commodity money* dimana uang tersebut tetap memiliki nilai sebagai barang berharga walaupun sudah dihancurkan.
- b) Uang yang tidak bernilai penuh (*representatif full bodied money*), merupakan uang yang nilai intrinsiknya lebih kecil dari nominalnya, seperti uang kertas. Uang jenis ini sering disebut uang bertanda atau token money dan biasa disebut juga dengan flat money dimana uang sudah tidak memiliki nilai bilamana uang sudah dihancurkan.

⁴⁸ Sarmiani, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jumlah Uang Beredar di Indonesia*, (Skripsi, Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Teuku Umar Meulaboh, Aceh Barat 2016), hlm. 8-9

⁴⁹ Richard Matias Sumolang, *Analisis Permintaan Uang Elektronik di Indonesia*, (Skripsi, Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2015), hlm. 20.

2) Jenis Uang Berdasarkan Jenis

- a) Uang Logam, merupakan uang yang dalam bentuk koin yang terbuat dari logam, misalnya aluminium, emas, perak, perunggu, dan bahan lainnya.
- b) Uang Kertas, merupakan uang yang terbuat dari kertas, plastik, atau bahan lainnya. Uang Kertas biasanya bernominal tinggi, dan berkualitas tinggi sehingga tidak mudah robek dan luntur.

3) Jenis Uang Berdasarkan Kawasan

- a) Uang Lokal, yaitu mata uang yang berlaku di suatu Negara tertentu. Seperti, Rupiah mata uang di Indonesia dan Bath di Thailand.
- b) Uang Regional, yang berlaku di kawasan tertentu yang lebih luas dari uang lokal, misalnya mata uang Euro yang berlaku di benua Eropa
- c) Uang Internasional, merupakan uang yang berlaku antar negara dan menjadi standar pembayaran internasional, seperti US Dollar.

4) Jenis Uang Berdasarkan Penerbit

- a) Uang kartal, merupakan uang yang diterbitkan oleh Bank Sentral, baik uang logam maupun uang kertas.

- b) Uang Giral, merupakan uang yang diterbitkan Bank Umum, seperti bilyet giro, traveler's check, atau credit card.⁵⁰

7. Uang Elektronik

a. Pengertian Uang Elektronik

Bank of International Settlement mendefinisikan *electronic money* sebagai produk *storedvalue* atau *prepaid card* yang dimana sejumlah nilai uang (monetary value) disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. Dengan menyetor terlebih dahulu sejumlah uang tunai atau dengan mendebetkan rekeningnya di bank dan kemudian akan disimpan dalam peralatan elektronik yang dimilikinya. Dengan begitu, pemilik dapat melakukan transaksi pembayaran atau menerima pembayaran, yang dimana nilainya akan berkurang bila digunakan untuk melakukan transaksi pembayaran atau bertambah jika menerima pembayaran atau pada saat pengisian kembali (*top up*).⁵¹

Dalam ketentuan Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang uang elektronik dalam ketentuan Pasal 1 Ayat 3, Uang Elektronik adalah instrumen pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

⁵⁰ Richard Matias Sumolang, *Analisis Permintaan Uang Elektronik (E-MONEY) di Indonesia,...*, hlm. 20-21.

⁵¹ Muhammad Sofyan Abidin, *Dampak Kebijakan e-money di Indonesia sebagai Alat Sistem Pembayaran Baru*, (Universitas Negeri Surabaya), hlm. 7-8.

- 1) Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu kepada penerbit.
- 2) Nilai uang yang disimpan secara elektronik dalam suatu media server atau chip, dan
- 3) Nilai uang elektronik yang dikelola oleh penerbit yaitu bukan simpanan sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang yang mengatur perbankan.⁵²

b. Bentuk-Bentuk Uang Elektronik

- 1) Berdasarkan Masa Berlaku Media Uang Elektronik (Electronic Money) peraturan Bank Indonesia No.11/12/PBI/2009 berdasarkan medianya uang elektronik yaitu uang elektronik yang nilai uang elektroniknya hanya dicatat pada media elektronik yang dikelola oleh penerbit, dibedakan menjadi dua, yaitu:
 - a) Reloadable adalah uang elektronik yang dapat dilakukan top up atau pengisian ulang,
 - b) Disposable adalah uang elektronik yang tidak dapat diisi ulang.
- 2) Berdasarkan Pencatatan Data Identitas Pemegang Uang Elektronik

⁵² Chintia Ariani Putri, *Pengaruh Jumlah Uang Beredar, Uang Palsu dan Pertumbuhan Ekonomi terhadap Transaksi Uang Elektronik di Indonesia,...*, hlm. 24.

