BAB II

KAJIAN TEORI

A. Biaya

1. Pengertian Biaya

Menurut kamus besar bahasa Indonesia Biayamerupakan penambahan pada keuntungan yang didapat dalam penjualan asset ditambah ongkos administrasi yang dikenakan ketika penjualan dilakukan bila nilai asset melebihi biaya proses penjualan.[1] Biaya adalah suatu pengeluaran atau pengorbanan yang tak terhindarkan untuk mendapatkan barang atau jasa dengan tujuan memperoleh maslahat, pengeluaran untuk kegiatan, tujuan, atau waktu tertentu, seperti ongkos pengiriman, pengepakan, dan penjualan dimaksudkan untuk memperoleh penghasilan dalam laporan laba rugi perusahaan, komponen biaya merupakan penguran

[1] Henricus W. ismanthono, Kamus Istilah Ekonomi dan Bisnis.(Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2010), h. 25.

dari pendapatan pengertian biaya berbeda dengan bebaNsemua biaya adalah beban, tetapi tidak semua beban adalah biaya.[2]

Menurut Atkinson et al biaya adalah nilai moneter dari barang dan jasa yang dikeluarkan untuk mendapatkan keuntungan baik di masa sekarang maupun mendatang.Biaya dapat juga digunakan untuk membuat suatu produk, sehingga dapat dijual dan menghasilkan keuntungan kas.[3]

Pada umumnya setiap orang selalu memiliki biaya yang harus dikeluarkan dalam kehidupan.Konsumsi sehari-hari baik yang dilakukan oleh individu maupun organisasi menimbulkan konsekuensi pertukaran yang harus dibayar dengan harga setimpal.Harga itu adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk dapat mengkonsumsi barang dan jasa tersebut.

Mengingat penting dan rutinnya suatu konsumsi, maka pengkajian terhadap biaya menjadi penting

---

[2] Kamus.tokopedia.com di ndh pada 04 November 2021 pkl 15:02

[3]I Gusti Putu Darya., Akuntansi Manajemen,(Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia,2019), h. 22.

untudilakukan karena merupakan suatu bagian dari ekonomi itu sendiri dalam usaha untuk manajemen terbatasnya sumber daya.[4]

Di dalam islam, memberikan indikasi bahwa seorang muslim diharuskan memilki ekonomi yang cukup, bahkan lebih baik lagi kalau menjadi seseorang yang kaya dan dermawan. Tetapi perlu ditegaskan, kaya yang dimaksud tidak kemudian menjadikan cinta harta.Banyak harta tetapi tidak melupakan menafkahkan harta di jalan Allah.Memiliki kekayaan sebanyak apapun tidak ada larangan dalam agama, bahkan kaya itu suatu keharusan untuk menyokong perjuangan.Tetapi yang selalu menjadi masalah adalah bagaimana menyikapi dan mengelola kekayaan sebagaimana perintah dalam ayat (QS. Al-Baqarah: ayat 267.

---

[4]Dadan Ramdhani.dkk., Akuntansi Biaya",(Yogyakarta: CV MARKUMI,2020), h. 13.

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اَنْفِقُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّآ اَخْرَجْنَا لَكُمْ مِّنَ الْاَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيْثَ مِنْهُ تُنْفِقُوْنَ وَلَسْتُمْ بِاٰخِذِيْهِ اِلَّآ اَنْ تُغْمِضُوْا فِيْهِ ۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَنِيٌّ حَمِيْدٌ ﴿٢٦٧﴾

Artinya :*Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruklalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.(Q.S Al-Baqoroh-267).*[5]

2. Penggolongan Biaya

Ada berbagai macam penggolongan biaya yang dihubungkan dengantujuan penggunaanya, dengan demikian biaya dapat digolongkan :

1. Menurut obyek pengeluaran:

[5] Didik Andriawan*,"Mengubah Nasib dengan Al-Qur'an"*.(Media Pressindo,2018), h. 39-40

Nama biaya disesuaikan dengan obyek pengeluarannya contoh: biaya advertensi, biaya gaji, biaya asuransi dan sebagainya.

