

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ISLAM TERHADAP
PENGUNAAN E-MONEY BERBASIS MOBILE (GO-PAY) SEBAGAI
ALAT TRANSAKSI PADA GENERASI MILENIAL DI SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh:

Herlin Anita Primandani

NIM : G04218023



**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herlin Anita Primandani

NIM : G04218023

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-Pay) Sebagai Alat Transaksi pada Generasi Milenial di Surabaya

Surabaya, 10 Oktober 2022

Saya yang menyatakan



Herlin Anita Primandani

NIM. G04218023

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-Pay) Sebagai Alat Transaksi Pada Generasi Milenial Di Surabaya” yang telah di tulis oleh Herlin Anita Primandani NIM G04218023 ini telah di periksa dan di setujui untuk di Munaqosahkan

Surabaya, 29 September 2022

Pembimbing



Dr. Baharul Huda, Lc., M. E. I
(NIP. 198509042019031005)

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN ISLAM TERHADAP
PENGUNAAN E-MONEY BERBASIS MOBILE (GO-PAY)
SEBAGAI ALAT TRANSAKSI PADA GENERASI MILENIAL DI
SURABAYA**

oleh:
Herlin Anita
Primandani
NIM: G04218023

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada
tanggal 20 Oktober 2022 dan dinyatakan memenuhi syarat untuk
diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Bakhrul Huda, Lc., M.E.I
NIP. 198509042019031005
(Penguji 1)
2. Dr. Sri Wigati, M.E.I
NIP. 197302212009122001
(Penguji 2)
3. Andhy Permadi, M.Kom
NIP. 198110142014031002
(Penguji 3)
4. Mohammad Dliyaul Muflihah, S.E.I., M.E
NIP. 202202001
(Penguji 4)

Tanda Tangan:

.....

.....

.....

.....

Surabaya, 20 Oktober 2022



Dr. Saiful Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I
NIP. 197005142000031001

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Herlin Anita Primandani
NIM : G04218023
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah
E-mail address : herlinanitap@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Penggunaan E-money Berbasis Mobile (Go-Pay) sebagai Alat Transaksi pada Generasi Milenial di Surabaya.

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Februari 2023

Penulis



(Herlin Anita Primandani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-Pay) Sebagai Alat Transaksi Pada Generasi Millennial Surabaya” merupakan penelitian mengenai penggunaan Uang Elektronik Generasi millennial di Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana pengaplikasian perilaku konsumen islam pada generasi millennial saat menggunakan e-money berbasis mobile gopay dan bagaimana penggunaannya

Penelitian ini menggunakan jenis lapangan dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Untuk menentukan sampel dalam penelitian ini menggunakan teori Hair yaitu jumlah sampel 2 x dari jumlah indicator. Teknik penentuan sampel yang digunakan yaitu dengan menggunakan *purposive sampling*, dikarenakan penelitian ini membutuhkan kriteria tertentu seperti usia dalam responden yang berada pada rentan kelahiran tahun 1980-2000, dan penggunaan GoPay aktif dan berdomisili di Surabaya Kecamatan Sawahan. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dokumentasi.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa perilaku konsumen generasi milenial Surabaya kecamatan sawahan ini pada umumnya belum bisa menyeimbangkan antara kebutuhan dan keinginannya di kehidupan. Perilaku konsumen islam tersebut sepenuhnya sesuai dengan teori konsumsi islam. Dimana Sebagian informan yang melakukan penggunaan GoPay berdasarkan dengan keinginan mereka bukan berdasarkan dengan apa yang mereka butuhkan namun disisi lain millennial juga turut menggunakan GoPay tersebut guna untuk kebaikan seperti dengan donasi, melakukan zakat dan donasi pada Pendidikan yang telah tersedia di aplikasi tersebut.

Saran untuk millennial di kota Surabaya khususnya yang ada di kecamatan sawahan agar lebih selektif dalam melakukan transaksi dan diharapkan dapat membuat skala prioritas dalam berbelanja agar tidak mudah tergiur pada promo yang sedang di tawarkan dengan mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terlebih dahulu sebelum membelinya. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakann sebagai bahan refrensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya

Kata Kunci: *Penggunaan GoPay, Generasi Millennial, Perilaku konsumen islam.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis bisa dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Islam Terhadap Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-Pay) Sebagai Alat Transaksi Pada Generasi Millennial Surabaya”. Shalawat serta salam semoga tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang ini telah membimbing umatnya dari alam kebodohan menuju alam terang yaitu agama islam.

Penulis skripsi ini tentu tidak terlepas dari berbagai kesulitan dan hambatan yang telah dialami oleh penulis. Dengan demikian, penulis membutuhkan dukungan, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada para pihak yaitu:

1. Rektor UIN Sunan Ampel Surabaya, Bapak Prof. Akh Muzzaki, M.Ag, Grad.Dip.SEA., M. Phil, Ph.D
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya, Bapak Dr. Sirojul Arifin, S. Ag., S.S., M.E.I. atas segala layanan dan fasilitas yang telah di berikan selama penulis menempuh studi
3. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Sunan Ampel Surabaya, Ibu Dr. Lilik Rahmawati. M.E.I. atas Motivasi, ilmu dan kemudahan pelayanan selama penulis menempuh studi

4. Wali Dosen, Ibu Nurlaila, SE. MM, atas motivasi dan bimbingan yang diberikan selama menempuh studi
5. Dosen Pembimbing Skripsi, Bapak Dr. Bakhrul Huda., Lc., M.E.I, atas Motivasi, bimbingan, kritik, serta, saran hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini
6. Seluruh Dosen Penguji yang telah membrikan masukan dan arahnya atas ilmunya untuk menyempurnakan penyusunan skripsi ini
7. Semua informan dalam penelitian ini, atas kesediaannya untuk di wawancara serta membagikan sedikit ilmunya kepada penulis
8. Kedua orang tua, penulis yang selalu mendoakan dan memberikan arahan beserta dukungan penulis agar terus berusaha dan berikhtiar dalam penyelesaian skripsi hingga akhir
9. Teman-teman yang selalu memberikan semangat terbaik Meli Rahmawati, Fika Permata yang telah menguatkan saya dalam penyelesaian skripsi ini
10. Teman-teman seperjuangan saya Masyithah Aliya, Hanun Hamidah, Intan Ambar sekaligus keluarga besar Ekonomi syari'ah 2018

DAFTAR ISI

Bab I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Definisi Operasional.....	10
1.6 Sistematika Skripsi.....	11
Bab II	13
Tinjauan Pustaka	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen Islam.....	17
2.1.3 Uang Elektronik (E-Money).....	23
2.1.4 Aspek Syari'ah dalam Uang Elektronik.....	29
2.1.5 Generasi Millennial.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Kerangka Konseptual.....	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	39
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel.....	40
3.3 Sumber Data.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV	49
HASIL DAN PEMBAHASAN	49

4.1 Profil Kota Surabaya.....	49
4.2 Generasi Milenial Kota Surabaya	51
4.3 Profil Perusahaan Go-Jek.....	52
4.4 Informasi Data	54
4.5 Hasil Data.....	55
BAB V	66
ANALISIS.....	66
5.1 Konsumsi Generasi Milenial Surabaya dalam Menggunakan GoPay sebagai Alat Transaksi	66
5.2 Perilaku Konsumen Islam dalam Menggunakan GoPay.....	68
BAB VI.....	72
PENUTUP.....	72
6.1 Kesimpulan	72
6.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	74
LAMPIRAN.....	78
Data Informan	78

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Daftar Wawancara Narasumber	44
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk dan Rasio Kecamatan Kota Surabaya.....	49
Tabel 4. 2 Data Wawancara Narasumber.....	55



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 2 Penggunaan Uang Elektronik Tahun 2017-2018	3
Gambar 4. 1 Lambang Gojek.....	52
Gambar 4. 2 Penggunaan Gopay.....	58



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Bab I

Pendahuluan

1.1 Latar Belakang Masalah

Digitalisasi telah muncul karena adanya perkembangan dari teknologi yang dapat menyebabkan perubahan masyarakat dengan cara bertransaksi. Namun dari pendapat lain digitalisasi ini dapat di artikan sebagai proses pembuatan digital pada segala sesuatu yang dapat di digitalkan dengan cara mengubah proses pada format informasi digital. Dalam konteks bisnis, mungkin dilakukan pada seluruh fase produksi hingga bagaimana caranya dapat memperoleh informasi pasar dengan menggunakan *big data*. Dari bisnis yang di namakan digital seperti transportasi dalam jejaring online di Indonesia ini yang telah berkembang dari tahun 2011 seperti Gojek, Grab, Uber seluruh proses bisnis dilakukan secara online. (Asiati et al., 2019)

Di era digital saat ini, konsumen menghabiskan waktunya lebih banyak dengan menggunakan online dan mengambil keputusan dengan konten digital. Saat ini dunia sedang berada semua serba canggih dengan adanya tuntutan kecepatan dan efisiensi waktu, seperti pada kegiatan ekonomi yang telah memanfaatkan kecanggihan berupa teknologi informasi yang telah membatu kemudahan masyarakat dalam melakukan sebuah transaksi jual beli online, transfer mobile atau dengan melakukan pembayaran untuk pembelian dengan tagihan melalui kartu kredit atau kartu debit yang telah di keluarkan oleh bank.

Oleh sebab itu untuk dapat mendorong masyarakat dalam mengurangi transaksi dengan menggunakan uang tunai atau *cashless society*. Fenomena dari *cashless society* ini utamanya digunakan pada generasi milenial yang dapat menjelaskan bahwa pola konsumsi dan perilaku dari generasi milenial dalam melakukan transaksi saat ini telah berubah, millennial saat ini telah memaknai manfaat e-money bukan hanya sekedar sebagai alat transaksi saja tetapi juga sebagai penyelamat di saat darurat, seperti contohnya malas keluar rumah, lupa membawa dompet atau tidak mempunyai uang tunai. Selain itu juga dari segi praktisnya yaitu mendapatkan penawaran promo dan keamanan dari kejahatan atau penyebaran virus Covid-19.

Di Indonesia saat ini telah ada berbagai e-money dari yang digunakan oleh masyarakat seperti indomaret card, E-Toll, True money, Tap Cash dan Dompetku dan masih banyak lagi. Namun yang berbasis mobile yaitu seperti G-Pay, ShopeePay, Dana, dan OVO. Di Indonesia saat ini e-money telah diatur dalam peraturan perundang-undangan dengan Nomor 11/12/PBI/2009 Tentang Uang Elektronik, (Bank Indonesia, 2019) yang dimana di peraturan tersebut telah menjelaskan tentang uang elektronik sebagai berikut;

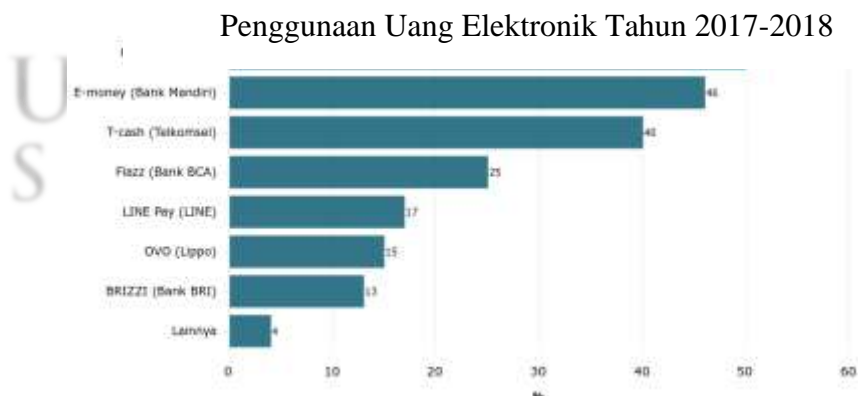
Uang elektronik adalah sebuah alat pembayaran yang telah memenuhi unsur sebagai berikut

- a) Telah diterbitkan atas dasar nilai uang sector dengan yang disetor lebih dulu pada penerbit

- b) Nilai uang yang akan disimpan secara elektronik dalam suatu media chip atau server
- c) Dapat digunakan sebagai alat transaksi pada pedagang yang telah menerbitkan uang elektronik berbasis mobile, dan
- d) Nilai pada uang elektronik ini telah dikelola oleh penerbit dan bukan merupakan simpanan yang di maksudkan dalam perundang-undangan yang mengatur mengenai perbankan.

Dalam kehidupan sehari-hari, masyarakat tidak terlepas dari kegiatan bertransaksi dengan uang tunai ataupun dengan e-wallet, dengan itu masyarakat dapat menjalankan aktivitasnya serta memenuhi kewajiban masing-masing. Rata-rata peningkatan dari penggunaan pada transaksi aplikasi mobile Go-Pay di Indonesia mengalami peningkatan dalam lima tahun terakhir.

Gambar 1. 1



Sumber: Databoks.co.id

Dari uraian gambar tersebut dinyatakan bahwa Go-Pay telah menjadi pemimpin uang elektronik atau e-wallet di Indonesia. Platform yang telah dimiliki oleh Gojek tersebut telah ditetapkan sebagai penyedia uang elektronik yang paling banyak penggunaannya di Indonesia berdasarkan hasil studi Lembaga riset (BPS Indonesia, 2021) Hingga saat ini, go-pay telah bermitra dengan 28 institusi keuangan, serta sudah diterima lebih dari 240.000 rekan yang telah mendirikan usaha di berbagai kota, dan 40% di sebagian tersebut juga adalah UMKM. BPS telah mengindikasikan adanya peningkatan biaya kebutuhan masyarakat selama pandemic Covid-19. Selama pandemic, masyarakat dianjurkan agar tetap berada di rumah sehingga tidak adanya penyebaran virus. Sehingga banyak aktivitas yang dilakukan di rumah. Salah satunya adalah kegiatan transaksi yang dilakukan secara online pada tahun 2021.

Dari data transaksi uang elektronik yang menunjukkan trend peningkatan, bank Indonesia terus berupaya untuk melakukan pengembangan dan perbaikan terkait system maupun aturan tentang transaksi keuangan elektronik dengan harapan transaksi uang elektronik dapat menjadi pilihan pada generasi milenial sebagai instrument transaksi pembayaran demi kemajuan perekonomian digital. (Ibrahim et al., 2021). Seperti yang telah disampaikan oleh (Ilahi, 2022) bahwa teknologi mulai menjadi solusi inovatif untuk layanan keuangan. Situasi ini mendorong bank Indonesia meningkatkan pembayaran dengan QRIS yaitu standar QR Code yang telah dibuat oleh Bank Indonesia untuk memfasilitasi pembayaran digital melalui aplikasi uang elektronik berbasis mobile.

Sejak diresmikan tanggal 1 Januari 2020 hingga 2 Juli 2020, Bank Indonesia sudah mencatat penggunaan QRIS pada merchant hampir mencapai 190.706 alias 47% dari 22 Maret lalu, merchant sedang mencapai 333.992 alias naik 26% usaha kecil menengah (UMKM) mencapai 685.328 alias 125% dan merchant donasi mencapai 9.288 alias naik 132% (Katadata.co.id, 2020). Dari persepsi mudah tersebut digunakan dan persepsi manfaat terhadap konsumen dalam menggunakan uangnya. Manfaat yang ditawarkan uang elektronik dapat berpengaruh pada persepsi konsumen sehingga dapat meningkatkan penggunaannya. Ketika sebuah produk memiliki manfaat untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari, maka kemungkinan produk tersebut akan digunakan oleh masyarakat luas.

Pada penjelasan di atas akan mengakibatkan peningkatan sifat konsumtif terhadap masyarakat. Menurut (Abiba & Indrarini, 2021) semakin dekat jarak antara konsumen dan produsen, maka akan semakin banyak kesempatan yang di peroleh ketika adanya aktivitas kegiatan transaksi jual beli. Dengan ini dapat di katakan kalau konsumen dapat menemukan merchant (pedagang) penyedia uang elektronik maka akan semakin besar juga kemungkinan konsumen tersebut melakukan sebuah transaksi. Uang elektronik ini pada dasarnya sama dengan uang biasa karena faktanya memiliki karakteristik sebagai metode pembayaran untuk transaksi jual beli suatu barang. Dalam perspektif hukum Islam ini uang elektronik adalah halal. Namun dalam kehalalan ini berdasarkan kaidah, kalau setiap transaksi dalam muamalah yaitu di perbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya hal tersebut, maka pada saat itu juga hukum tersebut berubah menjadi haram (Suharni, 2018).

Menurut (Hazbiyah Shahnaz & Wuryanta Eka Wenats, 2020) Islam menetapkan pedoman dalam praktik transaksi jual beli yang perlu dilakukan selalu dan mungkin ada keuntungan untuk peristiwa yang sedang terlibat. Namun, pada dasarnya dalam praktek ini mungkin ada waktu sementara itu juga ada penyimpangan dari aturan yang telah ditentukan. Dalam Perspektif Hukum Islam, hukum transaksi elektronik diatur pada Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No:116/DSN-MUI/IX/2017 ialah uang elektronik syariah, di mana dalam ketentuan hukum uang elektronik dapat digunakan sebagai alat pembayaran yang sesuai dengan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Majelis Ulama Indonesia. Jika hal tersebut berlaku uang elektronik dapat memberikan kenyamanan dan keamanan saat membawa uang, sehingga pada saat melakukan sebuah transaksi ini masyarakat cukup membawa gadget, kartu atau chip uang elektronik saja tanpa perlu membawa uang tunai dengan jumlah yang banyak (Syariah & Mui, 2017).

Melaksanakan jual beli dalam islam ini tidak perlu ada kekhawatiran, sebab telah diatur sedemikian rupa agar transaksi jual beli yang dilakukan oleh pedagang dan pembeli sesuai dengan nilai-nilai islam dimana sudah pasti ada kebenarannya dimana Yusuf Qardhawi menjelaskan bahwa ekonomi islam adalah ekonomi yang didasarkan pada ketuhanan, bertujuan akhir kepada allah dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah (Cucu, 2018). Prinsip kehalalan dan kebaikan dalam mengkonsumsi selaras dengan pendapat Yusuf Qardhawi dalam kitab Daurul Qiyam Wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami yaitu pelarangan sikap yang berlebihan. Yusuf Qardhawi menambahkan bahwa konsumsi harus memperhatikan

tingkat masalah, yaitu pada diri sendiri, dan kepentingan masalah orang banyak dan juga akhirat (Qardhawi, 1997).

Dengan transaksi menggunakan uang elektronik yang berbasis mobile ini (Go-Pay) di harapkan bisa mempermudah penggunaan aplikasi pada saat melakukan transaksi. Pengguna dari aplikasi mobile tersebut besar kemungkinan berada di umur 18-37 tahun atau kemungkinan bisa lebih dari umur tersebut. Dengan mengetahui rentan umur tersebut, maka bisa di katakan kalau dari sebagian besar pengguna aplikasi mobile ini adalah yang menduduki generasi milenial atau bisa disebut dengan Generasi Y. Dari generasi milenial tersebut ialah Sebagian orang-orang yang terlahir dari rentan tahun 1980-1990 hingga awal 2000. (Katadata.co.id, 2020)

Generasi milenial saat ini lahir di kala teknologi seperti smartpone serta jejaring internet yang di kenalkan di masyarakat. Dengan itu, generasi milenial sangat paham kegunaan dari internet, yang saat ini membuat mereka bergantung dengan teknologi tersebut. Sebab internet sangat banyak kegunaannya di generasi milenial dan juga gampang untuk memperoleh sebuah data.

Sehugungan dengan uraian diatas, manusia perlu dituntut untuk menyikapi harta benda dengan cara pemanfaatan harta kearah tujuan yang baik dan benar dengan sifat kikir dan Tindakan mubazir. Dalam situasi seperti ini menjadi persoalan yang menarik untuk ditelaah. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana perilaku konsumen islam generasi milenial di Kota Surabaya. Dimana kota Surabaya ini sangatlah baik untuk dilakukan penelitian dengan

persoalan yang telah dipaparkan, karena Surabaya ini memiliki pusat pembelanjaan yang cukup banyak dan mendukung pada perkembangan teknologi yang sudah memadai dan akan berdampak besar untuk terjadinya sikap konsumen Islam generasi milenial. Berdasarkan latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini sebagai topik penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Islam terhadap Penggunaan E-Money Berbasis Mobile (Go-Pay) sebagai Alat Transaksi pada Generasi Millennial di Surabaya”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di atas maka penelitian ini akan dirumuskan satu masalah utama yaitu;

1. Bagaimana Generasi Milenial Surabaya mengaplikasikan e-money sebagai alat transaksi?
2. Bagaimana perilaku konsumen Islam pada Generasi Milenial di Kota Surabaya dalam menggunakan GoPay?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaplikasian milenial di Surabaya saat menggunakan e-money sebagai transaksi pembelian
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen Islam pada penggunaan GoPay di kalangan generasi milenial di Kota Surabaya

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti (Epistimologi)

Secara teoritis pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan tambahan ilmu pada pengetahuan dalam kajian Ekonomi Syariah, yang khususnya dalam mengenai kajian fintech syariah dan sekaligus menjadi referensi penerapan pada metodologi dalam penelitian ini.

b. Bagi Fakultas

Dengan adanya penelitian ini harapan bahwa akan dapat memberikan gambaran yang khusus pada hasil akhir yang sudah dilakukan oleh peneliti untuk dapat memberikan manfaat bagi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya

2. Manfaat Praktis

1) Bagi Peneliti

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat bisa memberikan manfaat pada masyarakat sekitar tentang bagaimana menggunakan uang elektronik pada generasi milenial berbasis server sebagai alat transaksi Cashless Society dengan perspektif masalah, serta dapat menjadi bahan referensi sebagai masukan atau informasi mengenai strategi penggunaan dari uang elektronik pada generasi milenial di kota Surabaya.

2) Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini besar harapannya dapat menjadikan hasil dari penelitian ini untuk pengetahuan baru bagi peneliti selanjutnya yang hendak melakukan penelitian dalam aspek uang elektronik berbasis server cashless society dengan perilaku konsumen islam.

1.5 Definisi Operasional

Definisi Operasional adalah suatu penjelasan mengenai beberapa istilah yang digunakan dalam penelitian ini sehingga peneliti akan lebih terarah pada hal-hal penting yang diteliti. Adapun kata dan istilah tersebut diantaranya adalah:

1.5.1 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan studi mengenai suatu individu ataupun kelompok dalam memilih dan melakukan pembelian pada barang, jasa, ide ataupun pengalaman untuk memenuhi sebuah kepuasan, keinginan dan kebutuhan (Kotler & Keller, 2008)

1.5.2 Perilaku Konsumen Islam

Perilaku konsumen islam merupakan Tindakan konsumen atau setiap orang yang menggunakan produk dalam bentuk barang atau jasa yang berpegang teguh terhadap ketetapan-ketetapan yang sesuai dengan syariat islam disebut dengan konsumen islam (Qardhawi, 1997)

1.5.3 Go-Pay

Dalam melakukan transaksi dengan GoPay merupakan sebuah aplikasi untuk pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. Aplikasi gojek telah menduduki posisi pertama sebagai E-Wallet yang banyak peminatnya dikalangan masyarakat. (Nasution et al., 2021)

1.6 Sistematika Skripsi

Sistematika dalam skripsi ini tersusun dalam enam bab, di mana setiap bab memiliki sub bab dari mulai pembahasan sehingga akan memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian ini. Adapaun sistematika pembahasan yang dibuat oleh penulis dalam penelitian kualitatif ini sebagai berikut;

Bab Pertama merupakan Pendahuluan, pada bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi operasional dan sistematika

Bab Kedua merupakan Kajian Pustaka, pada bab ini menguraikan beberapa penelitian terdahulu, landasan teori, dan kerangka konseptual. Dalam landasan teori, terdapat uraian mengenai pengetahuan, kemanfaatan, kemudahan, kesenangan dan penggunaan GoPay ditinjau dari Yusuf Qardhawi

Bab Ketiga merupakan Metode Penelitian, pada bab ini akan menjelaskan jenis penelitian yang digunakan, sumber data yang di dapatkan, teknik pengumpulan data yang digunakan, serta teknik yang digunakan dalam menganalisis data.

Bab Ke-Empat merupakan Hasil Penelitian, dalam bab ini peneliti akan memaparkan hasil penelitian yang mengambil dari rumusan masalah yaitu tentang masalah mursalah yang di dapatkan oleh pengguna GoPay pada generasi millennial di Kota Surabaya wilayah kec Sawahan.

Bab kelima merupakan analisis hasil penelitian, pada bab ini akan memaparkan hasil penelitian data dari bab sebelumnya yaitu bab keempat dengan menjelaskan bagaimana manfaat dan kegunaan dari e-money berbasis mobile (Go-Pay) dengan meninjau perilaku konsumen islam menurut Yusuf Qardhawi

Bab keenam merupakan kesimpulan dan saran dari skripsi, di bab ini akan di uraikan secara singkat mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan oleh peneliti untuk perbaikan kedepannya guna untuk generasi millennial maupun generasi selanjutnya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Bab II

Tinjauan Pustaka

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Perilaku Konsumen

a) Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut (Kotler & Keller, 2008) konsumen adalah suatu proses pengambilan keputusan dari fisik individu yang melibatkan kegiatan menilai, menggunakan barang dan jasa. Perilaku konsumen ini merupakan sebuah proses yang dapat berkaitan dengan erat dari adanya suatu proses pembelian, dan saat itu konsumen akan melakukan sebuah aktivitas dengan pencarian, penelitian, pengevaluasian, jasa dan produk.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan kalau dalam perilaku konsumen merupakan suatu kegiatan yang dapat melibatkan perorangan (individu), kelompok, organisasi dalam memilih, menilai, membeli dan dapat menggunakan suatu barang dan jasa agar bisa memenuhi kebutuhan hidup manusia.

b) Landasan Filosofi Konsumen

Salah satu utama dalam ekonomi konvensional adalah Adam Smith. Menurutnya, setiap manusia memiliki keterlibatan dalam hegemoni pencarian kebebasan optimal. Rasionalisme dalam ekonomi konvensional mengartikan perbuatan manusia sesuai dengan *sifat homo economics*, dimana segala perbuatan manusia sesuai dengan sifat *homo economics*, dimana segala perbuatannya di dasarkan pada perhitungan terperinci yang

tujuannya untuk mencapai kesuksesan ekonomi. Makna dari kesuksesan ekonomi sendiri berupa menghasilkan uang yang banyak dan mengejar kekayaan. Tindakan setiap manusia menurut ekonomi konvensional mengenai *rational economics man* berupa Tindakan yang bertumpu pada kepentingan diri sendiri dengan mengabaikan moral serta etika dalam melakukan pembelian dan unsur waktu hanya terbatas pada dunia secara rasional. (Anjelina, 2018)

c) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen diasumsikan selalu memiliki tujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya *utility* ini menurut Bahasa berarti berguna. Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai konsumen ketika mengkonsumsi barang yang akan dirasakan oleh seorang konsumen (Ismail, 2007). Pengambilan sebuah keputusan didasari dengan berbagai hal yang baik dari dalam individu maupun dari luar individu konsumen yang mampu memberikan kepuasan yang tertinggi. Keputusan konsumen untuk menentukan pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, social, pribadi dan psikologi dari pembeli, dari faktor-faktor tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan, mempunyai pengaruh yang besar dan luas terhadap perilaku konsumen. Pasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur dan kelas social pembeli. Dari kultur sendiri adalah penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Sedangkan manusia biasanya mempelajari perilaku dari

lingkungan sekitar, sehingga memiliki nilai, persepsi preferensi dan perilaku seseorang yang tinggal di daerah tersebut. sub-kultur merupakan lebih kecil di bandingkan kultur yang memiliki etnis yang lebih khas. Sedangkan kelas social adalah susunan yang relative permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku

2. Faktor Sosial, perilaku konsumen juga akan dipengaruhi oleh faktor social, seperti kelompok kecil, keluarga, peran dan status social dari konsumen tersebut. kelompok ini sangat berpengaruh besar dalam pengambilan keputusan, sehingga pemasar harus sangat memperhatikan faktor kelompok dalam menyusun strategi pemasaran.
3. Faktor Pribadi, keputusan dari seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakter pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian, konsep diri pembeli yang bersangkutan. Gaya hidup ialah pola hidup yang diekspresikan oleh minay, pendapatan, kegiatan yang semua itu tidak akan lepas dari interaksi dari lingkungannya. Konsep diri adalah karakteristik psikologi yang berbeda dari setiap yang memandang respon terhadap lingkungan yang konsisten.
4. Faktor Psikologis, seseorang sendiri mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biologis. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima

lingkungan. Sedang faktor psikologis yang utama adalah motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan dan sikap.

d) Prinsip Konsumen

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diberikan kebebasan sepenuhnya dalam melakukan kegiatan ekonomi. Oleh karena itu, setiap konsumen dapat menentukan keinginan serta kemampuannya, serta konsumen dapat bersaing untuk memenuhi kebutuhannya, serta memiliki kebebasan untuk memuaskan keinginan tanpa merasa terikat oleh siapapun. Sehingga terdapat beberapa prinsip dari konsumen yaitu:

1. *Freedom*, setiap individu memiliki kebebasan tanpa adanya tuntunan dan tekanan dari pihak tertentu mengenai inisiatif individu dalam melakukan kegiatan konsumsi. Melalui kebebasan ini, individu akan berpikir rasional dan tidak menerapkan keagamaan karena dianggap tidak relevan dengan kegiatan ekonomi.
2. *Self Interest*, setiap individu kebutuhan dalam pemenuhan kepentingan pribadinya. Dalam prinsip ini individu cenderung menonjolkan subjektivitas egoisnya dengan tidak mementingkan dan memperdulikan sekitar kecuali hal tersebut mendatangkan keuntungan baginya. Karena sikap yang mengutamakan kepentingan diri sendiri, terkadang pencapaian kepuasan materi dan mengabaikan etika
3. *Materialis*, individu menempatkan materi sebagai kebahagiaan dan keputusan yang mengantarkan individu untuk memiliki

kecenderungan pada pencapaian kepuasan marginal. Kepuasan materialis dalam hal ini dapat diukur dari nilai kepuasan yang diperoleh dari setiap jumlah produk yang dikonsumsi. (Ismail, 2007)

2.1.2 Perilaku Konsumen Islam

a) Pengertian Konsumen Islam

Jika pada konsumen merupakan tindakan seorang pembeli untuk memenuhi kepuasan semata, namun dalam perilaku konsumen islam ini tidak dari sekedar untuk memenuhi kebutuhan hidup secara jasmani atau fisik saja, akan tetapi untuk memenuhi kebutuhan rohani juga. Dengan itu, konsumen islam disini akan memperhatikan syariat islamnya (Anjelina, 2018). Dari kebutuhan manusia tersebut memiliki berbagai tingkatan yang dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu, kebutuhan primer (*daruriyah*). Kebutuhan sekunder (*hajiyyat*) dan kebutuhan tersier (*tahsiniyyat*). Dari ketiga kebutuhan tersebut hanya dua kebutuhan manusia yang tidak sama dengan sekarang yaitu kebutuhan sekunder dan tersier, akan tetapi berbeda dengan kebutuhan primer yang hingga sejak dulu sampai sekarang kalau menurut M. Quraish Shihab telah dikatakan sama dengan arti kebutuhan sandang, pangan dan papan. Dari hal tersebut telah tercantum dalam Al-Qur'an bahwasannya Allah Swt telah mengingatkan:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: *Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.* (Q.S Al-Maidah 88)

Dari ayat di atas menjelaskan bahwa seorang Konsumen Islam saat melakukan konsumsi barang atau jasa maka akan tergolong halal dan termasuk produk yang baik karena memberikan manfaat serta dalam melakukan konsumsi tidak melampaui batas yang berlebihan.

Yusuf Al-Qardhawi berpendapat (Qardhawi, 1997) bahwa dalam efektivitas perekonomian seharusnya dibangun atas empat pilar, antara lain: Ketuhanan (*Robbaniyah*), Etika (*Akhlaqiyyah*), Sumber Daya Manusia (*Insaniyyah*) dan Keseimbangan (*Washaty*). Yusuf Qardhawi memiliki pandangan jika ilmu ekonomi, apapun pemikiran yang melatarbelakanginya merupakan ilmu yang membahas mengenai konsumsi (Vinna, 2016). Yusuf Qardhawi memperkenalkan konsep konsumsi Islam harus sesuai dengan tujuan Islam sehingga menciptakan kemaslahatan. Mengonsumsi produk halal yang lebih bermanfaat dan mengurangi produk yang haram akan lebih meningkatkan kesejahteraan bagi konsumen.

Pada dasarnya, perbedaan yang mendasar antara perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam terletak pada cara memandang manusia. Apalagi dalam ekonomi konvensional memandang manusia sebagai *rational economic man*, maka dalam ekonomi Islam memandang manusia sebagai muslim atau *Islamic man*. Dalam Islam,

manusia perlu untuk mengendalikan dan mengarahkan kehendaknya agar dapat membawa masalah, bukan mendatangkan mudharat bagi kehidupannya di dunia dan di akhirat. (Martinelli, 2019)

Untuk keperluan hadir dari sebuah pemikiran atau identifikasi secara objektif terhadap berbagai sarana yang diperlukan agar mendatangkan manfaat bagi kehidupan. Keperluan diarahkan oleh rasionaliti normative dan positif yakni rasionalisme ajaran islam, sehingga dalam praktiknya akan terbatas dan terukur baik dalam kuantitas maupun kualitasnya (Martinelli, 2019). Sehingga seorang muslim melakukan konsumsi terhadap suatu barang ataupun jasa dalam rangka pemenuhan keperluan untuk mendapatkan manfaat yang setinggi-tingginya,

b) Prinsip-Prinsip Dasar dalam Konsumen Islam

Dalam konsumsi islam, konsep halal dan haram barang, komitmen, serta konsekuensi sangat diperhatikan dengan kaidah serta hukum islam yang telah Menyusun kegiatan konsumsi supaya mendapat manfaat konsumsi sebaik mungkin dan juga menahan agar tidak adanya penyimpangan dari kebenaran dan akibat mudharat baik untuk diri sendiri maupun orang lain.

Beberapa kaidah atau prinsip dasar dalam konsumsi islam

1. Prinsip syari'ah, berkaitan dengan dasar syari'ah yang perlu dipenuhi untuk melakukan konsumsi yang terdiri atas:
 - 1.1 Prinsip akidah, yakni hakikat dalam melakukan konsumsi merupakan upaya untuk ketaatan atau beribadah sebagai bentuk keyakinan manusia yang merupakan khalifah serta Amanah di sunia

kelak yang akan mempertanggung jawabkan semuanya kepada Allah Swt.

1.2 Prinsip ilmu, yakni perlunya ilmu mengenai produk yang akan di konsumsi terkait hukumnya baik dari segi zat, proses serta tujuan

1.3 Prinsip amaliah, merupakan konsekuensi dari akidah serta ilmu akan mengkonsumsi yang sesuai dengan syari'ah. Apabila konsep akidah dan ilmu telah diterapkan, maka kegiatan konsumsinya hanya pada produk yang halal dan menghindari yang syubhat.

2. Prinsip Kuantitas, yakni dalam kegiatan konsumsi yang sesuai dengan syari'ah telah seimbang dengan batasna kuantitasnya yang terdiri dari:

1.1 Sederhana, yakni konsumsi yang dilakukan berada ditengah-tengah dengan tidak menghamburkan harta, tidak bermewah-mewahan dan tidak berlebih-lebihan

1.2 Kesesuaian, yakni tidak diperbolehkan untuk melakukan konsumsi pada hal-hal kemampuannya. Baiknya pengeluaran untuk konsumsi ini tidak lebih besar daripada pemasukannya

1.3 Menabung, yakni keseluruhan harta seharusnya tidak digunakan untuk konsumsi saja, namun ada bagian untuk disimpan guna untuk pengembangan harta tersebut.

3. Prinsip Prioritas, yakni perlunya memperhatikan urutan kepentingan supaya terhindar dari kemudharatan dengan memperhatikan urutan:

- 3.1 Primer, yaitu konsumsi dasar terhadap hal-hal yang harus terpenuhi supaya dapat melangsungkan kehidupan dan berpegang teguh pada kemaslahatan
- 3.2 Sekunder, yakni konsumsi dalam hal memberikan tambahan atau meningkatkan kualitas hidup lebih baik.
- 3.3 Tersier, yakni pemenuhan konsumsi pada sekitar yang membutuhkan.
4. Prinsip Sosial, yakni menciptakan konsumsi yang harmonis dalam kehidupan bermasyarakat dengan memperhatikan keadaan social di sekitar seperti:
 - 4.1 Kepentingan umat, yakni adanya simpati dan empati terhadap lingkungan sekitarnya
 - 4.2 Keteladanan, yakni pemberian contoh yang teladan dalam hal berkonsumsi
 - 4.3 Tidak membahayakan bagi orang lain, yakni tidak mengkonsumsi pada hal yang memberikan dampak buruk di sekitarnya.

c) Model Keseimbangan dalam Konsumsi Islam

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi islam didasarkan pada keadilan distribusi. Keadilan konsumsi adalah di mana seorang konsumen membelanjakan penghasilannya untuk kebutuhan materi dan kebutuhan social. Kebutuhan materi ini dipergunakan untuk kehidupan duniawi dan keluarga. Namun konsumsi social dipergunakan untuk kepentingan akhirat nantu berupa zakat, infaq dan shadaqah. Dengan kata lain konsumen muslim

akan membelanjakan pendapatannya untuk duniawi (Adiwarman, 2004). Dalam ekonomi islam kepuasan konsumen bergantung pada nilai-nilai agama yang dia terapkan pada rutinitas kegiatannya yang tergolong pada membelanjakan. Ajaran agama yang dijalankan dengan baik dapat menghindari konsumen dari sifat israf, karena israf merupakan sifat boros dengan sadar dilakukan untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka (Alaiddin, 2013). Dengan adanya konsumsi social akan membawakan berkah dan manfaat, yaitu munculnya ketentraman, kestabilan dan keamanan social, karena rasa dengki akibat ketimpangan social dan ekonomi dapat dihilangkan dari masyarakat. Disinilah, terlihat ekonomi islam menaruh perhatian pada masalah sebagai tahapan dalam mencapai tujuan (Abdul & Junaidy, 2013)

Konsumen muslim selalu menggunakan kandungan kerkah dalam setiap barang sebagai indicator apakah barang yang di konsumsi tersebut akan dapat menghadirkan berkah atau tidak (Qardhawi, 1997). Dengan kata lain konsumen akan jenuh apabila mengkonsumsi suatu barang atau jasa apabila tidak terdapat berkah di dalamnya (Cucu, 2018). Disini konsumen akan merasakan masalah dan menyukainya dan tetap rela melakukan suatu kegiatan meskipun manfaat dari kegiatan tersebut bagi dirinya sudah tidak ada.

2.1.3 Uang Elektronik (E-Money)

a) Pengertian Uang Elektronik

Bank For International Settlement (BIS) mendefinisikan e-money sebagai produk *stored-value* atau *prepaid card* dimana sejumlah nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu peralatan elektronik. nilai elektronik dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang tunai atau dengan pendebitan rekeningnya di bank untuk kemudian disimpan dalam peralatan elektronik yang dimilikinya. Definisi e-money lebih difokuskan pada suatu jenis prepaid card yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan pembayaran bukan suatu yang handa dapat digunakan untuk keperluan tertentu seperti kartu telepon sebagaimana yang berlaku di Bank Indonesia. (Ibrahim et al., 2021)

Dalam Peraturan Bank Indonesia No. 11/12/PBI tahun 2009 tentang e-money, bahwa yang disebut e-money adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur-unsur berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit
2. Nialai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media atau chip
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut

Nialai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dijelaskan dalam undang-undang perbankan (Suharni, 2018). Menurut peraturan Bank

Indonesia No. 11/12/PBI/2009 elektronik adalah alat pembayaran yang memenuhi unsur sebagai berikut:

1. Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang pada penerbit
2. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip
3. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang yang bukan merupakan penerbit uang elektronik tersebut
4. Nilai uang elektronik yang disetorkan oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana yang dimaksud dalam undang-undang yang mengatur perbankan (Asep Saiful Bahri, 2010).

Alat pembayaran yang menggunakan kartu dibagi kedalam dua jenis yaitu prepaid product dan access product. E-money adalah produk yang masuk ke dalam kategori prepaid product sedangkan kartu debit atau kredit adalah contoh dari *access product*. Secara umum e-money memiliki karakteristik yaitu:

1. Nilai uang yang tercatat dalam instrument e-money akan berkurang Ketika konsumen melakukan transaksi
2. Dana akan terekam di dalam e-money sepenuhnya hak konsumen.

b) Sistem Pembayaran Digital

Pembayaran digital secara umum dapat diartikan sebagai pemindahan sejumlah uang dari si pembayar ke penerima. Pembayaran digital ini yaitu pembayaran yang berbasis teknologi. Di dalam pembayaran digital uang tersebut akan tersimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya diinisialisasi melalui pembayaran elektronik. Pembayaran secara tradisional dilakukan melalui software tertentu, kartu pembayaran dan uang elektronik. Komponen-komponen utama dari sistem pembayaran digital antara lain, aplikasi pemindahan uang, infrastruktur jaringan, peraturan dan prosedur yang memerintah kegunaan dari sistem tersebut. (Firmansyah & Dacholfany, 2018).

Sistem pembayaran secara digital menyediakan cara pembayaran untuk pembelian barang ataupun jasa melalui internet. Berbeda dengan sistem pembayaran biasanya, pelanggan mengirimkan seluruh data yang berkaitan dengan pembayaran kepada penjual (dengan mengirimkan faktur melalui email atau konfirmasi melalui Fax). Dengan itu sekarang ini, sudah lebih dari 100 macam sistem pembayaran secara elektronik

c) Aplikasi Mobile Payment GoPay

Dalam melakukan transaksi dengan GoPay merupakan sebuah aplikasi untuk pembayaran dan keuangan melalui aplikasi Gojek. Aplikasi Gojek telah menduduki posisi pertama sebagai E-Wallet yang banyak peminatnya di kalangan masyarakat. Menurut survei yang dari *Alvara Research Center* ini bahwa aplikasi pembayaran Go-Pay telah menduduki peringkat pertama

yang paling banyak digunakan oleh generasi millennial. Menurut (Nasution et al., 2021) semakin tinggi penggunaan *cashless* juga berarti akan semakin tinggi memengaruhi gaya hidup seseorang dan tentunya pada setiap individu akan membeli kebutuhan hidup mereka yang dibutuhkan, dengan bertujuan agar nilai yang akan dikeluarkan bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Masyarakat milenial juga telah memiliki banyak hal yang sama dengan masyarakat pada umumnya yaitu masyarakat milenial ini mempunyai perilaku konsumen dengan kebutuhan masing-masingnya.

1. Pengetahuan Produk Go-Pay

Pengetahuan produk adalah pengetahuan yang berdasarkan dari memori atau pengetahuan yang telah dimiliki konsumen. Hal itu dapat dirangkai dengan pengetahuan produk yaitu tentang karakteristik produk, pengetahuan tentang manfaat produk. Pengetahuan tersebut dapat mempengaruhi dalam keputusan pembelian pada produk, Ketika memiliki konsumen yang pengetahuannya lebih banyak maka ia akan baik dalam mengambil sebuah keputusan. Kemudian tingkat pengetahuan pada produk juga dapat dikumpulkan ke berbagai informasi dengan mengenai produk tersebut. Menurut peter dan alson dalam buku karya ujang sumarwan dapat di bagi menjadi 3 pengetahuan produk tersebut yaitu;

- Pengetahuan manfaat, dari pengetahuan manfaat ini penting untuk konsumen, karena dari pengetahuan inilah akan memiliki ketertarikan guna untuk membeli sesuatu dan konsumen seringkali

berfikir untuk manfaat yang dirasakan ketika mengkonsumsi atau membeli suatu produk yang mereka butuhkan. Konsumen akan dapat merasakan 2 jenis manfaat Ketika telah mengkonsumsi produk yang mereka butuhkan yakni dengan manfaat fungsional yang dirasakan konsumen secara fisiologis dan manfaat psikososial (prasaan, emosi dan mood) yang memiliki aspek social dari konsumen yang dirasakan ketika telah mendapatkan suatu yang diinginkan.

- Pengetahuan kesenangan, dari pengetahuan ini konsumen memiliki aspek senang telah mengkonsumsi suatu produk, dan hal tersebut akan membuat konsumen akan merasa mencoba kembali hal yang bikin kesenangan itu timbul kembali
- Pengetahuan atribut produk, dengan pengetahuan atribut produk ini konsumen dapat mengambil pengetahuan yang lebih banyak mengenai hal ini dan akan memudahkan konsumen dalam memiliki produk yang akan dibelinya nanti
- Dari pengguna Go-Pay tentu memiliki permasalahan dan tantangan dalam menjalankan program. Beberapa kendala pada penggunaan Go-Pay sebagai berikut:
 - a. Dari pengguna gopay ini akan membutuhkan sinyal yang stabil bila melakukan transaksi pembayaran
 - b. Server yang kurang aman atau tidak memakai PIN
 - c. Transaksi menggunakan Gopay menyebabkan keborosan, dan

d. Tidak semua toko memiliki pembayaran menggunakan GoPay

e) **Prinsip-Prinsip Syariah dalam Bertransaksi**

Dalam melakukan kegiatan bertansaksi tidaklah bertentangan dengan syariat, yang dimaksud yaitu dengan Al-Qur'an dan Hadist. Bertransaksi secara syariah pada penggunaan uang elektronik ini sesuai dengan prinsip syariah yang telah diatur dalam (“Fatwa DSN-MUI No. 116/DSN-MUI/IX/2017,”) mengenai uang elektronik syariah. Terdapat beberapa prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan bermuamalah yang harus ditiadakan:

1. Gharar

Sesuatu yang keberadaanya tidak secara jelas dijamin secara rasional, baik itu tentang harga atau waktu pembayaran/pengiriman barang. Gharar dalam Bahasa arab berarti resiko, penipuan. Berdasarkan ahli fiqh, gharar adalah kesepakatan yang tidak jelas penyelesaiannya. Sebagian ulama juga mendefinisikan dengan jual beli konsekuensinya antara dan tiada.

2. Haram

Saat melakukan kegiatan bermuamalah yang harus diperhatikan ialah jenis dari barang tersebut boleh atau tidak untuk diperjual belikan, baik haram dalam objeknya maupun proses dari perolehan barang tersebut.

3. Riba

Riba adalah pertukaran dari sesama barang dengan kadar yang berbeda. Dalam perbedaan ini yang disebut riba. pada unsur pemerasan dan ketidakadilan dalam melakukan transaksi riba sangat merugikan dan melanggar hukum syariah.

2.1.4 Aspek Syari'ah dalam Uang Elektronik

1. Dasar Hukum Uang Elektronik

Dari kemajuan teknologi bisnis yang saat ini menggunakan media elektronik akhir-akhir ini semakin berkembang dan semakin populer di Indonesia, saat bisa dikatakan dengan demikian dengan suatu teknologi yang digunakan lebih modern maka hasil dari produksi yang bisa tercapai akan dapat menghasilkan barang atau jasa yang lebih banyak dan efisien atau efektif. Hal tersebut dapat perhatian masyarakat sekitar pada sudut pandang syariah (Hukum) karena hal tersebut islam tidak melarang bentuk pada teknologi selagi hal itu tidak bertentangan dengan ajarannya (Suharni, 2018). Dengan itu, Al-Qur'an akan memberitahukan bahwa pada manusia ialah khalifah di atas muka bumi dan allah menempatkan posisi alam ini untuk dapat digunakan oleh manusia dengan usaha-usahanya yang baik. Sebagaimana dengan firman Allah SWT

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ
سَبْعَ سَمَاوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-nya tujuh langit. Dan dia maha mengetahui segala sesuatu”. (Al-Baqarah 2:29)

1. Akad-Akad dalam Uang elektronik Syariah

Pada uang elektronik ini dapat digunakan sebagai alat transaksi dengan mengikuti ketentuan dari (“Fatwa Dsn-Mui No. 116/DSN-MUI/IX/2017,” n.d.) berikut:

a. Akad jual beli ialah akad tukar menukar harta ke harta lain dengan cara yang sudah ditentukan oleh syariat islam. Pada Fatwa Dewan Nasional Majelis Ulama Indonesia No 82/DSN-MUI/VIII/2011, dengan itu akad jual beli ini didefinisikan sebagai pertukaran harta dengan harta yang lain yang akan menjadi tempat berpindahnya kepemilikan dalam jual beli. Dalam akad jual beli ini merupakan kegiatan transaksi yang menggunakan uang elektronik dan Ketika terjadi nilai uang elektronik yang tersimpan pada media penyimpanan, maka baik berupa chip atau server nantinya yang akan menjadi hak milik pada penerbit.

b. Akad *Ijarah*, dari peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 telah menyebutkan bahwa akad ijarah adalah sebuah akad transaksi sewa-menyewa dengan suatu barang atau upah bagi suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa. Akan tetapi Ketika menggunakan akad ijarah harus memenuhi ketentuan

dari Fatwa No. 112/DSN-MUI/XI/2017 mengenai akad ijarah sebagai berikut:

1. Dari objek ijarah ini adalah manfaat pada penggunaan jasa atau barang
 2. Manfaat dari barang atau jasa juga harus dapat dinilai dan bisa dilaksanakan pada suatu kontrak
 3. Manfaat pada spesifikasi manfaat ini harus di ungkap dengan jelas, dan termsauk dalam jangka waktu. Bisa juga dikenali dengan spesifikasi atau identic dengan fisik
- c. Akad *wakalah* menurut (Ibrahim et al., 2021) ialah akad dari pemberian kuasa kepada orang lain sebagai pemberi kuasa dalam suatu transaksi. Akad wakalah yang digunakan dalam transaksi ini yaitu e-money sebagai hal penerbit dalam kerja sama antar pihak lain dan sebagai penerbit. Jika menggunakan akad ini harus memenuhi ketentuan sebagai berikut:
1. Memiliki sifat yang mengikat dan tidak bisa dibatalkan secara sepihak
 2. Bersifat mengikat dan tidak bisa dibatalkan secara sepihak
 3. Hal-hal yang diwakilkan harus sesuai dan jelas pada orang yang mewakili tersebut, dan tidak bertentangan dnegan syariah islam.
- d. Akad *Wadi'ah* ialah merupakan akad titipan barang atau jas pada orang lain yang dapat menjaga dan memelihara barang tersebut. Wadi'ah ini dalam uang elektronik terjadi Ketika calon pemegang

uang elektronik menyerahkan jumlah uang kepada penerbit guna untuk menitipkan. Kemudian penerbit harus memelihara dan menjaga jumlah uang tersebut dengan menyerahkannya pada pemegang jika diminta untuk melakukan sebuah transaksi ke pedagang (merchant). Dengan menggunakan akad wadi;ah harus memenuhi terlebih dahulu ketentuan dan syaratnya sebagai berikut:

1. Memiliki sifat titipan
2. Titipan tersebut bisa ditarik/diambil kapan saja
3. Penerbit bisa menginvestasikan uang titipan tersebut dengan lebih dulu meminta izin pada sang pemegang.

2.1.5 Generasi Millennial

1. Pengertian Generasi Milenial

Milenial atau yang disebut dengan generasi Y ialah sekumpulan manusia yang lahir setelah generasi X, khususnya manusia yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000. Jadi generasi milenial ini disebut dengan generasi lanjut usia 15-34 tahun (Katadata.co.id, 2020). Milenial sendiri dianggap istimewa karena generasi ini mungkin sangat berbeda dengan era sebelumnya, khususnya dalam perkembangan zaman. Secara dengan bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala kehidupan (Juditha & Darmawan, 2018).

Generasi ini mungkin banyak yang menggunakan teknologi seperti twitter, facebook dan Instagram. Jadi dengan kata lain era generasi Y adalah generasi yang tumbuh di dalam generasi booming internet.

Berdasarkan definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa teknologi milenial adalah generasi yang lahir di tahun 1980-2000 dimana telah menjadi kemajuan teknologi yang pesat. Jika dilihat dari kelompok usianya, teknologi milenial ini merupakan generasi dengan rentan usia 15-34 tahun (Hazbiyah Shahnaz & Wuryanta Eka Wenats, 2020).

2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki ciri utama dan spesifik, khususnya sangat familiar dengan penggunaan generasi dan media social serta memanfaatkannya untuk semua aspek gaya hidup era milenial, selain itu generasi milenial juga memiliki ciri-ciri inovatif, informatif, efisien, dinamis, bersemangat, berpikiran terbuka konsumtif. Era ini merupakan teknologi yang melibatkan era dalam semua elemen kehidupan. Bukti nyata yang dapat ditemukan adalah mayoritas orang yang menggunakan dan memilih menggunakan smartpone, yang membuat generasi milenial ini memiliki individu yang lebih efektif dan ramah lingkungan.

Generasi ini memiliki ciri-ciri komunikasi yang terbuka, penggunaan smartpone yang fanatic, kehidupan mereka ini secara signifikan di dorong oleh kecenderungan teknologi, dan lebih terbuka terhadap pandangan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. (Hazbiyah Shahnaz & Wuryanta Eka Wenats, 2020). Selain itu, mereka telah berhasil memberikan dampak finansial yang besar bagi para pengemudi ojek yang bersangkutan. Sementara dengan kehadiran dari pembayaran

melalui GoPay Indonesia mampu memfasilitasi milenial yang memiliki jiwa transaksi yang tinggi sehingga lebih sering melakukan pembayaran melalui online daripada menggunakan uang cash.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu kini akan menggambarkan beberapa dari penelitian yang sebelumnya yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan sekarang beserta perbedaan yang akan diteliti saat ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aqqliyah bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi, harga dan kualitas produk terhadap pembelian Produk dalam transaksi GoPay. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini berdasarkan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi berganda, koefisien determinasi ganda, uji t dan uji f. bahwa variabel independen yang berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif. Dibuktikan berdasarkan pengujian dengan t tabel sebesar 1.988, t hitung untuk variabel harga sebesar 3.428, variabel kualitas informasi sebesar -0,959, dan untuk variabel kualitas produk sebesar 1,237. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian impulsif, sedangkan kualitas informasi dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap pembelian impulsif. Persamaan penelitian ini adalah topik pembahasan mengenai transaksi *online*. Namun terdapat Perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan penulis dimana metode yang akan digunakan penulis yaitu menggunakan metode kualitatif dan membahas tentang perilaku Konsumen

islam kalangan milenial pada GoPay kota Surabaya dalam perspektif Yusuf Qardhawi.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifah Isnaini Cahyani Putri bertujuan untuk memahami bagaimana perilaku Konsumen yang dilakukan generasi-z saat covid-19. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Konsumen yang sering dilakukan generasi-z saat covid-19 didasari oleh keputusan spontan yang dilakukan tanpa sadar tanpa mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari barang yang dibeli. Perilaku yang dilakukan generasi-z melalui GoPay selama covid-19, karena sebagian besar tergiur oleh promosi yang diberikan oleh penjual seperti tampilan produk yang menarik, diskon, gratis ongkos kirim, dan melihat atau penilaian bintang yang ingin dibeli. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama sama membahas perilaku Konsumen. Namun yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian ini membahas tentang perilaku konsumen yang dilakukan generasi-z melalui GoPay selama covid-19 dalam etika, sedangkan penulis membahas perilaku Konsumen Islam generasi milenial pada GoPay perspektif Konsumen Islam.

Penelitian yang dilakukan oleh Laura Aragoncillo dan Carlos Ors bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena pembelian impulsif di transaksi *online* dan *offline* serta membandingkan untuk menentukan mana yang dianggap mengarah pada pembelian yang lebih menonjol. Metode penelitian yang digunakan yaitu *survey* literatur yang berupa beberapa

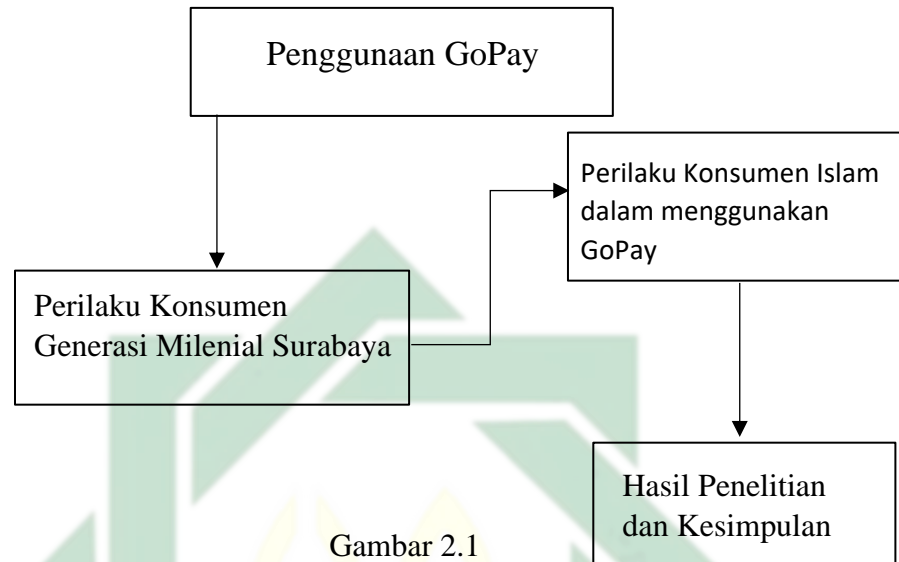
pertanyaan dengan metode convenience sampling. Hasil dari penelitian yang dilakukan Laura Aragoncillo dan Carlos Ors menunjukkan bahwa pembelian *offline* sedikit mendorong pembeliannya daripada *online*. Faktor- faktor yang mendorong pembelian melalui smartphone berdampak lebih besar pada pembelian pada GoPay. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu sama sama mengangkat topik Penggunaan GoPay. Namun yang menjadi perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu metode penelitian yang akan digunakan penulis yaitu metode deskriptif kualitatif dan objek yang dan fokus ke perilaku konsumen islam generasi milenial pada penggunaan GoPay.

Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Andriany dan Mutia Arda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari media sosial terhadap pengguna khususnya pada generasi milenial. Metode dari penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana. Hasil uji parsial dan simultan menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan GoPay pada generasi milenial. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa smartphone memberikan variasi terhadap penggunaan Gopay sebesar 70,1%. Dilihat dari analisis deskriptif diketahui bahwa kemudahan konsumen dalam mendapatkan informasi produk yang mendorong perilaku pengguna semakin tinggi. Hal ini dapat digunakan para penjual *online* dan *offline* di media sosial untuk semakin memudahkan konsumen dalam memberikan informasi terkait

produk yang dijualnya serta menyederhanakan metode pembelian yang mudah. Persamaan penelitian Dewi Andriany dan Mutia Arda dengan penulis yaitu sama-sama menjekaskan tentang Penggunaan Gopay pada millennial. Namun yang menjadi perbedaan penelitian Dewi Andriany dan Mutia Arda adalah dari segi objek dan meode penelitian yang digunakan penulis yaitu metode deskriptif kualitatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Nadya Muslimatul Ummah bertujuan untuk menganalisis pengaruh Penggunaan GoPay dengan pembelian toko offline di jalan untung suropati yang dilakukan oleh dewasa awal. Metode penelitian Nadya Muslimatul Ummah menggunakan metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa semakin tinggi nilai penggunaan Gopay maka semakin tinggi nilai pembelian tersebut, maka dengan pembelian tersebut memiliki hubungan yang signifikan. Persamaan penelitian yang dilakukan Nadya Muslimatul Ummah ini yaitu sama- sama membahas tentang variabel pembelian pada gopay. Namun terdapat perbedaan pada penelitian Nadya Muslimatul Ummah dengan penelitian yang akan dilakukan dimana penelitian Nadya Muslimatul Ummah lebih mengarah kepada hubungan nilai pengguna transaksi offline store dengan pembelian online store sedangkan penelitian yang akan diteliti oleh penulis lebih mengarah ke perilaku konsumen islam generasi milenial serta metode yang akan digunakan penulis adalah metode kualitatif sedangkan penelitian Nadya Muslimatul Ummah menggunakan metode kuantitatif.

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1

Kerangka Konseptual

Kerangka pikir penelitian ini yang digunakan peneliti sebagai acuan dari peneliti. Pada bagan tersebut adanya perilaku generasi milenial dalam menggunakan GoPay sebagai alat transaksinya. Hal tersebut akan diangkat oleh peneliti sebagai focus utama dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti mencari pengguna GoPay untuk mendapatkan sumber data maka penelitian ini akan dilakukan secara wawancara terhadap generasi milenial Surabaya dengan menggunakan GoPay sebagai objek utama tersebut, melalui wawancara akan di dapatkan informan yang terkait penggunaan GoPay pada generasi milenial serta informasi yang berkaitan dengan judul penelitian yang berguna dalam penyelesaian penelitian ini.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab III pada penelitian ini membahas Langkah-langkah atau metode yang akan dilakukan dalam menjalankan penelitian. Langkah pertama yang dilakukan adalah menentukan jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel yang dibutuhkan, teknik pengambilan sampel, data dan sumber data yang dibutuhkan, metode pengumpulan data dan teknik analisis data yang akan dibahas pada bab III ini.

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2014) penelitian kualitatif ini merupakan jenis penelitian dimana tahapan dalam penemuannya tidak dilakukan secara statistik atau kuantifikasi. Pada penelitian kualitatif mengacu pada kehidupan, sikap, cerita dari seseorang atau dapat pula berupa hubungan sosial. Penelitian kualitatif memberikan hasil data deskriptif mengenai orang atau subjek dengan kata-kata ataupun tulisan yang diungkapkan serta di perhatikan. (Hardani, S.Pd., M.Si., 2020) menyatakan bahwa penelitian kualitatif ini disebut sebagai metode penelitian naturalistic, hal ini dikarenakan penelitian dilakukan di suatu kondisi yang alamiah atau natural dan juga disebut sebagai interpretive, karena penelitian menghasilkan data yang berhubungan dengan kesan atau pendapat dari lapangan.

Pada pendekatan penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan ini berfokus pada penggunaan pada e-money mobile GoPay pada Generasi Milenial, pendekatan ini bertujuan menggambarkan yang bagaimana minat serta manfaat ketika menggunakan aplikasi GoPay sebagai transaksi.

3.2 Populasi dan Sampel

Informasi penelitian ini merupakan seseorang yang memberikan sebuah kontribusi dalam penelitian. Pada penelitian kualitatif ini informasi penelitian ialah informan yang telah memahami tentang adanya objek penelitian.

3.2.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Generasi Milenial Kota Surabaya. Alasan peneliti mengambil populasi informan karena banyaknya Generasi Milenial yang ada di Kota Surabaya khususnya di Kecamatan Sawahan. Pengambilan jumlah sample pada penelitian ini dengan menggunakan teori Hair yang dikutip dari (Astri et al., 2018). Hair berpendapat bahwa pada umumnya minimal jumlah sampel Kualitatif ini setidaknya 3 x dari jumlah indicator atau butir pertanyaan. Jadi jumlah dari sampel pada penelitian ini adalah 6 sampel, yang di dapat dari 2×3 indikator = 6 sampel.

3.2.2 Sampel

Namun untuk menentukan sampel dalam penelitian ini akan menggunakan Purposive sampling yaitu dengan mengambil sebuah informan dengan sengaja berdasarkan adanya tujuan dan pertimbangan tertentu, misalnya dalam orang tersebut sudah di anggap orang yang paling

tahu tentang informasi yang akan kita tanyakan sehingga akan memudahkan bagi peneliti untuk menjelajah sebuah objek yang akan diteliti (Sugiyono, 2014). Dalam penelitian ini memiliki kriteria informan yang peneliti butuhkan yaitu,

1. dengan pengguna GoPay dalam aktivitas transaksi dalam 1 bulan, dengan kelahiran tahun 1980-2000 dan usia 15-34 tahun yang berdomisili di Kota Surabaya.
2. Narasumber yang telah dipilih oleh peneliti yang menggunakan pembayaran dengan digital GoPay sehingga tau perkembangan pada aplikasi tersebut sebagai alat transaksinya.

3.3 Sumber Data

Pada pengumpulan data, penulis menggunakan pengumpulan data berupa data primer dan data sekunder yang akan di jelaskan oleh penulis sebagai berikut:

1. Sumber Data Primer

Menurut (Sugiyono, 2014) data primer ini merupakan data yang diperoleh oleh dari sumber yang ke-satu, seperti dari individu maupun perseorangan. Sumber data primer di dapatkan dari hasil wawancara. Data yang di dapat adalah data mentah yang nantinya akan digunakan untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan peneliti. Hasil data primer ini di peroleh penulis dari wawancara kepada Generasi Milenial yang menggunakan GoPay di Kota Surabaya

2. Sumber Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh peneliti secara langsung (Sugiyono, 2014). Sumber data sekunder sendiri berkaitan dengan permasalahan yang nantinya dibahas oleh peneliti. Bentuk data sekunder berasal dari dokumen yang relevan seperti buku, jurnal, website resmi Gojek maupun dari penelitian terdahulu.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam mendapatkan informasi dalam upaya untuk pemanfaatan bagi peneliti, menurut (Sugiyono, 2014) teknik informasi pengumpulan data ini dapat digunakan dengan mengumpulkan data berupa informasi secara sekunder dan data tersebut akan diolah kembali atau di analisis sekali lagi untuk mengetahui perbandingan masing-masing setiap mobile aplikasi dengan tujuan yang akan di pelajari. Dalam mendapatkan data sekunder, pengumpulan data yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan cara dokumentasi dan Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh peneliti yaitu;

1) Observasi

Observasi dilakukan pada tahap pengumpulan data dengan menggunakan cara pengamatan yang berlangsung secara sengaja, terstruktur terkait dengan cara pengamatan yang berlangsung secara sengaja, terstruktur terkait dengan kejadianguna untuk tahap pencatatan peeliti (Marita, 2012). Observasi dilakukan di tempat penelitian secara langsung oleh peneliti dengan waktu yang tidak singkat, melakukan

berbagai pengamatan objek yang terjadi di tempat, objek yang diamati adalah pelaku atau orang yang melakukan sebuah kegiatan transaksi dan yang terjadi pada kegiatan secara berlangsung.

Observasi dalam penelitian ini bertujuan untuk melakukan pengamatan dengan hadir di lapangan untuk mendapatkan perilaku konsumen Generasi Milenial dengan di tinjau Konsumsi Islam terhadap penggunaan GoPay sebagai alat transaksi. Pencatatan dari hasil penelitian ini disebut dengan observasi. Lalu peneliti akan membuat laporan tersebut berdasarkan pada apa yang dilihat dan di dengar selama proses penelitian dan pengamatan.

2) Wawancara

Metode wawancara digunakan untuk memperoleh data agar mendapat informasi dari narasumber. Wawancara adalah sebuah metode penelitian dengan bentuk sebuah percakapan, dengan melibatkan dua orang yang terlibat dalam tugas tersebut yaitu pewawancara selaku pemberi pertanyaan dan terwawancara selaku yang menjawab pertanyaan (Sugiyono, 2014). Wawancara dilakukan oleh dua orang dengan tujuan agar mendapat jawaban dari pertanyaan dengan lebih mendalam, sebelumnya pewawancara telah memilih informan terlebih dahulu untuk dijadikan sebagai narasumber. Teknik yang digunakan dalam wawancara ini adalah teknik *purposive sampling* dengan informan yang telah di tentukan sebelumnya melalui berbagai pertimbangan. Dalam penelitian ini peneliti

memilih beberapa informan yang terkait yakni perilaku konsumen islam dalam penggunaan gopay di Surabaya

Selanjutnya pada jenis wawancara memiliki beberapa bentuk yakni wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur (Syahrul, 2012). Dalam penelitian ini memilih jenis wawancara tidak terstruktur, wawancara ini tentunya beda dengan wawancara yang terstruktur. Pada waktu bertanya serta cara memberikan respons lebih bebas dan tidak terikat oleh waktu, responden adalah seseorang yang terpilih karena dianggap lebih mengetahui informasi yang diperlukan dan mendalami situasi. Pertanyaan biasanya tidak disusun terlebih dahulu, akan tetapi disesuaikan dengan keadaan dan ciri yang unik dari responden.

Tabel 3. 1
Daftar Wawancara Narasumber

No	Narasumber	Usia	Pekerjaan	Tanggal wawancara	Alamat
1	Meli Rahmawati	24	Swasta	04-Sep	Petemon Barat
2	Hanun Hamida	22	Mahasiswa	06-Sep-22	Banyu Urip Kidul
3	Masyitha Aliya	24	Swasta	08-Sep-22	Kupang Krajan
4	Fika Permata	21	Swasta	10-Sep-22	Pakis Timur
5	Siska Andini	23	Swasta	14-Sep-22	Putat Jaya
6	Mohammad Ibrahim	24	Swasta	22-Okt-22	Banyu Urip Wetan

Sumber: Peneliti

3) Dokumentasi

Dokumentasi atau metode dengan cara mengumpulkan data berupa catatan dan hasil observasi untuk akhirnya di jadikan sebagai catatan pribadi untuk

suatu proses analisa. Dokumentasi dalam penelitian ini adalah bentuk dari kegiatan untuk menyimpan sebuah data yang akan di dukung oleh peneliti serta merekam hasil kegiatan penelitian yang dilakukan dalam bentuk gambar ataupun foto.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisa kualitatif menurut (Sugiyono, 2014) sebagaimana yang telah di kutip yaitu upaya yang telah dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi data yang dapat dikelola dari sebuah data tersebut, dan yang dapat memutuskan apa saja yang penting dan apa yang dapat dikelola dari sebuah data tersebut, dan yang dapat memutuskan apa yang dapat di sampaikan kepada orang lain. Kemudian dari data yang telah di kumpulkan dan di analisis dengan menggunakan metode Analisa deskriptif. Deskriptif ialah metode yang akan digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data dari penelitian ini

1) Proses Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif ini dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah dilapangan. Dalam hal ini (Sugiyono, 2014) menyatakan analisis akan dimulai sejak merumuskan dan menjelaskan masalah, sebelum terjun lapangan, dan berlangsung terus sampai penulisan hasil penelitian. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dari pada setelahnya sampai hingga selesai penelitian

2) Analisis Sebelum di Lapangan

Analisis akan dilakukan dengan hasil studi pendahuluan, studi pendahuluan, studi data sekunder, yang akan dilakukan untuk menentukan focus pada penelitian. Namun demikian focus penelitian ini masih bersifat sementara, dan akan berkembang setelah peneliti masuk dan selama di lapangan. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang di wawancarai. Bila jawaban yang di wawancarai setelah di analisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai ketahap yang tertentu. Menurut Miles and Huberman (1984), telah mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai dengan tuntas, sehingga datanya sudah terlengkapi.

Aktivitas dalam analisis data meliputi:

3) Reduksi Data

Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan di pandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif ini adalah sebuah penemuan. Oleh karena itu, kalau peneliti dalam melakukan reduksi data. Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi. Bagi peneliti yang masih baru, dalam melakukan reduksi data dapat mendiskusikan pada teman atau orang lain yang dapat di pandang ahli. Melalui diskusi itu, maka

wawasan peneliti akan berkembang sehingga dapat mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan dan pengembangan teori yang signifikan.

a. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang akan telah di fahami tersebut. Dalam prakteknya tidak mudah ilustrasi yang diberikan, karena fenomena social bersifat kompleks dan dinamis, sehingga apa yang ditemukan dilapangan alan mengalami perkembangan data setelah belangsung agak lama di lapangan akan mengalami perkembangan data. Untuk itu maka peneliti harus selalu menguji apa yang telah ditemukan pada saat memasuki lapangan yang masih bersifat hipotetik itu berkembang atau tidak. Bila setelah lama memasuki lapangan ternyata hipotesis yang telah dirumuskan selalu didukung oleh data pada saat dikumpulkan di lapangan, maka hipotesis tersebut terbukti dan akan berkembang menjadi teori grounded. Teori grounded ialah teori yang telah ditemukan secara induktif, berdasarkan data-data yang ditemukan di lapangan, dan selanjutnya diuji melalui pengumpulan data yang akan diteliti.

b. Verifikasi / Penarikan Kesimpulan

Langkah yang terakhir dalam analisis data kualitatif menurut miles Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verivikasi. Kesimpulan

awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi bila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan dan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang fleksibel. Dengan demikian kesimpulan kualitatif dapat menjawab sebuah rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah peneliti sudah berada di lapangan.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Kota Surabaya

Kota Surabaya adalah kota terbesar kedua setelah ibukota Jakarta. Dari kota Surabaya ini terletak 796 km dari arah timur Jakarta, atau 415 km sebelah barat laut Denpasar, Bali. Surabaya terkenal sebagai kota pahlawan karena akan sejarahnya yang sangat di kenang dalam masa perjuangan untuk mempertahankan kemerdekaan bangsa Indonesia dari serangan penjajahan. Surabaya menjadi tempat terbesar yang memiliki luas ±326,81 km² dan memiliki 2.970.843 penduduk pada tahun 2021. Menurut Bappenas, Surabaya adalah sebagai salah satu sector dari empat kota pusat dari pertumbuhan utama yang ada di Indonesia, dengan bersamaan Jakarta, medan, dan makassar. (DATA & PERKOTAAN, 2021).

Tabel 4. 1

Jumlah Penduduk dan Rasio Jenis Kelamin Menurut Kecamatan Sawahan di Kota Surabaya

No	Kecamatan	Jumlah Penduduk	Rata-rata Anggota Keluarga
1	Karangpilang	77.557	24,264
2	jambangan	54,105	16,813
3	gayungan	47,827	15,156
4	wonocolo	85,284	26,139
5	Tenggilis Mejoyo	60,274	19,07
6	Gunung Anyar	60,505	18,617
7	Rungkut	121,247	37,319
9	Mulyorejo	91,339	28,897

10	Gubeng	143,874	47,197
11	Wonokromo	169,994	53,749
12	Dukuh Pakis	62,846	19,821
13	Wiyung	74,024	22,911
14	Lakarsantri	61,907	19,058
15	Sambikerep	66,833	20,638
16	Tandes	96,59	29,816
17	Sukomanunggal	108,264	33,723
18	Sawahan	216,414	66,75
19	Tegalsari	97,555	31,006
20	Kenjeran	179,198	20,551
21	Bulak	46,166	75,657
22	Simokerto	104,143	50,939
23	Semampir	206,449	13,979
24	Pabean Cantian	85,856	32,911
25	Bubutan	107,835	58,516
26	Krembangan	126,743	26,663
27	Asemrowo	49,808	34,254
28	Benowo	68,351	38,898
29	Pakal	58,599	14,452
Jumlah		3,148,939	917,659

Sumber: BPS Kota Surabaya

Dari waktu ke-waktu Kota Surabaya telah berkembang menjadi kota yang lebih baik, dengan memiliki jumlah rata-rata penduduk dari rata-rata seluruh kecamatan kota Surabaya. Dari keseluruhan jumlah penduduk kecamatan kota Surabaya diatas dari penduduk yang memiliki rentan jumlah yang sedikit yaitu berada di Kecamatan Bulak dengan jumlah penduduk 46,166 dan yang paling tertinggi menduduki Kecamatan Sawahan dengan jumlah penduduk 216,414 (BPS Indonesia, 2021). Dengan ini kenapa peneliti memilih kecamatan Sawahan ialah dengan memiliki kondisi geografis, strategis, jumlah penduduk yang cukup memadai dan sumber daya nya memenuhi sehingga bisa menjadikan kecamatan sawahan ini sebagai objek untuk penelitian.

4.2 Generasi Milenial Kota Surabaya

Penduduk milenial di Kota Surabaya di dominasi oleh usia muda. Hasil dari Badan Pusat Statistik Kota Surabaya ini memiliki penambahan sebanyak 315.643 sejak tahun 2018 atau terhitung rata-rata sebanyak 95.045 jiwa setiap tahunnya. Sehingga tepatnya per September 2020 jumlah penduduk di Kota Surabaya adalah 2.904.751 jiwa (BPS Indonesia, 2021). Generasi milenial adalah subyek pada penelitian ini, di karenakan adanya pertanyaan penggunaan uang elektronik kebanyakan dilakukan oleh generasi milenial di kota Surabaya.

Sehingga memunculkan kesimpulan bahwa pengguna adalah termasuk generasi milenial. Generasi milenial ini lahir antara tahun tahun 1980-2000 dan usia 15-34 tahun (Katadata.co.id, 2020). Di fase penting ini terjadi saat generasi milenial tumbuh dan telah memasuki perkembangan teknologi yang ada dalam kehidupan sehari-hari. Generasi ini juga sangat nyaman dan terbiasa dengan dunia serba digital karena mereka yang telah di harapkan dengan teknologi semenjak mereka lahir seperti internet, smartpone, dan media social. Konsumsi mereka terhadap teknologi tersebut sangatlah besar. Salah satunya adalah kecenderungan pengguna internet.

4.3 Profil Perusahaan Go-Jek

Gambar 4. 1
Lambang Gojek



Gojek didirikan atas bantuan seorang Nadiem Makarim, seorang warga negara Indonesia yang telah lulus dengan gelar Master of Business Administration dari Harvard Business School (Nasution et al., 2021). Konsep dari pendirian Gojek ini muncul dari kegemaran non-publik bapak Nadiem Makarim yang menggunakan ojek hampir setiap hari untuk menembus kemacetan yang berada di Ibukota Jakarta. Sebagai orang yang sering menggunakan transportasi ojek, Pak Nadiem melihat bahwa Sebagian besar waktu yang ia habiskan dengan menggunakan driver ojek hanya untuk nongkrong sambil memperlihatkan penumpang. Bahkan, tukang ojek tersebut mendapatkan penghasilan yang lumayan jika penumpangnya banyak. Dengan demikian pula, ia selalu melihat ketersediaan angkutan jenis ini tidaklah sebanyak angkutan lainnya sehingga seringkali sulit untuk ditemukan. Pada tanggal 13 October 2010, gojek telah resmi ter-instal dengan 20 driver pada saat itu, gojek selalu mengandalkan call center untuk bisa menghubungkan penumpang dengan pengemudi ojek. Pada pertengahan tahun 2014, seiring

dengan popularitas uber saat itu, bapak nadiem makarim mulai mendapatkan investasi dana.

Pada saat tanggal 7 Januari 2015, gojek akhirnya telah meluncurkan perangkat lunak/Aplikasi yang berbasis Android dan iOS untuk memperbarui mesin pemesanan menggunakan call center. Dengan berjalannya waktu gojek juga telah meluncurkan pembayaran yang saat ini menjadi salah satu system pembayaran yang paling banyak diminati dan sering digunakan dalam system pembayaran mobile di Indonesia. Kepopuleran tersebut dapat dinyatakan gopay sebagai alat pembayaran mobile yang mulai di implementasikan pada beberapa marchent toko di Indonesia khususnya pada kuliner. Beberapa tempat makan tersebut telah menggunakan goay sebagai alat pembayaran mereka yang berbasis mobile dan sering dikunjungi oleh beberapa konsumen sebagai alat pembayaran alternatifnya berbasis mobile.

Fitur transaksi yang telah di twarkan aplikasi GoPay yaitu:

- GoSend, pengiriman barang, dokumen akan terasa lebih mudah dan aman Ketika menggunakan GoSend
- GoFood, pengiriman makanan akan terasa mudah dan aman Ketika menggunakan goFood ini dan terdapat berbagai promo yang sering ditawarkan di GoFood yang tentunya kita nanti akan lebih hemat untuk membayar makanan tersebut.
- GoMart, pada gomart ini yang sering kali dilakukan oleh ibu rumah tangga biasanya, agar lebih mudah dan praktis dalam belanjanya tanpa perlu lagi

ke pasar. GoMart pada gojek menyediakan beberapa fitur pilihan toko supermarket yang nantinya akan diperbelanjakan dengan mudah dan aman melalui smartphne dan belanjaan kita akan langsung dikirim kealamat rumah.

- GoPulsa, pada GoPulsa ini terdapat transaksi yang rekomendasi yaitu contoh lainnya adalah pembayaran Tagihan Listrik, air PDAM, Token PLN, BPJS Kesehatan, Indihome, Pengisian Pulsa. Pada fitur GoPulsa ini kita semua akan terasa lebih mudah lagi membayar tagihan-tagihan apapun itu untuk kedepannya dan bukan hanya tagihan-tagihan tersebut kita juga bisa berdonasi dan berzakat melalui GoPulsa ini, kemudian kita akan mendapatkan tawaran promo cashback 20% sampai dengan 50% pada tanggal tertentu yang biasanya diadakan oleh aplikasi gojek tersebut

4.4 Informasi Data

Pada penelitian ini, data primer akan di kumpulkan melalui wawancara oleh narasumber yang dilakukan di bulan Agustus hingga Oktober 2022. Narasumber pada penelitian ini berjumlah 6 orang dengan kualifikasi masyarakat yang tinggal di kota Surabaya wilayah Kecamatan Sawahan yang melakukan transaksi pembelian menggunakan aplikasi GoPay. Selain itu dari 6 narasumber ini tergolong masyarakat dengan rentan kelahiran tahun 1980 hingga 2000 yang memiliki kemampuan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan uang elektronik berbasis mobile Go-Pay. Berikut informasi mengenai dari 6 narasumber pada penelitian ini:

Tabel 4. 2

Data Wawancara Narasumber

No	Narasumber	Usia	Pekerjaan	Tanggal wawancara	Alamat
1	Meli Rahmawati	24	Swasta	04-Sep	Petemon Barat
2	Hanun Hamida	22	Mahasiswa	06-Sep-22	Banyu Urip Kidul
3	Masyitha Aliya	24	Swasta	08-Sep-22	Kupang Krajan
4	Fika Permata	21	Swasta	10-Sep-22	Pakis Timur
5	Siska Andini	23	Swasta	14-Sep-22	Putat Jaya
6	Mohammad Ibrahim	24	Swasta	22-Okt-22	Banyu Urip Wetan

Dari table diatas narasumber memiliki status usia yang berbeda-beda. Narasumber diatas berusia mulai dari 21 tahun hingga 24 tahun dengan beragam status dari mulai pekerja hingga mahasiswa. Dari status pada narasumber tersebut telah berpengaruh pada sumber pendapatan yang mereka dapatkan.

4.5 Hasil Data

4.4.1 Konsumen Generasi Milenial Surabaya pada saat Menggunakan GoPay Sebagai Alat Transaksi

Gojek menerbitkan uang elektronik Gopay yang sudah memiliki izin No. 16/98/DKSP pada tanggal 17 juni 2014 dengan efektif tanggal 29 september 2014. Go-Pay sendiri telah berada di naungan PT Dompot Anak Bangsa (Bank Indonesia, 2019).

4.4.1.1 Pengetahuan Manfaat GoPay Sebagai Alat Transaksi

Go-Pay di nilai lebih aman karena produk ini selalu ada di *smartphone* di penggunanya dan disertai dengan PIN yang hanya diketahui oleh pemilik, Go-Pay dalam menarik minat konsumen untuk melakukan transaksi, dari narasumber telah menyatakan bahwa mereka menggunakan Go-pay ini untuk bertujuan membeli makanan di restoran, membeli paket data, membeli tiket bioskop seperti pernyataan dari narasumber pertama sebagai berikut:

“kalau menggunakan pembayaran gopay ini aku biasanya buat pembelian donat J.Co, pembelian tiket bioskop dan juga kadang aku gunakan untuk pembayaran makan di restoran”

Selain digunakan untuk pembelian donat J.Co, pembelian tiket bioskop dan juga untuk pembayaran makan di restoran, narasumber juga menggunakan Go-Pay untuk kepentingan lain yaitu untuk membayar tagihan token listrik, pembayaran PDAM, seperti pernyataan narasumber sebagai berikut:

“aku pakai Go-Pay biasanya buat pembayaran tagihan token listrik, pembayaran air dan tagihan Indihome.”

Sedangkan dari narasumber selanjutnya menyatakan bahwa dari menggunakan Go-Pay untuk melakukan donasi seperti pernyataan narasumber berikut ini:

“Saya menggunakan Go-Pay biasanya untuk pengisian Go-Tix untuk pembayaran tiket bioskop namun terkadang juga kalau saya gajian atau lagi punya banyak uang yang tersisa biasanya saya

gunakan untuk donasi atau melakukan infaq di masjid menggunakan kode QR”

Kemudian narasumber juga menggunakan Go-Pay guna untuk transfer sesama Go-Pay lain menggunakan nomor telepon dan juga membayar minuman dan makanan melalui aplikasi Gojek, seperti pernyataan berikut ini:

“biasanya saya pakai gopay ini untuk melakukan pembayaran minuman dan makanan di cafe kadang juga saya pakai gopay ini untuk bayar ke temen melalui nomer Go-Pay ketika saya gak ada uang cash di dompet.”

Lalu narasumber juga menggunakan aplikasi Gojek guna untuk pembelian obat dari apotek terdekat kalau tidak sempat untuk keluar atau juga bisa sekedar untuk berkonsultasi dengan dokter, seperti pernyataan berikut ini:

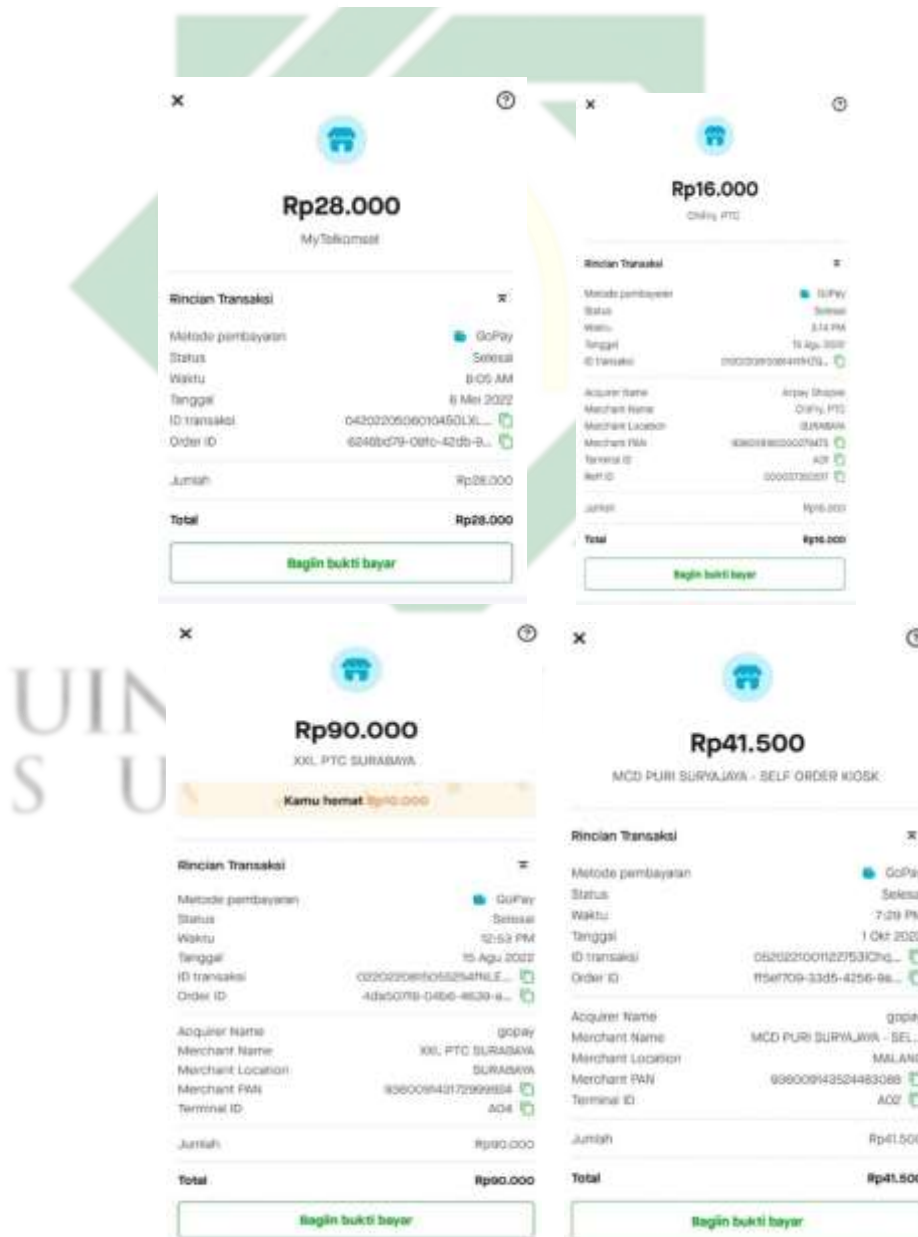
“biasanya saya menggunakan aplikasi Gojek ini untuk melakukan pembelian obat yang sedang saya butuhkan saat saya sedang sakit di kos dan tidak sempat untuk keluar, dan juga praktisnya ketika menggunakan aplikasi ini saya juga bisa melakukan chat atau sekedar berkonsultasi dengan dokter melalui aplikasi Gojek”

Dari pernyataan tersebut telah menjelaskan bahwa terdapat manfaat yang sudah didapatkan ketika menggunakan aplikasi untuk melakukan kepentingan pribadi yang lebih mudah dan efisien sehingga dapat menghemat waktu.

Pada kesimpulan wawancara diatas dapat diketahui bahwa penggunaan dalam pemanfaatan transaksi Go-Pay pada generasi milenial sangat berpengaruh pada kehidupan pribadi dan juga sangat

di butuhkan ketika dalam keadaan yang sedang mendesak. Dari narasumber melakukan transaksi pada berbagai macam. Kategorinya yaitu pembelian tiket bioskop, pembelian paket data, makanan.

Gambar 4. 2
Penggunaan GoPay



4.4.1.2 Permasalahan atau kendala dalam menggunakan Go-Pay sebagai Alat Transaksi

Dari pengguna Go-Pay tentu memiliki permasalahan dan tantangan dalam menjalankan program. Beberapa kendala pada penggunaan Go-Pay sebagai berikut:

- a. Dari pengguna gopay ini akan membutuhkan sinyal yang stabil bila melakukan transaksi pembayaran
- b. Server yang kurang aman atau tidak memakai PIN
- c. Transaksi menggunakan Gopay menyebabkan keborosan, dan
- d. Tidak semua toko memiliki pembayaran menggunakan e-money

Dari hal tersebut beberapa generasi milenial telah menyatakan adanya kendala ketika menggunakan gopay seperti pernyataan pada beberapa narasumber berikut ini:

“aku waktu itu punya kendala saat melakukan Top-up GoPay, soalnya aku gak punya m-banking dan harus melakukan top-up saldo gopay tersebut ke indomaret atau alfamart dan hal tersebut bisa dikendakan biaya admin”

Pada wawancara yang telah dilakukan oleh narasumber meli ini memiliki kendala yaitu tidak memiliki m-banking sehingga perlu pergi terlebih dahulu ke minimarket yang telah disebutkan diatas dan juga akan mendapatkan biaya admin juga ketika melakukan pengisian saldo ke minimarket tersebut. namun hal berbeda yang dimiliki oleh narasumber berikut ini

“aku pernah mengalami kendala sudah pengisian saldo gopay namun dalam jangka waktu 1 harian tak kunjung bertambah entah dari pihak gopay yang punya kendala atau pihak m-banking aku yang eror saat top-up”

Pada wawancara yang telah dilakukan oleh Hanun ini memiliki kendala yaitu ketika sudah pengisian saldo melalui m-banking namun saldo dalam gopay tersebut tak kunjung bertambah hampir 1 harian tak kunjung bertambah saldo tersebut dan alhasil memerlukan pelaporan kepada pihak gojek pada aplikasi yang tertera di dalamnya. Namun berbeda yang dimiliki oleh narasumber ke 3 sebagai berikut

“kendala yang aku miliki sederhana sih cumin tidak memiliki koneksi internet yang kuat, jadi kalo internet aku gk kuat alhasil selalu pakai cash”

Pada kendala pengguna ketiga yaitu Masyitha ini berbeda dengan kendala sebelumnya, pengguna ketiga ini menyebutkan kendalanya yaitu jejarang internet yang lemah, ketika pengisian atau pembayaran transaksi menggunakan gopay pengguna harus memiliki akses internet yang stabil namun tidak dengan pengguna ketiga ini, pengguna tidak memiliki akses jaringan internet yang kurang stabil sehingga tidak bisa melakukan pembayaran memakai gopay. Namun hal tersebut berbeda dengan narasumber ke-empat yang mengatakan:

“aku jarang sih pakai transaksi GoPay ini soalnya jarang banget buat top-up GoPay karena lebih sering bayar pakai cash ketimbang pakai GoPay”

Kendala yang di alami oleh pengguna ke empat yaitu fika ini ialah tidak memiliki saldo di gopay sehingga memakai uang cash terlebih dahulu ketika sedang melakukan transaksi di merchant atau café. Karena di rasa kalau mengisi top up ini narasumber akan membelanjakan hal tersebut dengan mengisi saldo pada gopay ini fika akan berbelanja terus menerus.

Kesimpulan yang telah di jelaskan oleh narasumber di atas mengenai kendala yang di dapat oleh pengguna yaitu rata-rata dengan adanya tidak memiliki uang cash untuk pengisian top-up, tidak memiliki akses jaringan internet yang stabil. Sebab tidak semua millennial pada masa kini memiliki mobile banking dan kuota cukup untuk melakukan pengisian saldo pada gopay mereka.

4.4.2 Tinjauan Konsumen Islam terhadap Perilaku Generasi Milenial Surabaya saat Menggunakan GoPay.

Pandangan ilmu ekonomi, apapun pemikiran yang melatar belakanginya merupakan ilmu yang membahas mengenai produksi, distribusi dan konsumsi (Vinna, 2016). Konsep konsumsi islam harus sesuai dengan tujuan islam sehingga menciptakan kemaslahatan. Mengkonsumsi produk halal yang lebih bermanfaat dan mengurangi produk yang haram akan lebih meningkatkan kesejahteraan bagi konsumen (Qardhawi, 1997). Pandangan mengenai konsumsi islam diantaranya mengenai konsep islam dalam menggunakan GoPay. Dalam implementasi uang elektronik, terdapat

dua bentuk akad yang digunakan, yaitu akad antara penyelenggara uang elektronik yang digunakan, yaitu akad antara penyelenggara yang elektronik dan akad antara penerbit uang elektronik dengan pengguna uang elektronik.

1. Akad antara penyelenggara kegiatan uang elektronik

Akad ini terbangun dari hubungan antara penyelenggara uang elektronik dapat dilakukan menggunakan akad ijarah. Pihak-pihak yang memberikan jasa dan sewa dimungkinkan untuk mendapat ujah (imbalan) atas pelayanan jasa dan swa yang diberikannya. Penerbit menempati posisi yang paling penting dalam hubungan antara penyelenggara e-money tersebut. (Ibrahim et al., 2021)

2. Akad antara penerbit dengan pengguna uang elektronik terbagi kedalam beberapa akad diantaranya adalah

- a. Akad antara penerbit dengan pemegang

Akad transaksi antara penerbit dnegan pemegang dalam hal penerbitan, pengisian ulang, redeem atau refund dan Tarik tunai uang elektronik didasarkan pada transaksi tukar menukar/jual-beli mata uang sejenis berdasarkan prinsip dan ketentuan akad sharf. Akad transkasi antara penerbit dengan pemegang dilengkapi dengan akad ijarah, dengan memberikan pelayanan jasa dan sewa dilakukan oleh penerbitan yang memungkinkan penerbit untuk mendapatkan ujah (imbalan)

b. Akad antara penerbit dengan pedagang

Abu sulaiman menjelaskan (Martinelli, 2019) bahwa penerbit dapat bekerjasama dengan pedagang sebagai agen penerbit, dalam hubungan ini pedagang menjadi wakil dari penerbit, maka transaksi apapun yang dilakukan atas nama penerbit yang berarti bahwa penerbit tidak bertindak sendiri. Atas jasa perwakilan dalam kegiatan tersebut maka mendapatkan imbalan (Ujrah)

Untuk mengetahui bagaimana konsep uang elektronik dapat dilihat dari pandangan keuangan islam. peneliti telah mewawancarai 6 orang yang mengerti tentang uang elektronik berbasis mobile.

4.4.2.1 Konsep Islam dalam Menggunakan Go-Pay

Dalam islam, suatu barang tidak hanya di pandang sebagai alat tukar di pasar. Melainkan sesuatu yang memiliki sifat-sifat baik dengan sebutan *at-tayyibat* dalam Al-Qur'an yang berarti baik, bersih dan indah. Sehingga, dengan mengkonsumsi sesuatu yang memiliki sifat yang telah disebutkan maka di dalamnya terkandung nilai kebaikan, kesucian dan juga keindahan (Qardhawi, 1997). Dari narasumber yang menggunakan GoPay sebagai hal yang baik sebagai berikut

Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh salah seorang informan yang bernama Meli rahmawati sebagai berikut:

“terkadang aku lakukan infaq secara rutin setiap 1minggu sekali dengan menggunakan gopay ini di mushola dekat rumah aku”

Pernyataan diatas berbeda dengan yang dialami oleh narasumber Hanun yang sering menggunakan GoPay ini sebagai pembayaran Zakat pada Dompot Dhuafa, yaitu sebagai berikut

“kalo aku kadang gunain gopay ini buat zakat di dompet dhuafa dan kalau semisal aku punya uang lebih sisanya akan aku infaq kan di masjid dekat podoku”

Hal yang berbeda telah di ungkapkan oleh Masyitha Aliya yang merupakan pegawai swasta di Surabaya, yaitu sebagai berikut

“aku biasanya gunain gopay ini selain buat transaksi atau pembelian via online, aku gunain buat donasi pada orang yang sedang terimpa musibah sakit dan butuh biaya untuk perawatannya”

Berbeda dengan narasumber Fika dia menggunakan Gopay ini sebagai hal yang social seperti kampanye untuk pembangunan rumah buat kucing yang terlantar dan beserta perawatannya:

“jadi aku gunain gopay ini buat lakukan donasi social kepada hewan yang terlantarkan dan biasnaya untuk pembangunan rumah untuk kucing”

Hal yang sama juga telah dilakukan oleh narasumber Siska Andini juga mengatakan:

“waktu itu aku gunain GoPay ini untuk donasi buka puasa saat Ramadhan”

Berbeda dengan narasumber Muhammad Ibrahim, yang menggunakan Gopay sebagai donasi Pendidikan bagi anak-anak biar bisa belajar, sebagai berikut:

“waktu pandemic dulu aku sempat donasi Pendidikan pada anak dibawah umur agar dapat mengikuti kelas online yang diselenggarakan disekolahnya tersebut”

Dari hasil wawancara diatas dapat di ketahui hampir seluruh informan telah menggunakan GoPay sebagai hal yang baik dan dapat di percontohkan kepada yang lainnya, dan berbagai pengguna GoPay dapat memanfaatkan hal tersebut dalam kebaikan.

Dasar uang diciptakan adalah untuk memudahkan orang-orang dalam melakukan suatu barter barang, e-money merupakan proses dari perjalanan dan perkembangan uang. E-money merupakan uang dimana pemiliknya diharuskan untuk mengisi saldo dengan jumlah nominal tertentu yang jeas nominalnya, sama seperti penukaran uang dengan uang tetapi sudah dalam bentuk yang berbeda.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

ANALISIS

Bersumber dari hasil wawancara dan penemuan data yang telah ditemukan dalam penelitian ini, maka penulis melakukan tinjauan terhadap perilaku Konsumen Islam Generasi Milennial di Surabaya yang akan dijelaskan dalam sub bab berikut:

5.1 **Konsumsi Generasi Milenial Surabaya dalam Menggunakan GoPay sebagai Alat Transaksi**

Beberapa informan yang telah di wawancara oleh peneliti ini melakukan pembelian secara cuma-cuma. Mereka langsung melakukan pembelian karena melihat barang yang menarik dan juga tergiur oleh potongan yang fantastic. Keinginan tersebut muncul Ketika ada barang yang menarik perhatian informan sehingga mereka tidak dapat menahan keinginan tersebut dan seketika langsung membelinya. Hal tersebut tidak sesuai dengan firman yang telah diberikan oleh Allah Swt dalam surah Al-Isra' ayat 27 yang berbunyi:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya: Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada tuhan nya. (Al-Isra: 27)

Dalam surah tersebut Allah telah melarang kita untuk berperilaku boros dan hal yang menghambur-hampurkan harta uangnya maka dengan hal itulah

Allah SWT memperingati akan hal itu sehingga nanti kedepannya tidak akan terjadi keborosan-keborosan yang merugikan tersebut.

Demikian juga halnya yang telah mengemukakan konseptualitas pemikirannya tentang norma eika ekonomi islam dalam konsumsi. Menurut Yusuf Qardhawi, berbelanja dan konsumsi adalah Tindakan yang mendorong Sebagian masyarakat berproduksi hingga dapat terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat roda produksi niscaya akan terhenti, selanjutnya perkembangan pun akan terhambat. (Qardhawi, 1997)

Bagi generasi milenial yang memiliki daya beli rendah, konsumsi yang dilakukan ialah terfokus material yang ingin dicapai dan yang diinginkan. Manfaat material tersebut mampu menunjang kebutuhan millennial dalam aktivitas sehari-harinya, sehingga konsumsi tersebut tidak tergolong sia-sia terlebih dalam konsumsi tersebut dinilai terjangkau ditinjau dari biaya yang telah dikeluarkan. Sehingga dari sua kategori tersebut milenial dapat diketahui memiliki daya beli yang mengengah dalam melakukan konsumsinya. Hal tersebut karena barang-barang yang dikonsumsi tidak hanya memberikan manfaat material saja, namun mendatangkan kebaikan bagi yang melakukan konsumsi tersebut.

5.2 Perilaku Konsumen Islam dalam Menggunakan GoPay

Belanja dan konsumsi adalah Tindakan yang mendorong masyarakat memproduksi hingga terpenuhi segala hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan daya beli masyarakat akan berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas mereka, maka cepat atau lambat roda produksi akan terhenti dan perkembangan tersebut akan terhambat (Martinelli, 2019)

Konsumsi ini menjadi peran yang penting untuk kehidupan ekonomi individu maupun untuk seluruh masyarakat. Sangat diperlukan sikap yang hati-hati dalam mengkonsumsi harta kekayaan. Suatu negara dengan system pertukaran dan distribusi yang jujur dan adil mungkin banyak kekayaan, tetapi jika tidak dapat digunakan dengan bijak hal tersebut akan hilang tujuan yang sebenarnya.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada generasi milenial yang berada di kecamatan Sawahan Kota suarabaya ini telah membelanjakan harta dalam kebaikan terutama untuk diri sendiri. Seperti yang telah diungkapkan salah satu informan Meli Rahmawati dan 6 informan lainnya, mereka telah membelanjakan hartanya sesuai dengan kemampuannya dan penghasilan yang mereka punya tanpa melampaui batas yang dapat menimbulkan sikap kikir. Selama pemilikan hart aitu bukanlah tujuan melainkan karunia Allah dalam mewujudkan kemaslahatan umum yang memang tidak sempurna kecuali dengan harta yang dijadikan Allah Swt bagi manusia sebagai pijakan. Berdasarkan hasil penelitian mengenai

membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjahui sifat yang kikir, dapat di simpulkan bahwa generasi milenial kota Surabaya ini menunjukkan perilaku yang positif dan dapat dicontoh oleh siapapun.

Sebagai seorang muslim dianjurkan supaya bisa menyeimbangkan antara pendapatan agar ia tidak terpaksa berhutang dan merendahkan dirinya di hadapan orang lain, seperti halnya dalam pernyataan Meli Rahmawati ketika melakukan transaksi membeli makanan di sebuah mall, tanpa pikir Panjang meli pun membeli makanan tersebut dikarenakan adanya potongan yang besar-besaran. Begitu juga dengan Hanun yang terkadang dalam memenuhi keinginannya belum bisa mengontrol untuk pengeluaran dari pendapatannya yang ia miliki sekarang. Seperti halnya potongan yang menarik di sebuah market atau restoran-restoran sehingga para narasumber mengaku tidak bisa mengontrol keinginannya saat itu untuk membelinya.

Dalam hal ini tidak melakukan kemubaziran hampir semua informan generasi milenial Kota Surabaya belum sepenuhnya berperilaku sesuai dengan landasan Konsumsi dalam Islam. tetapi juga ada dari beberapa yang sudah menghindari tindakan yang mubazir, misalnya pernyataan dari Mohammad Ibrahim yang telah melakukan sesuai yang ia ketahui, seperti tidak membeli yang tidak bermanfaat agar tidak menyesal di kemudian hari meskipun hal tersebut sudah adanya potongan besar. Pada islam berperilaku boros akan dianggap tidak baik dan dilarang, karena dari sifat tersebut akan

memberikan efek yang buruk bagi diri sendiri. Seperti dalam surat Al-Isra ayat 26 sebagai berikut:

وَأْتِ دَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang yang miskin dan orang yang dalam perjalanan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros” (Al-Isra:26)

Dari ayat diatas telah di simpulkan bahwasannya Allah SWT telah melarang kepada ummatnya agar tidak berperilaku boros dengan membelanjakan hartanya yang tidak penting dan membelanjakan hartanya secara tidak perhitungan, sebagai ummat muslim kita harus berperilaku yang cermat sehingga tidak menjadi mubadzir dan tidak lalai akan perintah Allah SWT.

Prinsip kesederhanaan berarti konsumen boleh mengkonsumsi produk selama produk tersebut dapat memberikan kebaikan dan kesempurnaan dengan adanya Allah Swt. Berdasarkan analisis dari teori masalah kepuasan bukan didasarkan atas baik buruknya sesuatu terhadap dirinya. Apabila mengkonsumsi mengandung mudarat maka akan menghindari kemudharatan yang ditimbulkan mempunyai peran yang lebih besar dari pada manfaatnya.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti kepada generasi milenial kota Surabaya, perilaku konsumsi generasi milenial dalam sebuah transaksi menggunakan GoPay dengan memenuhi apa yang mereka

inginkan, mereka tidak peduli dengan harga yang harus dikeluarkan asalkan produk yang mereka ingin dapatkan apalagi produk tersebut dengan adanya potongan yang besar-besaran. Bahkan terkadang ada juga yang rela meminjam uang temannya tersebut untuk memenuhi keinginannya.

Dari hasil penelitian yang dilakukan telah disimpulkan bahwa hampir dari 6 narasumber tersebut banyak yang tidak sederhana dalam membelanjakan harta mereka. Sebagai seorang muslim tentunya akan dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya, tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus dibeli langsung, karena dari sifat inilah kebutuhan yang sesungguhnya akan dipengaruhi situasi dan kondisi. Hal ini sangat berbeda dengan apa yang di konseptualisasikan islam dalam kaitannya dengan aktifitas konsumen Generasi Millennial Surabaya.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Analisis Penggunaan E-money Berbasis Mobile (Go-Pay) Sebagai Alat Transaksi Generasi Milenial Surabaya dengan Menggunakan Perspektif Masalah Murasalah” dapat disimpulkan bahwa,

1. Informasi mengenai penggunaan e-money yang digunakan oleh generasi millennial ini bermula pada penggunaan uang tunai kemudian beralih menjadi uang elektronik sebagai alat transaksi dalam kehidupan sehari-hari karena dirasa mudah dan efisiensi ketika digunakan. Generasi millennial di Surabaya ini memiliki kecenderungan sendiri untuk memilih menggunakan uang elektronik berbasis mobile untuk melakukan transaksi sebagai aktivitas keuangan sehari-hari termasuk berbelanja di supermarket, e-commers, pembayaran listrik, dan jasa transportasi dan sebagainya. Oleh karena itu semakin teknologi canggih dapat mempengaruhi bentuk ekonomi system pembayaran yang akan berdampak pada kehidupan masyarakat pada saat ini. oleh sebab itu millennial lebih suka menggunakan uang elektronik sebagai alat transaksinya daripada menggunakan system transaksi uang tunai karena terdapat penawaran yang telah ditawarkan ketika menggunakan transaksi elektronik tersebut sehingga saat melakukan transaksi terasa jauh lebih hemat.

2. Perilaku konsumen generasi milenial kota Surabaya ini belum sepenuhnya sesuai dengan perspektif teori konsumsi islam yaitu. Para informan dalam penelitian ini menyatakan sikap yang positif membelanjakan harta dalam hal yang baik, namun belum optimal karena ada beberapa informan masih banyak yang bersikap mubazir dan belum bersikap sederhana dalam berkonsumsi.

6.2 Saran

1. Saran untuk millennial di kota Surabaya khususnya yang ada di kecamatan sawahan agar lebih selektif dalam melakukan transaksi dan diharapkan dapat membuat skala prioritas dalam berbelanja agar tidak mudah tergiur pada promo yang sedang di tawarkan dengan mempertimbangkan manfaat dan dampaknya terlebih dahulu sebelum membelinya.
2. Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini di harapkan bisa digunakann sebagai bahan refrensi dan perbandingan untuk penelitian selanjutnya

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, O., & Junaidy, B. (2013). *Argumen Ultarianism dalam Masalah Menurut Muhammad Abu Zahrah Disertasi Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Doktor dalam Program Studi Hukum Islam pada Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel Surabaya*. Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.
- Abiba, R. W., & Indrarini, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Uang Elektronik (E-Money) Berbasis Server Sebagai Alat Transaksi terhadap Penciptaan Gerakan Less Cash Society Pada Generasi Milenial di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(1), 196–206.
<https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n1.p196-206>
- Adiwarman, A. K. (2004). *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Darul Haq.
- Alaiddin, K. (2013). *Ilmu Fiqh dan Ushul Fiqh*.
- Anjelina. (2018). Perspektif Konsumen pada Penggunaan E-Money. *Journal Of Applied Managerial Accounting*, 2(2), 219–231.
<https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/JAMA/article/view/934>
- Asep Saiful Bahri. (2010). Konsep Uang Elektronik dan Peluang Implementasinya pada Perbankan Syariah. In *Skripsi*.
<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/839>
- Asiati, D., Bayu, G., Ngadi, Triyono, Ningrum, V., Kurniawan, F. E., Aruan, N. L., & Purba, Y. A. (2019). *UMKM dalam Era Transportasi Digital (Pertama)*.
- Astri, P., Pratikto, H., & Sutrisno. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Pelanggan. *Jurnal Pendidikan*, 3, 498.
- BPS Indonesia. (2021). Catalog : 1101001. In *Statistik Indonesia 2020* (Vol. 1101001).

<https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>

Cucu, K. (2018). Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Imam Ghazali. *Jurnal Perspektif*, 2(2).

DATA, B., & PERKOTAAN, P. P. K. (2021, September). Profil Kota Surabaya. *PU-Net*. <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/v2/sistem-perkotaan-nasional>

Fatwa Dsn-Mui No. 116/DSN-MUI/IX/2017. (n.d.). *DEWAN SYARIAH NASIONAT MUI (National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama)*, 12.

Firmansyah, & Dacholfany, D. M. I. (2018). *Uang elektronik dalam Perspektif Islam* (M. P. M. Dini Handoko (Ed.); pertama). CV.IQRO.

Hardani, S.Pd., M.Si., D. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (A. Husnu Abadi, A.Md. (Ed.)). CV. Pustaka Ilmu.

Hazbiyah Shahnaz, & Wuryanta Eka Wenats. (2020). Fenomena Cashless pada Pembentukan Gaya Hidup Baru Generasi Milenial. *Jurnal Ikon Agustus 2020*, 24(2), 185–199. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1237/1000>

Ibrahim, A., Amelia, E., Akbar, N., Kholis, N., Utami, S. A., & Nofrianto. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. dan A. Sakti (Ed.); pertama). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.

Ilahi, N. (2022). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran”, *Jurnal Phronesis. Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1). <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1214>

Indonesia, B. (2019). *Statistik Sistem Transaksi*. Jakarta, Bank Indonesia. <http://bi.go.id/statistik-sistem-pembayaran>

Ismail, N. (2007). *Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar*.

- Juditha, C., & Darmawan, J. (2018). Penggunaan Media Digital dan Partisipasi Politik Generasi Millennial. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 22(2), 94–109.
<https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jpkop/article/download/1628/1027>
- Katadata.co.id. (2020). Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020. *Katadata.Co.Id*.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Keti). Erlangga.
- Marita. (2012). Metode Pembayaran Belanja Dengan E-Commerce. 2, 12, 105–113. <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/3556>
- Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *Jurnal EduTech*, Vol. 5 No.(2442–6024), 76–82.
file:///C:/Users/HP_Core/Downloads/2803-4752-1-PB.pdf
- Nasution, L. Y., Agus, R., & Seri, E. (2021). *GoPay pada Gojek Berdasarkan Perspektif*. 477–488.
- Qardhawi, Y. (1997). *Konsumsi Islam dan Etika Ekonomi islam* (2nd ed.). Gema Insani Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. ALFABETA,Cv.
- Suharni. (2018). Uang Elektronik (E-money) Ditinjau dari Perspektif Hukum dan Perubahan Sosial. *Jurnal Spektrum Hukum*, 15(1), 15–43.
<http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/SH/article/view/1108/955>
- Syahrul, S. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Cipta Pustaka Media.
- Syariah, D., & Mui, N. (2017). *Dewan Syariah Nasional MUI* ((021)3904146; Issue 19). <https://ubico.id/wp-content/uploads/2019/02/116-Uang-Elektronik-Syariah.pdf>

Vinna, S. (2016). *Ekonomi Mikro Syariah* (Pustaka Se).



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A