- a) Terdaftar (registered), data identitas pemegang kartu uang elektronik tercatat dan terdaftar pada penerbit. Dan batas nilai uang elektronik yang tersimpan paling banyak sebesar Rp. 10.000.000 (sepuluh juta rupiah).
- b) Tidak terdaftar (unregistered), data identitas pemegang kartu uang elektronik tidak tercatat pada penerbit/tidak harus menjadi nasabah penerbit. Batas maksimal nilai uang elektronik pada unregistered sebesar Rp. 2.000.000 (dua juta rupiah).⁵³

8. Uang Elektronik Berdasarkan Perspektif Islam

Hukum uang elektronik dalam perspektif adalah halal. Hukum tersebut berdasarkan oleh kaidah yang mengatakan bahwa pada dasarnya, segala bentuk transaksi diperbolehkan kecuali terdapat ayat Al-Quran atau hadis yang tidak memperbolehkan. Landasan hukum mengenai uang elektronik secara Syariah telah diatur pada fatwa DSN-MUI (Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia) No. 116/DSN-MUI/IX/2017 mengenai kriteria-kriteria tersebut yaitu sebagai berikut:

- a. Biaya layanan fasilitas sesuai dengan prinsip ganti rugi/ ijarah,

⁵³ Karolina Sipayung, *Pengaruh E-Money Terhadap Jumlah Uang Beredar di Indonesia Tahun 2015-2019*,...,hlm. 12.

- b. Akad antara penerbit dengan para pihak dalam penyelenggaraan e-money adalah ijarah, ju'alah, dan wakalah bi al-ujrah (akad dengan upah),
- c. Akad antara penerbit dengan pemegang e-money adalah wadiah atau qardh, karena nominal uang bisa digunakan atau ditarik kapan saja,
- d. Terhindar dari transaksi yang dilarang,
- e. Dana ditempatkan di bank Syariah, dan
- f. Jika kartu e-money hilang, maka jumlah nominal uang yang ada di penerbit tidak boleh hilang.

Dalil mengenai kehalalan uang elektronik dalam kaidah fiqh dapat didasarkan pada kalimat “sesuatu yang dilakukan berdasarkan adat kebiasaan selama tidak bertentangan dengan Syariah, maka dapat disamakan dengan suatu hal yang berlaku secara syara”. Adapun ayat yang mendukung uang elektronik yaitu Q.S. An-Nisa ayat 29, sebagai berikut:

Allah Subhanahu wa Ta'ala berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu.

Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.” (QS.An-Nisa:29)⁵⁴

Menurut tafsir Jalalain kalimat “secara perniagaan” ditafsirkan dengan sebaiknya harta merupakan harta perniagaan (dagang). Kemudian pada kalimat “suka sama suka” ditafsirkan sebagai kerelaan hati antar manusia.

Pada zaman Rasulullah SAW. Sistem beli dilakukan dengan menggunakan uang dinar perak, dinar emas, dan tembaga. Namun, tidak ada landasan hukum Islam yang mengharuskan menggunakan ketiga jenis uang itu dalam melakukan transaksi. Oleh karena itu, dengan alasan semakin berkembangnya teknologi dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat jadi uang elektronik dianggap sah sebagai alat pembayaran jual beli.⁵⁵

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu dilakukan oleh peneliti untuk menghindari penelitian terhadap obyek yang sama atau pengulangan terhadap suatu penelitian yang sama serta menghindari anggapan plagiasi terhadap karya tertentu, maka perlu dilakukan peninjauan terhadap kajian yang pernah ada. Penulis meninjau dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang relevan

⁵⁴ At-Tanzil Al -Quran dan Terjemahannya Juz 1 s/d 30 (Transliterasi), (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2011) hlm. 159

⁵⁵ Luchy Nur Arrist Muna, *Pengaruh E-Money terhadap Jumlah Uang Beredar dan Velocity of Money dengan Inflasi sebagai Variabel Moderasi,...*,hlm. 40-42.