2. Menurut fungsi pokok dalam perusahaan:
   a. Biaya produksi yaitu total nilai dari input dalam kegiatan produksi untuk menghasilkan suatu produk baik barang atau jasa.
   b. Biaya pemasaran yaitu biaya yang diperlukan untuk menangani pesanan konsumen dan memperoleh produk atau jasa untuk disampaikan kepada konsumen.
   c. Biaya administrasi dan umum merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mengarahkan, mengendalikan dan mengoperasikan perusahaan.
3. Menurut hubungan biaya dengan suatu yang dibiayai:

a. Biaya langsung merupakan biaya yang dikeluarkan untuk suatu proses produksi yang dapat dengan mudah dihubungkan secara ekonomi terhadap produk atau jasa yang dihasilkan.

b. Biaya tidak langsung ialah biaya yang dikeluarkan tidak ada hubungan secara langsung dengan produk atau jasa yang dihasilkan.

4. Menurut jangka waktu manfaatnya:

a. Pengeluaran modal(capital expenditure) merupakan biaya yang dikeluarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk membeli, merawat serta memperbaiki asset tetap atau jangka panjang seperti contohnya, kendaran, bangunan, tanah hingga peralatan.

b. Pengeluaran pendapatan(revenue expenditure) adalah pengeluaran biaya yang hanya memberikan manfaat ekonomis pada saat periode berjalan terjdinya pengeluaran.

3. Karakteristik Biaya

Menurut prilakunya dalam hubungannya dengan perubahan volume aktivitas:

a. Biaya variabel atau biaya lain-lain (selain biaya tetap) yang dibebankan pada setiap unit output.

b. Biaya semi variabel adalah biaya yang totalnya berubah secara tidak proporsional seiring dengan perubahan output driver aktivitas dan biaya perunitnya berubah berbanding terbalik

c. Biaya semi fixed merupakan biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dalam kondisi konstan maupun umumnya selalu tidak berubah meskipun mengalami peningkatan ataupun penurunan jumlah barang dan jasa yang dihasilkan.

c. Biaya tetap adalah biaya yang besarnya tetap berapapun jumlah output yang dihasilkan.[6]

4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Seseorang Mengeluarkan Biaya

Konsep dasar seseorang mengeluarkan biaya adalah kebutuhan manusia. Manusia mempunyai banyak kebutuhan yang kompleks dimana kebutuhan tersebut bukan hanya fisik (makanan, pakaian, perumahan dll), tetapi juga rasa aman, aktualisasi diri, sosialisasi, penghargaan, kepemilikan, Semua

[6]Dadan Ramdhani. dkk.,Akuntansi Biaya,… …, h. 3.

kebutuhan berasal dari masyarakat konsumen, bila tidak puas konsumen akan mencari produk atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan tersebut.

Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual dinamakan keinginan. Keinginan adalah hasrat akan penawar kebutuhan yang spesifik. Masyarakat yang semakin berkembang, keinginannya juga akan semakin luas, tetapi ada keterbatasan dana atas biaya yang akan dikeluarkan, waktu, tenaga dan ruang, sehingga dibutuhkan perusahaan yang bisa memuaskan keinginan sekaligus memenuhi kebutuhan manusia dengan menembus keterbatasan tersebut, paling tidak meminimalisasi keterbatasan sumber daya.

Permintaan dengan keinginan dan kebutuhan serta keterbatasan sumber daya tersebut, akhirnya manusia menciptakan permintaan akan produk atau jasa dengan manfaat yang paling memuaskan. Sehingga muncullah istilah permintaan, yaitu keinginan manusia akan produk spesifik

yang didukung oleh kemampuan dan ketersediaan untuk membelinya.[7]

B. Keamanan

1. Pengertian Keamanan

Selain manfaat yang dirasakan, suatu inovasi biasanya juga disertai risiko .Dengan demikian, risiko yang dirasakan terkait dengan produk atau layanan menjadi perhatian yang signifikan dalam riset konsumen tentang inovasi(Lim dan Mitchell).Dalam konteks layanan elektronik, risiko keamanan,dikonseptualisasikan sebagai kemungkinan terhadap pelanggaran privasi, menjadiperhatian kritis di kalangan konsumen (Lwin).Pertama, banyak orang belum memiliki pengalaman sebelumnya dengan layanan elektronik baru (Bauer).Kedua, layanan non fisik secara inheren lebih sulit untuk dievaluasi dan dengan demikian dianggap lebih berisiko (Gefen dan Mitchell).

---

[7] Ir. Agustina Shinta,.Manajemen Pemasaran(Malang: UB Press, 2011) hlm 9-10

Secara umum, keamanan adalah seperangkat prosedur dan program untuk memverifikasi sumber informasi dan menjamin integritas dan privasi dari informasi tersebut (Tsiakis dan Sthephanides).Dalam penelitian tentang keamanan internet banking yang dilakukan oleh Salisbury persepsi keamanan didefinisikan sebagai sejauh mana orang percaya bahwa web atau internet aman untuk mengakomodir informasi yang sifatnya sensitif. Secara sederhana, keamanan yang dipersepsikan sebagai persepsi orang-orang terhadap sistem yang menghimpun transaksi keuangan mereka dengan aman dan menjaga kerahasiaan informasi pribadi mereka, dimana hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat pengadopsian sistem pembayaran mobile.

Pentingnya keamanan dan privasi pengguna dalam mengadopsi internet banking telah diamati dalam banyak studi perbankan (Sathye; Polatoglu and Ekin, Black; Howcroft, Pikkarainen).Dalam konteks pembayaran mobile atau elektronik, keamanan dapat dikategorikan ke

dalam tiga aspek, yaitu keamanan sistem, transaksi, dan hukum.Hal ini karena pembayaran mobile atau elektronik dapat dianggap terpercaya ketika semua fase proses transaksi mampu memuaskan kebutuhan pengguna dan harapan mereka terhadap tingkat keamanan (Baddeley). Berdasarkan hal itu, pada studi ini peneliti mendefinisikan persepsi keamanan sebagai harapan subjektif konsumen terhadap tingkat kepercayaan atas keamanan sistem, privasi, transaksi, dan hukum dari sistem pembayaran mobile.

Menurut Undang-undang keamanan saat melakukan transaksi elektronik diatur dalam UU Pasal 5 ayat 1 telah diatur bahwa”Informasi Elektronik dan atau Dokumen Elekronik dan atau hasil cetakannya merupakan alat bukti hukum yang sah. Selanjutnya dalam Pasal 5 ayat 2 dijelaskan bahwa ”Informasi Elektronik dan atau Dokumen Elekronik dan atau hasil cetakannya merupakan perluasan dari alat bukti yang sah sesuai dengan hukum acara yang berlaku di Indonesia.

Penyelenggaraan Sistem Elektronik juga diatur dalam UU Pasal 15 ayat 1 setiap penyelenggara Sistem Elektronik harus menyelenggarakan Sistem Elektronik secara andal dan aman serta bertanggung jawab terhadap beroperasinya Sistem Elektronik sebagaimana mestinya.[8]

Sebagai umat islam kita wajib menerapkan nilai-nilai islami agar dapat mewujudkan keamanan. Selain itu seperti yang sudah dilakukan oleh Nabi Muhammad SAW, bahwa menerapkan nilai-nilai syariat islam dan hukum-hukumnya dalam kehidupan sehari-hari akan membantu dalam menjaga stabilitas keamanan itu sendiri.

Dari keterangan di atas untuk menjamin keamanan ummat islam dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu dari diri sendiri (keimanan) yang kokoh dan dari komunitas atau Negara yang memberikan jaminan keamanan untuk mewujudkan kehidupan yang lebih baldatun thoyyibatun wa rabbun ghofur.

---

[8] Edy Santosi dan Sukendar,Hukum Bisnis: Kumpulan Undang-Undang di Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi. (Yogyakarta: Grup Penerbit CV BUDI UTAMA,2020), h. 20-22.

Hal kedua setelah terpenuhinya kebutuhan sandang pangan adalah masalah keamanan ummat islam. Membangun ketahanan keamanan komunitas ummat islam yang identik dengan pembangunan keimanan. Ini bisa dilihat pada sosok Nabi Ibrahim A.S setelah perjalanan mencari Tuhan, iman ditemukan, kemudian dilanjutkan dengan keamanan komunitas (Negara) nya, seperti dalam Firman Allah SWT : (QS An-Nur Ayat 55).

وَعَدَ اللّٰهُ الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا مِنْكُمْ وَعَمِلُوا الصّٰلِحٰتِ لَيَسْتَخْلِفَنَّهُمْ فِى الْاَرْضِ كَمَا اسْتَخْلَفَ الَّذِيْنَ مِنْ قَبْلِهِمْۖ وَلَيُمَكِّنَنَّ لَهُمْ دِيْنَهُمُ الَّذِى ارْتَضٰى لَهُمْ وَلَيُبَدِّلَنَّهُمْ مِّنْۢ بَعْدِ خَوْفِهِمْ اَمْنًاۗ يَعْبُدُوْنَنِيْ لَا يُشْرِكُوْنَ بِيْ شَيْـًٔاۗ وَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذٰلِكَ فَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الْفٰسِقُوْنَ ﴿٥٥﴾

Artinya : *Dan Allah telah berjanji kepada orang-orang yang beriman di antara kamu dan mengerjakan amal-amal shalih bahwa ia akan menjadikan mereka berkuasa dan sungguh ia akan meneguhkan bagi mereka agama mereka yang diridhai-nya untuk mereka dan ia benar-benar akan mengganti (keadaan) mereka sesudah mereka dalam ketakutan menjadi aman sentosa. Mereka tetap menyembahku dengan tiada mempersekutukanku sesuatu pun dengan aku.Dan barang siapa yang (tetap) kafir sesudah (janji) itu, maka mereka itulah orang-orang yang fasik* (QS An-Nur Ayat 55).

Keamanan dikumandangkan setiap individu, masyarakat dan Negara. Sebab kehidupan mereka tidak akan normal, kecuali dengan terciptanya stabilitas keamanan. Ada sekian mekanisme yang ditempuh berbagai Negara demi terciptanya keamanan.Ada yang memaksakan kehendak kepada rakyat, ada yang melepaskan kendali dan membebaskan kepada rakyat dengan slogan liberalism.Ada yang dengan pemanfaatan teknologi mutakhir untuk mengendalikan rakyat.

Dalam Firman Allah SWT yang lain, Nabi Ibrahim memasrahkan keamanan Negara kepada Allah SWT yakni dalam (QS Al-Baqarah Ayat : 126)

وَاِذْ قَالَ اِبْرٰهٖمُ رَبِّ اجْعَلْ هٰذَا بَلَدًا اٰمِنًا وَّارْزُقْ اَهْلَهٗ مِنَ الثَّمَرٰتِ مَنْ اٰمَنَ مِنْهُمْ بِاللّٰهِ وَالْيَوْمِ الْاٰخِرِۗ قَالَ وَمَنْ كَفَرَ فَاُمَتِّعُهٗ قَلِيْلًا ثُمَّ اَضْطَرُّهٗٓ اِلٰى عَذَابِ النَّارِۗ وَبِئْسَ الْمَصِيْرُ ﴿١٢٦﴾

Artinya : *dan (ingatlah) ketika Ibrahim berdoa : Wahai, Rabbku, jadikanlah negeri ini negeri aman sentosa dan berikanlah rizki dari buah-buahan kepada*

penduduknya yang beriman di antara mereka kepada Allah dan hari kemudian.(QS. Al-Baqarah Ayat : 126).[9]

C. Kemudahan Penggunaan

1. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Persepsi Kemudahan Persepsi kemudahan yaitu sebuah keyakinan pengguna bahwa suatu teknologi dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Persepsi kemudahan merupakan salah satu faktor penentu dasar penerimaan penggunaan teknologi. Maka pengguna akan mengadopsi sistem teknologi pembayaran apabila sistem tersebut mudah digunakan dan bebas akan usaha.

Menurut Jogiyanto, persepsi kemudahan penggunaan (perceivedease of use) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwamenggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Hal ini, dapat dikatakanbahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan tentang kepercayaan seseorangbahwa

[9] Kewajiban Menjaga Stabilitas Keamanan"Koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah Baitul maal wat tamwil Bina Ummat Sejahtera, Jawa Tengah 1996.https://www.bmtbus.co.id dilihat pada 27 Desember 2021 Pukul 17 : 52

teknologi informasi tersebut memberikan kemudahan dalam penggunaannyasehingga tidak memerlukan usaha yang besar. Jika seseorang merasa percayabahwa teknologi mudah digunakan maka akan membuat seseorang menggunakanteknologi tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa tidak percaya bahwateknologi tidak mudah digunakan maka akan membuat seseorang tidakmenggunakan teknologi tersebut. Concult dalam Rochmawati menjelaskan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan kombinasi darikenyamanan yang diberikan seperti mudah diakses internet, tersedianya keamanan,dan kebutuhan layanan.[10]

2. Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Mobile payment

Menurut Jogiyanto, persepsi manfaat (perceived usefulness) didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang

[10]Hari Rizki Ananda"Persepsi Kegunaan, Persepsi Kemudahan Menggunakan, Persepsi Keamanan, dan Persepsi Kompatibilitas Terhadap Intensi Menggunakan Layanan Mobile Payment di Indonesia,"Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta 2015.dspace.uii.ac.id>bitstream>handle>skripsi.di unduh pada 24 November 2021.

percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaanya. Dari definisi tersebut bahwa persepsi manfaat merupakan kepercayaan terhadap teknologi dapat memberikan manfaat dalam hal kinerja pekerjaanya. Jika seseorang merasa percaya bahwa teknologi bermanfaat maka akan membuat seseorang menggunakan teknologi tersebut. Sebaliknya jika seseorang merasa tidak percaya bahwa sistem kurang bermanfaat maka akan membuat seseorang tidak menggunakan teknologi tersebut.

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Inshirah Ayat 5-6

فَاِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۙ ﴿٥﴾ اِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًاۗ ﴿٦﴾

Artinya: Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (QS.Al-Inshirah Ayat 5-6).[11]

[11] Umar Mukhtar dan Nashih Nasrullah " 7 Ayat berikut Jelaskan Mengapa Ada Kesulitan dalam Hidup"27 Agustus 2020.https://www.republika.co.id

D. Mobile Payment

1. Pengertian Mobile Payment

Teknologi terus berubah mengalami perkembangan yang sangat cepat dan massive.Dimana perubahan dan inovasi terus terjadi setiap waktu, dan manusia tidak lepas dari penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari hari, Hampir setiap aspek kehidupan kerap bersinggungan dengan teknologi.Dewasa ini salah satu teknologi yang tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari hari adalah internet.Porter berpendapat bahwa teknologi internet memberikan peluang yang lebih baik bagi perusahaan untuk membangun posisi strategis yang khas dibandingkan dengan generasi teknologi di masa lalu (Porter).Dimana teknologi internet dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan untuk membangun keunggulan kompetitif untuk tetap bersaing.

Menurut Pertawijaya, mobile payment adalah sistem pembayaran bagi barang atau jasa menggunakan perangkat bergerak seperti telepon genggam atau PDA. Mobile payment adalah metode pembayaran yang menggunakan perangkat

mobile seperti mobile phone, smartphone, personal digital assistant Sikap terhadap Perilaku (Attitude towards Behavior) Norma Subjektif (Subjective Norm) Kontrol Perilaku Persepsian (Perceived Behavior Control)Minat Perilaku (Behavioral Intention) Perilaku (Behavior) untuk melaksanakan dan mengkonfirmasi pembayaran jasa atau barang serta dapat dilakukan dimanapun.

Mobile payment dapat digunakan untuk membayar kebutuhan barang atau jasa secara non tunai apabila sudah terdaftar pada aplikasi yang menyediakan sistem mobile payment dengan menggunakan perangkat mobile serta memiliki saldo yang cukup untuk bertransaksi. Pengisian saldo (top up) dapat dilakukan dengan berbagai cara yaitu dengan langsung ke gerai yang bersangkutan, ATM, SMS Banking, Internet Banking, Mobile Banking dsb (Yulianto, Ferdinand, dan Soesanto).Aplikasi yang menyediakaan layanan mobile payment untuk bertransaksi antara lain Go-Pay, Ovo, LinkAja, Doku, PayPro, Dana dan lain-lain. Rata-rata mobile payment menggunakan tiga platform untuk pembayaran yaitu QR Code,

Near-Field Communication (NFC), dan One-Time Password (OTP) (Johnson et al).

Sistem mobile payment dalam metode pembayaran akan membuat seseorang merasakan lebih praktis, mudah digunakan, transparan, cepat, fleksibel dan ada beberapa promo menarik yang hanya didapatkan dengan bertransaksi mobile payment (Ariyanto). Pada layanan mobile payment terdapat promo-promo yang menarik dan tidak bisa didapatkan dengan metode pembayaran yang lain. Promo-promo yang ditawarkan layanan mobile payment bisa berupa diskondan cashback.

Dalam pandangan islam Mobile Payment bisa disebut juga Hawala (Hiwala, Hewala, atau Hundi) yang berarti transfer atau kadang-kadang kepercayaan) adalah sistem transfer nilai informal yang banyak digunakan untuk mentransfer dana dari satu wilayah geografis ke wilayah lain, tidak didasarkan pada pergerakan uang tunai, atau pada jaringan telegraf atau computer transfer antar bank, tetapi di

jaringan besar pialang uang, dikenal sebagai hawaladars yang berlokasi di seluruh dunia Muslim.

Akad *hawalah* merupakan suatu akad pemindahan hutang daritanggungan *muhil* (orang yang berhutang) menjadi tanggungan *muhal'alaih*(orang yang melakukan pembayaran hutang) sehingga dalam *hawalah* initerjadi perpindahan tanggungan atau hak dari satu pihak kepada pihak lain.Pengalihan penagihan hutang ini dibenarkan oleh syariah dan telahdipraktikkan oleh kaum muslimin dari zaman Nabi Muhammad SAW sampaisekarang sebagai salah satu bentuk tolong menolong sesama muslim.Kaum muslimin di dalam Al-Qur’an diperintahkan untuk saling tolong menolong satu sama lain, sebagaimana Firman Allah SWT:

يَآيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تُحِلُّوْا شَعَآئِرَ اللّٰهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا
الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَآئِدَ وَلَآ آمِّيْنَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ يَبْتَغُوْنَ فَضْلًا مِّنْ
رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا ۗ وَاِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوْا ۗ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ
قَوْمٍ اَنْ صَدُّوْكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ اَنْ تَعْتَدُوْا ۘ وَتَعَاوَنُوْا عَلَى

الْبِرِّ وَالتَّقْوٰى ۖ وَلَا تَعَاوَنُوْا عَلَى الْاِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۖ وَاتَّقُوا اللّٰهَ ۗ اِنَّ اللّٰهَ شَدِيْدُ الْعِقَابِ ۝٢

"*Dan tolong menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebaikan dan takwa,dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran"* (Q.S Al-Maidah ayat 2).

Akad *hawalah* merupakan suatu bentuk saling tolong menolong yangmerupakan manifestasi dari semangat ayat tersebut.Secara hukum Islam,*hawalah*ini dibolehkan berdasarkan Sunnah dan Ijma Ulama. DidalamSunnah, Imam Bukhari Muslim meriwayatkan dari Abu Hurairah bahwaRasulullah SAW bersabda:

عنأبيهريرةرضياللّه عنهقال :قالرسولاللّه صلىاللّه عليهوسلم :

مَطْلالغنيِّظلم .واذاأُتْبعأحدكمعلىمَلِئٍفليَتْبع "متفقعلي

"*Menunda pembayaran bagi orang yang mampu adalah suatu kezaliman.Dan, jika salah seorang kamu diikutkan (di-hawalah-kan) kepada orang yangmampu/kaya, terimalah hawalah itu."*(Al-Bukhari III/55, 85 Muslim III/1197nomor 1564).

Pada hadits tersebut, Rasulullah memberitahukan bahwa jika orangyang berhutang meng-*hawalah*-kan kepada orang yang kaya/mampu, hendaklah iamenerima *hawalah* tersebut dan hendaklah ia menagih kepadaorang yang

di*hawalah*-kan (*muhal'alaih*) sehingga haknya dapat terpenuhi.Sebagian ulama berpendapat bahwa perintah untuk menerima *hawalah* dalam hadits tersebut menunjukkan wajib.Oleh sebab itu, wajib bagi yangmenguntungkan (*muhal*) menerima *hawalah*. Adapun mayoritas ulamaberpendapat bahwa perintah untuk menunjukkan sunnah. Jadi, sunnahhukumnya menerima *hawalah* bagi *muhal*.Berdasarkan *Ijma*, ulama sepakatmembolehkan *hawalah*.*Hawalah* dibolehkan pada utang yang tidak berbentukbarang/benda karena *hawalah* adalah perpindahan utang.Oleh sebab itu, haruspada uang atau kewajiban finansial.Dasar hukum akad *hawalah* antara lain telah diatur dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 12/DSN-MUI/IV/2000 tentang *Hawalah*. Mekanisme pelaksanaan *hawalah* telah diperkuat dan dipertegas lagi dengan keluarnya Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 58/DSN-MUI/V/2007tentang *Hawalah bi Ujrah*sebagai tindak lanjut dan penyempurnaan dariFatwa

Dewan Syariah Nasional Nomor: 12/DSN-MUI/IV/2000 tentang*Hawalah*.[12]

Secara terminology, hiwala atau hawalaadalah akad pemindahan beban hutang muhil (orang yang berhutang) kepada muhal alaih (orang yang berkewajiban membayarkan hutang, dasar hukum gadai terdapat pada Hadist Aisyah r.a.

Artinya: "Sesungguhnya, Nabi shallaallahu 'alaihi wa sallam membeli bahan makanan dari seorang yahudi dengan cara berhutang, dan beliau menggadaikan baju besinya".(Hr. Al-Bukhari no. 2513 dan Muslim no. 1603).(Sulaiman).

Menurut IMF (International Monetery Fund) dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai Dana Moneter Internasional, transaksi hawala biasanya mentransfer nilai uang atau utang, tetapi tidak sesuai uang tunai, dari satu Negara ke Negara lain. Karena transfer menggunakana alat elektronik tidak ditemukan melanggar syariah, dan bank

[12]MuhammadRizkiNaufal " Aplikasi Hawalah Dalam Pengambilalihan Hutang Dari Perbankan Konvensional, Tesis Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta 2018.https://dspace.uii.ac.id>bitstream>handle>Tesis di unduh pada 23 Desember 2021.

syariah juga menggunakan transfer lewat elektronik. Namun hawala memiliki keuntungan karena tersedia ditempat-tempat transfer tidak dan mampu menghindari pungutan terkait perdagangan pada penerima seperti bea cukai dan pajak konsumsi.[13]

2. Faktor-faktor Menggunakan Mobile Payment

1. Faktor budaya dan subbudaya: budaya merupakan faktor penentu yang penting dalam menentukan konsumen yang berkaitan dengan perilaku dan keinginan.
2. Faktor sosial: mencakup kelompok referensi, keluarga, peranan sosial, dan status.

   Kelompok referensi: merupakan kelompok yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku.

[13]Darmawan dan Muhammad Iqbal Fasa, *Manajemen Lembaga Keuangan Syariah* ... ... h. 45.

Keluarga: keluarga memberikan pengaruh yang dominan dalam pola perilaku konsumen dalam kaitannya dengan pembelian produk atau jasa yang dibutuhkan.

Peranan dan status: peranan terdiri atas kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, misalnya aktivitas dalam suatu organisasi tertentu, sedangkan status merupakan implentasi dari peranan tersebut.

3. Faktor pribadi: karakteristik pribadi yang mempengaruhi keputusan pembelian, meliputi umur maupun masa dalam siklus hidup; pekerjaan ataupun lingkungan ekonomi; dan kepribadian sekaligus konsep diri, gaya hidup serta nilai-nilai.[14]

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu merupakan kumpulan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu yang ada kaitannya terhadap penelitian yang dilakukan.Hasil-

[14]Dewi Indriani Jusuf, Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online, (Yogyakarta: Penerbit ANDI,2018), h. 15-17.

hasil dari penelitian sebelumnya dapat dijadikan bahan referensi untuk penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian Dewi Khornida Marheni dan Gracia Melani (2021)yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Niat Menggunakan Mobile Payment” Penelitian bertujuan untuk mengetahui apakah faktor-faktor berupa persepsi biaya, persepsi resiko keuangan, usia, persepsikemudahan penggunaan, dan persepsi keamanan mempengaruhi niat menggunakan mobile payment. Sebanyak 414 responden masyarakat Kota Batam digunakan sebagai subjek penelitian melalui penyebaran kuesioner. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengujian data primer melalui SEM-PLS. Hasil menunjukkan bahwa resiko keuangan, keamanan, serta kemudahan penggunaan menjadi faktor penentu niat penggunaan mobile payment.Namun, persepsi biaya tidak ditemukan hubungan yang signifikan. Usia juga tidak ditemukan

hubungan yang signifikan terhadap kemudahan penggunaan mobile payment.

Hasil penelitian ini adalah niat menggunakan mobile payment memiliki nilai adjusted R2 sebesar 0,481 yang berarti variabel persepsi biaya, persepsi resiko keuangan, variabel demografi usia,persepsi kemudahan penggunaan, serta persepsi keamanan mempengaruhi variabel niat menggunakan mobile paymentsebesar 48,1%,sementara sisanya yaitu sebesar 42,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak terdapat pada model. Kemudian variabel persepsi kemudahan penggunaan memiliki nilai adjusted R2 sebesar 0,001 yang berarti variabel demografi usia mempengaruhi variabel persepsi kemudahan penggunaan sebesar 0,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan Dewi Khornida Marheni dan Gracia Melani yaitu sama-sama menggunakan variabel independen niat untuk menggunakan mobile payment. Selain itu pendekatan yang digunakan ini sama dengan

penelitian yang dilakukan oleh Dewi Khornida Marheni dan Gracia Melani yaitu pendekatan kuantitatif data primer.

Adapun perbedaannya terletak pada variabel independen dan variabel dependen dimana usia, resiko keuangan, dan niat yaitu pada masyarakat kota Batam yang dilakukan oleh Dewi Khornida dan Gracia Melani. Serta perbedaan mendasar pada keduanya yaitu perbedaan objek penelitian.[15]

a. Penelitian Nur Afiah dan Hajrah Hamzah (2021) yang berjudul,"faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan moble payment(studi kasus pengguna aplikasi ovo di kota Makassar)". Penelitian ini menggunakan tiga variabel independen yaitu Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan dan Persepsi Resiko dan satu variabel dependen yaitu Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment. Sampel yang digunakan dalam

[15]DewiNiat Menggunakan Mobile Payment*".Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 4 No 2, Juni 2021),* h. 810.

penelitian ini sebanyak 82 orang pengguna aplikasi OVO yang ada di Kota Makassar. Metode penetapan sampel yang digunakan adalah convenience sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan kemudahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan melalui dua cara, yaitu riset lapangan dan riset kepustakaan. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran instrumen penelitian. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel independen Persepsi Manfaat (X1), Persepsi Kemudahan (X2) dan Persepsi Resiko (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen Minat Menggunakan Layanan Mobile Payment (Y). Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis atas pengujian masing-masing variable X dan Y, baik pengujian secara parsial (uji-t) maupun pengujian secara simultan (uji f).

Penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan Nur Afiah dan Hajrah Hamzah yang berjudul,"faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan layanan moble payment (studi kasus pengguna aplikasi ovo di kota Makassar)".yaitu sama-sama menggunakan variabel dependen minat menggunakan layanan mobile payment. Selain itu pendekatan yang digunakan ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur Afiah dan Hajrah Hamzah yaitu pendekatan kuantitatif data primer.

Adapun perbedaannya terletak pada variabel independen yaitu Persepsi Manfaat pada masyarakat kota Makassar yang dilakukan olehAfiah dan Hajrah Hamzah. Serta perbedaan mendasar pada keduanya yaitu perbedaan objek penelitian.[16]

---

[16]Nur Afiahdan Hajrah Hamzah, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Mobile Payment*".Jurnal Ekonomi Vol 9 No 1, Juni 2021),* h. 111.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Rosita Indrawati, Syaiful Anwar, Rano Kartono, (2019) yang berjudul,"faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi mobile payment ovo di samarinda".Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu instrument (kuesioner). Suatu instrument (kuesioner) dikatakan valid jika pertanyaan pada instrumen (kuesioner) mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh instrument (kuesioner) tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel untuk degree of freedom (df) = n – 2, dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Untuk melihat nilai rtabel dilihat pada α = 0,05 r product moment. Jika rhitung> rtabel dan nilai positif maka item pertanyaan valid (Ghozali, 2008). Penghitungan rhitung dilakukan menggunakan Pearson Product Moment yang dirumuskan pada Persamaan 1 (Ghozali, 2008). Terdapat 5 variable yang akan diuji yaitu Feature, Trust, Satisfaction,

Loyalty dan Mobile Payment.Dari perhitungandiketahui bahwa nilai koefisien korelasi berganda (R), yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel X1, X2, X3, dan X4 terhadap variabel Y sebesar 0,763. Hal ini berarti terdapat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi berganda (R Square) adalah 0,583 atau 58,3% yang berarti nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 58,3% variabel Y dipengaruhi X1, X2, X3 dan X4 sedangkan sisanya 41,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.[17]

F. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata *hipo* yang berarti di bawah dan thesa yang berarti kebenaran.Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman simpulan teoritis yang diperoleh oleh tinjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan posisi yang akan

[17] Rosita Indrawati,Syaiful Anwar, Rano Kartono Faktor-faktor yang Mempengaruhi Adopsi Mobile Payment". *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Vol 4 No 1, Juni 2019*), h. 1

diuji keberlakuannya atau merupakan suatu jawaban sementara atau pernyataan penelitian.[18]

Adapun hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah:

H1: Persepsi biaya berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment pada masyarakat kampung laes desa kareo.

H2: Keamanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment padamasyarakat kampung laes desa kareo.

H3: Kemudahan Penggunaan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan mobile payment pada masyarakat kampung laes desa kareo

[18] Nanang Martono, Metode Penelitian Kuantitatif, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2016), h. 67.