untuk dijadikan acuan dalam pembahasan masalah, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Wifka Rahma Syauki dan Diyah Ayu Amalia Avina, dalam Jurnal Manajemen Komunikasi yang berjudul “*Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen menekankan manfaat atau keuntungan yang diperoleh adalah komponen yang paling penting. Persepsi akan merek, komposisi, COO, animal testing, dan isu lingkungan mampu menimbulkan arti psikologis atau asosiasi tertentu. Preferensi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian produk skincare terdiri dari dua indikator, aspek keyakinan akan produk dan aspek kebutuhan akan produk. Aspek keyakinan meliputi pertimbangan identitas brand yang sudah punya “nama besar” dan banyak digunakan. Sedangkan indikator kebutuhan ada pada bagaimana skincare tersebut dapat memenuhi kebutuhan terutama dalam mengatasi permasalahan kulit konsumen.⁵⁶
2. Ines Anindhita, Nurhadi dan Yosafat Hermawan Trinugraha, dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) yang berjudul “*Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen pasar tradisional yaitu bahan makanan. Sedangkan penyebab konsumen tetap berbelanja

⁵⁶ Wifka Rahma Syauki dan Diyah Ayu Amalia Avina, *Persepsi dan Preferensi Penggunaan Skincare Pada Perempuan Milenial Dalam Perspektif Komunikasi Pemasaran*, (Malang: Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Brawijaya, 2020) h. 42-60

di pasar tradisional terdapat beberapa sebab. Yang pertama, adanya revitalisasi pasar tradisional yang dilakukan oleh pemerintah. Yang kedua preferensi konsumen dipengaruhi adanya faktor sosial, budaya, pribadi dan psikologi.⁵⁷

3. Dosince M. Metkono, Fransina W. Ballo dan Cicilia A. Tungga dalam Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN) yang berjudul “*Preferensi Konsumen Terhadap Layanan M-Banking (Studi Kasus Pada Bank NTT)*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi konsumen terhadap layanan *mobile banking* di Bank NTT terus mengalami perkembangan positif seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku pengguna, kemudahan mengakses, keamanan transaksi, inovasi fitur dan fungsional serta pelayanan yang semakin membaik memberikan kepuasan bagi nasabah sehingga nasabah akan terus menggunakan aplikasi *mobile banking* dari Bank NTT. Kepuasan nasabah dapat dilihat dari ketersediaan untuk terus menggunakan aplikasi B’pung Mobile, nasabah merasa puas dan juga memberikan umpan balik secara positif bagi pihak penyedia layanan yaitu Bank NTT dengan merekomendasikan aplikasi B’pung Mobile kepada keluarga ataupun rekan kerja agar menggunakan B’pung Mobile.⁵⁸

⁵⁷ Ines Anindhita, Nurhadi dan Yosafat Hermawan Trinugraha, *Preferensi Konsumen Pasar Tradisional di Kabupaten Purbalingga*, (Surakarta: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) Universitas Sebelas Maret) vol. 7 no. 1 2023

⁵⁸ Dosince M. Metkono, Fransina W. Ballo dan Cicilia A. Tungga, *Preferensi Konsumen Terhadap Layanan M-Banking (Studi Kasus Pada Bank NTT)*, (Kupang: Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen (EBISMEN) Universitas Nusa Cendana) Vol. 3 No.1 Maret 2024

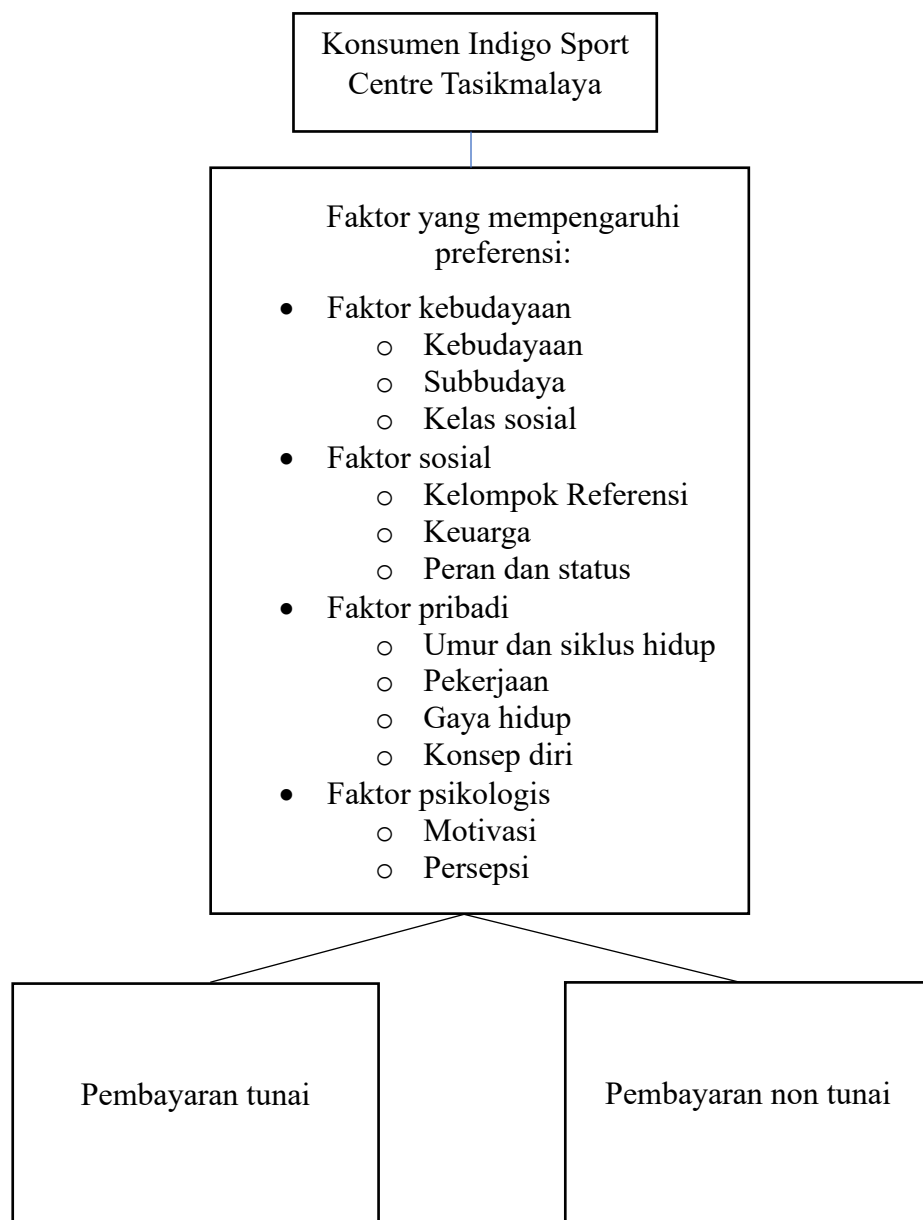
4. Atika Febrianti dan Aminah Happy M. Ariyani dalam bentuk Jurnal Agriscience yang berjudul “Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Pempek Cakalang Hj. Soraya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi konsumen paling besar dipengaruhi oleh harga. Kemudian fitur dari produk seperti tekstur produk, bentuk produk dan berat isi produk. Faktor lainnya dipengaruhi oleh tempat pembelian⁵⁹

C. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ini memfokuskan pada upaya dalam mengkaji preferensi konsumen Indigo Sport Centre Tasikmalaya dalam melakukan transaksi tunai dan non tunai. Penelitian dilakukan dengan mengkaji literasi konsumen tentang adanya cara pembayaran tunai dan non Tunai di Indigo Sport Centre Tasikmalaya serta apa saja faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan pembayaran tunai dan non tunai. Menurut Nugroho J. Setiadi preferensi terhadap barang dan jasa dipengaruhi oleh empat faktor , yaitu faktor kebudayaan,faktor social, faktor pribadi dan faktor psikologis.⁶⁰

⁵⁹ Atika Febrianti, Aminah Happy M. Ariyani, *Preferensi Konsumen Terhadap Pembelian Pempek Cakalang Hj. Soraya*, (Madura: Jurnal Agriscience Fakultas Pertanian Universitas Trunojoyo) Volume 3, Nomor 1, Juli 2022

⁶⁰ Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Kencana Prenada Meida Group, Jakarta, CetKe 5, 2013, h. 10



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran