

## **Dowry Trends in the Digital Era (The Sociology of Islamic law Perspective About Use of Digital Dowry in The Cyber World Community)**

### **Tren Mahar di Era Digital (Tinjauan Sosiologi Hukum Islam Penggunaan Mahar Digital di Komunitas Dunia Cyber)**

**Ita Musarrofa**

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Ampel Surabaya.

[itaisme@gmail.com](mailto:itaisme@gmail.com)

#### **Abstract**

*This paper analyzes the trend of using digital dowries in the practice of marriage in the digital era. The study focuses on the sociological reasons that institutionalize and normative responses to these trends. This qualitative research uses data collection techniques through case tracking in electronic media. The analysis technique uses an interactive model. Heim's theory of virtual reality and Berger's theory of the dialectic of social reality formation are used to analyzing the reasons for the cyber community to use digital dowry. The results showed that bitcoin, crypto assets, gopay balances, google adsense and unlimited hosting became a new trend of giving digital dowries in the practice of marriage digital era. Based on Berger's theory, the tendency to use digital dowries by couples in the digital era was caused by the institutionalization of the digital world among the cyber community. The institutionalization takes place through a dialectic between objectification, internalization and externalization. The use of digital dowry is a form of community externalization that confirms the existence of virtual reality become a rival for the real world. Meanwhile, Heim's analysis shows that digital dowries were caused by the characteristic of the virtual world that resembles the real world, thus facilitating its institutionalization in the cyber community. Normatively, the dowry of the digital era does not contrary to Islamic law because it has the benefit of the same value as a dowry in the real world.*

**Keywords:** Cyber Community, Digital Dowry

#### **Abstrak**

*Paper ini menganalisis tentang tren penggunaan mahar digital dalam praktik perkawinan di era digital. Kajian difokuskan pada alasan sosiologis yang melembagakan dan tanggapan normatif dari tren tersebut. Riset kualitatif ini, menggunakan teknik pengumpulan data melalui penelusuran kasus di media elektronik. Teknik analisis menggunakan model interaktif. Teori*

*Heim tentang virtual reality dan teori Berger tentang dialektika pembentukan realitas sosial digunakan untuk menganalisis alasan komunitas cyber menggunakan mahar digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, bitcoin, aset kripto, saldo gopay, google adsense dan hosting unlimited menjadi tren baru pemberian mahar digital dalam praktik perkawinan era digital. Berdasarkan teori Berger, kecenderungan penggunaan mahar digital oleh para pasangan di era digital disebabkan oleh pelebagaan dunia digital di kalangan komunitas dunia cyber. Pelebagaan itu berlangsung melalui dialektika antara objektifikasi, internalisasi dan eksternalisasi. Penggunaan mahar digital adalah bentuk eksternalisasi masyarakat yang mengukuhkan keberadaan realitas dunia maya menjadi tandingan bagi dunia nyata. Sedangkan analisis Heim menunjukkan bahwa, penggunaan mahar digital disebabkan oleh sifat dunia maya yang menyerupai dunia nyata sehingga mempermudah pelebagaannya di tengah komunitas dunia cyber. Secara normatif, mahar era digital tidak bertentangan dengan syarat dan rukun dalam hukum Islam karena memiliki manfaat yang nilainya sama dengan mahar di dunia nyata.*

**Kata kunci :** Komunitas Cyber, Mahar Digital

## **Pendahuluan**

Ketika benar-benar merasakan perubahan besar-besaran dalam dunia kita saat ini, terbayang kembali apa yang diramalkan Alvin Toffler pada tahun 1970 dalam bukunya *Future Shock*, bahwa kemajuan sistem teknologi informasi memungkinkan banyak pekerjaan dapat diselesaikan di rumah melalui koneksi telekomunikasi komputer. Di masa pandemi seperti sekarang ini, ramalan Toffler tersebut semakin menemui momentum nyata ketika semua pekerjaan kantor bisa diselesaikan dengan cepat di rumah melalui kecanggihan teknologi digital (Khan, 2019, h. 174).

Era ini dikenal dengan era revolusi industri 4.0, satu fase untuk menandai kemajuan pesat di bidang teknologi informasi. Sebelumnya telah ada perubahan besar dalam dunia industri yang diawali dengan temuan-temuan penting penggerak perubahan. Revolusi 1.0 misalnya, ditandai dengan ditemukannya mesin uap dan kereta api pada tahun 1750-1930 yang menciptakan akselerasi perekonomian sehingga meningkatkan pendapatan perkapita negara-negara di dunia. Revolusi 2.0 ditandai dengan penemuan listrik, alat komunikasi, kimia, minyak pada tahun 1870-1900 sehingga mesin-mesin produksi ditenagai oleh listrik yang berguna untuk meningkatkan produksi secara massal. Sementara revolusi 3.0 ditandai dengan penemuan komputer, internet dan telepon genggam sehingga industri manufaktur mengalami otomasi. Era revolusi industri keempat saat ini ditandai dengan perkembangan pesat teknologi sensor, interkoneksi dan analisis data yang memungkinkan untuk

mengintegrasikan seluruh teknologi tersebut ke dalam berbagai bidang industri (Satya, 2018, h. 20) (H. Prasetyo & Sutopo, 2018).

Revolusi industri 4.0 secara fundamental mengubah cara manusia berpikir, berkomunikasi, menjalani hidup, dan berinteraksi satu sama lain. Berbagai aktivitas manusia di segala bidang mengalami disrupsi, tidak hanya dalam bidang teknologi, disrupsi bahkan merambah bidang-bidang lain seperti bidang sosial, ekonomi, politik, dan hukum. Dengan berkembangnya media sosial, cara kita berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain tidak lagi dibatasi sekat-sekat ruang dan waktu. Orang dapat menjalin hubungan pertemanan, kencan, bahkan perjodohan dengan orang di belahan dunia yang lain dengan mudah. Dalam bidang politik, penggalangan massa, pembentukan opini politik oleh pelaku-pelakunya, lebih efektif dan efisien dengan memanfaatkan media sosial serta kecanggihan teknologi informasi. Pemerintahan bahkan ditantang untuk menyelenggarakan birokrasi yang efektif dan efisien berbasis *e-governance*. Dalam bidang hukum, dengan adanya perubahan besar-besaran dalam dunia sosial kita saat ini, maka aturan-aturan hukum diharuskan bisa merespon perubahan yang ada agar tetap bisa memberikan keadilan yang sesuai dengan perkembangan zaman. Perubahan yang paling dirasakan dalam keseharian kita adalah perubahan di bidang ekonomi. Bisnis retail yang selama ini mengandalkan toko fisik, sekarang berubah menjadi *e-commerce* yang menjanjikan kemudahan dan kecepatan dalam berbelanja. Untuk bisa berjualan, orang tak lagi membutuhkan toko fisik, tetapi toko di dunia maya yang dapat ia kelola layaknya toko di dunia nyata. Dengan kemungkinan-kemungkinan baru tanpa batas ini, bisnis yang mengintegrasikan kemampuan dunia digital dapat mengalahkan yang konvensional. Hal ini misalnya terlihat dari ditutupnya beberapa mall besar, digantikannya sarana transportasi konvensional dengan sarana transportasi *online* yang lebih memudahkan dan memajukan hidup (B. Prasetyo & Trisyanti, 2018, h. 24).

Dunia maya menjanjikan banyak potensi ekonomi yang bisa dikelola dan dimanfaatkan secara maksimal. Potensi dunia maya yang bisa menghasilkan keuntungan ekonomis lainnya misalnya dengan membuat *blog*, membangun channel *youtube*, bergabung dengan afiliasi, mengikuti survei berbayar, menjual produk dengan cara *dropshipping*, menjadi penulis *freelance*, menjadi sosial media *influencer*, menekuni *cryptocurrency* dan lain sebagainya. Untuk mencari uang guna memenuhi kebutuhan hidup, tidak lagi hanya bisa dilakukan di dunia nyata, tetapi

lebih menjanjikan lagi di dunia maya. Orang kemudian berlomba-lomba membuat channel youtube yang bisa menghasilkan milyaran uang jika ditonton dan di *subscribe* oleh banyak orang dari sponsor yang memasang iklan. Sistem pembayaran juga berubah dari uang fisik ke uang virtual, aplikasi seperti gopay, ovo, link saja, dan Dana, memungkinkan kita berbelanja dan mentransfer tanpa harus menggunakan uang fisik, tanpa harus datang ke bank atau mencari mesin ATM.

Kemudahan transaksi dan segala potensi ekonomi yang ada di dunia maya, kemudian juga digunakan oleh orang untuk transaksi yang lain, mahar pernikahan misalnya. Intensitas pengalaman orang dengan interaksi di dunia maya, memunculkan ide untuk menggunakan potensi ekonomi yang memiliki nilai manfaat besar itu sebagai mahar pernikahan yang unik dan tak kalah nilainya dengan mahar fisik. Contoh kasus misalnya yang dilakukan oleh pasangan Fajar Widi dan Mustika yang menggunakan *bitcoin* sebagai mahar pernikahan (*Anti-Mainstream*, 2017), atau Candra dan Vida yang menggunakan mahar *google adsense* dan *hosting* (*Jatuh Cinta pada Blogging*, 2020), atau pasangan Teguh Kurniawan Harmanda dan Nadya Aprilia Syaidin yang menggunakan aset Kripto IDR Private (IDRP) sebagai mahar pernikahan (Sitepu, 2020), atau pernikahan Insan Saifuddin dan Linda Novianti yang menggunakan saldo gopay 10 juta sebagai mahar pernikahan mereka (Liputan6.com, 2020).

Tradisi mahar hampir selalu ada di setiap masyarakat, termasuk masyarakat non-muslim, sehingga persoalan mahar dalam kajian sosiologi-antropologi maupun kajian normatif bukan lagi hal baru. Banyak penelitian telah dilakukan, baik pada sisi ketentuan normatif maupun praktiknya oleh masyarakat tertentu. Penelitian tentang ketentuan normatif mahar dan upaya pemaknaannya kembali misalnya terlihat dalam karya Nurhadi tentang hukum mahar berupa jasa perspektif Imam Hanafi dan Syafi'i (Hadi, 2018), karya Harijah Damis yang mengkaji mahar perspektif fikih dan perundang-undangan (Damis, 2016), karya Halimah B. dan Subhan yang meneliti tentang tafsir kontemporer tentang mahar (Basri, 2018) (Subhan, 2017), dan karya Apriyanti yang membahas sejarah mahar serta mengaitkannya dengan status perempuan di masa jahiliyah dan Islam (Apriyanti, 2017). Sedangkan penelitian tentang bagaimana praktik mahar di masyarakat misalnya dapat dibaca pada penelitian Muniroh tentang mahar hafalan al-Quran dalam tradisi masyarakat Banjar (Muniroh, 2017), penelitian Sudirman dkk. dan penelitian Nurul Miqat serta Handar Subhandi Bakhtiar

tentang uang *panaik* dalam tradisi masyarakat Bugis Makasar (Sudirman dkk., 2019) (Miqat & Bakhtiar, 2017), juga pada karya Taufiq Hidayat, Raihanah Azahari dan Fauzi yang meneliti tentang *Jeulame*, yaitu istilah untuk mahar dalam tradisi Banda Aceh (Hidayat dkk., 2020). Penelitian lainnya seputar praktik mahar ini misalnya dilakukan oleh Sajid Ali dkk. yang meneliti hubungan praktik mahar dalam budaya Pakhtun di Pakistan dengan ajaran Islam (Ali dkk., 2019), Lisa Cahyanida Siswanto yang mengkaji praktik mahar di India yang dikenal dengan *Dowry Death*, karena seringkali menyebabkan kematian perempuan yang disiksa keluarga suami karena tidak mampu membayar mahar (Siswanto & Dir, 2020)

Dari penelitian-penelitian di atas terlihat, bahwa kecenderungan masyarakat untuk memilih menggunakan mahar tertentu memang selalu mengalami perubahan. Secara normatif, tidak ada pembakuan jumlah dan jenis tertentu untuk dijadikan mahar, semua diserahkan kepada masyarakat. Nabi hanya memberikan asas normatif, bahwa mahar yang baik adalah yang sederhana, tulus dan tidak memberatkan (Nasa'i, t.t., h. 304). Dalam praktiknya di Indonesia, mahar sering berupa uang, aset tidak bergerak, peralatan rumah tangga, pakaian, perhiasan, bahkan dalam wujud jasa pengajaran al-Quran. Menurut penelitian Noryamin Aini, pada tahun 1990-an dan 2000-an mahar mengalami pergeseran dari uang atau objek yang bernilai praktis ke benda yang bernilai religius sehingga seringkali kita temukan pasangan menikah menggunakan mahar seperangkat alat sholat, umroh atau mengajarkan baca tulis al-Qur'an kepada mempelai perempuan. Jenis mahar ini dipilih sebagai simbol ketaatan beragama yang dapat melanggengkan perkawinan. Tren Mahar juga berubah dari uang ke perhiasan sebagai simbol cinta dan kekekalan hubungan (Aini, 2014, h. 21).

Tren mahar kembali berubah dengan semakin massifnya penggunaan internet dan berkembangnya potensi ekonomi digital di Indonesia. Terdapat kecenderungan penggunaan nilai ekonomi digital sebagai mahar dari seorang suami kepada sang istri. Selain perubahan pada bentuk dan jenis mahar ke mahar digital, cara penyerahannya pun tidak lagi secara fisik, tetapi secara virtual. Kecenderungan ini tentunya menyisakan problem normatif dari sisi pemaknaan kata tunai. Dengan kata lain, dapatkah mahar digital yang penyerahannya dilakukan secara virtual dibenarkan secara normatif? Tulisan ini bermaksud mengkaji kecenderungan penggunaan mahar digital dalam praktik pemberian mahar perkawinan,

bagaimana tren baru mahar digital ini bisa dijelaskan alasan-alasan sosiologis yang melembagakannya serta seperti apa tanggapan normatif hukum keluarga Islam terhadap tren baru tersebut.

### **Tren Mahar di Era Digital**

Perubahan tren mahar di era digital, dapat dilihat dari beberapa kasus penggunaan mahar digital di tanah air. Ada empat kasus yang sempat viral di dunia maya, tentang penggunaan mahar digital dalam praktik perkawinan yang akan dijadikan sebagai ilustrasi, tentang kecenderungan baru penggunaan mahar digital saat ini.

#### **1. Mahar Saldo *Go-pay***

Penggunaan uang virtual lainnya sebagai mahar adalah kasus pernikahan Insan Syamsuddin dan Linda Novianti. Keduanya menggunakan saldo *go-pay* sebesar Rp. 10 juta sebagai mahar pernikahan yang dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober 2020. Mahar yang sudah diserahkan ditunjukkan dari jumlah saldo *go-pay* di akun *gojek* milik Linda (Liputan6.com, 2020).

*Go-pay* adalah metode pembayaran untuk memudahkan pengguna layanan *go-jek*. *Go-jek* sendiri adalah layanan angkutan *online* karya anak bangsa yang beroperasi menggunakan suatu aplikasi. Untuk memenuhi kebutuhan pelanggannya, *go-jek* menyediakan sistem layanan non-tunai yang diberi nama *go-pay* ini. Adanya *go-pay* dalam aplikasi *gojek* tentu saja memberi kemudahan kepada *driver* dan pelanggan dalam melakukan transaksi yang efektif, efisien, cepat, dan aman (Sukma & Zuliana, 2019). Pembayaran melalui *go-pay* berlaku bagi semua transaksi yang ada pada aplikasi *Go-Jek*, seperti *Go-Car*, *Go-Ride*, *Go-Food*, *Go-Box*, *Go-Shop* dan lain sebagainya (Ramadani, 2019).

#### **2. Mahar *Google adsense* dan *Hosting***

Seorang *blogger*, Halfi Chandra Birawa berinisiatif memberikan mahar berupa *google adsense* dan *hosting unlimited* kepada istrinya, karena kecintaannya pada dunia *blogging*. Chandra sendiri menekuni dunia tulis menulis menggunakan media *blog* ini sejak tahun 2013. Saat ia memutuskan untuk kuliah mengambil jurusan filsafat ke Jakarta, hobi *blogging*nya semakin intensif karena ia harus mencari biaya kuliah sendiri sembari menulis

di *blog*. Ia bahkan sempat belajar programming untuk menunjang hobi *blogging*nya dan berhenti kuliah agar lebih fokus pada hobi satu ini (*Jatub Cinta pada Blogging*, 2020).

Karena kecintaannya pada dunia *blog*, Chandra lantas berniat memberikan mahar *google adsense* dan *hosting unlimited* kepada perempuan yang dicintainya, Fida. Keinginan Chandra ini tentu saja tidak langsung disetujui pihak KUA, karena mereka belum mengerti apa dan bagaimana manfaat keduanya. Tetapi setelah Chandra menjelaskan, KUA pun menyetujui dan pernikahan mereka dilaksanakan dengan mahar *google adsense* \$ 200 USD dan *hosting* selama tiga tahun. Penggunaan *hosting* selama tiga tahun ini dikoreksi oleh pihak KUA, agar jangan hanya sebatas tiga tahun tetapi selamanya, maka Chandra mengubah batas waktunya menjadi *unlimited* (*Jatub Cinta pada Blogging*, 2020).

Melalui mahar yang diberikannya ini, Chandra berharap akan memberikan manfaat besar bagi istrinya yang berprofesi sebagai guru. Chandra berniat mengajari istrinya tulis-menulis menggunakan media *blog* yang nantinya akan memberikan manfaat sebagai media belajar dan berbagi ilmu (*Jatub Cinta pada Blogging*, 2020).

*Google adsense* adalah program kerja sama periklanan melalui media internet yang diadakan oleh google. Sebelumnya, Google telah mengembangkan *google adwords* sebagai cikal bakal adanya *google adsense*. *Google adwords* adalah program periklanan yang ditawarkan google kepada pemilik situs dengan cara menampilkan link situs pengiklan di hasil pencarian untuk kata kunci tertentu. Tetapi *google adwords* ini tidak bisa menjangkau pengguna internet di seluruh dunia, karena tidak semua pengguna internet menggunakan google sebagai mesin pencari. Karena itu google menawarkan kepada pemilik situs untuk memasang iklan *google adwords* di situs mereka dengan cara bagi hasil. Inilah yang disebut *google adsense*. Setiap pengunjung situs anggota *google adsense* yang mengklik iklan yang dipasang di situs itu, maka pemilik situs akan mendapatkan komisi dari google dengan metode pembayaran *pay per click* (PPC). Harga PPC sendiri tergantung seberapa mahal kata kunci tersebut dihargai oleh pemasang iklan. Kata kunci yang bernilai tinggi disebut dengan *High Paying Keyword* (HPH) (Hendra, 2007).

Selain *google adsense* di atas, pasangan Chandra dan Fida juga menggunakan *hosting unlimited* sebagai mahar pernikahan mereka. *Web hosting* adalah layanan penyewaan server

untuk digunakan menyimpan data-data *website*. Server adalah tempat menyimpan dan menampilkan data *website*. Server ini dijual oleh perusahaan *hosting*. *Web hosting unlimited* yang dijadikan mahar oleh Chandra, tentu akan sangat bermanfaat bagi Fida jika ia bisa menggunakannya, baik untuk penyebaran informasi yang bermanfaat maupun untuk kembali menghasilkan uang dari *google adsense* yang nantinya dipasang.

### 3. Mahar *Cryptocurrency*

Ada tiga pasangan yang menggunakan mahar *cryptocurrency*. Pertama pasangan Fajar Widi dan Mustika. Mereka menyepakati penggunaan *bitcoin* sebagai mahar perkawinan yang dilaksanakan pada tanggal 11 November 2017. Permintaan ini datang dari sang istri, Mustika, yang kesal karena Fajar Widi sangat gemar bermain *cryptocurrency*. Mustika akhirnya menantang Fajar Widi untuk menjadikan *bitcoin* sebagai mahar pernikahan mereka. Jumlah *bitcoin* yang digunakan sebanyak satu *bitcoin* yang pada saat itu, 11 Nopember 2017, bernilai 90 juta untuk satu *bitcoin*. Nilai *bitcoin* ini terus berkembang seiring meningkatnya kepercayaan orang untuk menggunakannya sebagai mata uang virtual (*Anti-Mainstream*, 2017). Fajar Widi memang sudah lama mengenal dunia *crypto bitcoin* dan *blockchain*, tepatnya tahun 2014. tetapi ia baru menjadikannya sebagai hobi yang ia seriusi sejak tahun 2017. Kegemarannya dengan dunia kriptografi bitcoin ini diawalinya dengan melakukan *bitcoin mining* sampai menjadi *bitcoin trader* (*Anti-Mainstream*, 2017).

Pada 6 April 2021, pasangan Bau Tenri Abeng dan Raja Muhammad Hasbi juga menjadikan *bitcoin* sebagai mahar pernikahan. Raja memberikan dua *bitcoin* yang nilainya 1,6 M karena satu *bitcoin* saat itu bernilai 800 juta (Media, 2021). Permintaan mahar *bitcoin* ini atas permintaan Tenri sang istri, karena harganya yang terus naik. Tenri sendiri menggeluti bisnis kriptocurrency sejak ia ke Jakarta bersama temannya pada tahun 2019. Setelah menekuni bisnis ini, Tenri bertemu Raja yang merupakan salah satu *founder* di bisnis coin (*Viral Perempuan Sulsel Dilamar Pakai Mahar Bitcoin Senilai Rp 1,6 Miliar*, 2021).

Selain kedua pasangan di atas Seorang Pria bernama Teguh Kurniawan Hermanda, pada pernikahannya dengan Nadya Aprilia Syaidin memberikan mahar berupa aset kripto yang sesuai dengan tanggal pernikahannya, yaitu 15.122.019 IDR sebagai mahar

perkawinan. Ide ini muncul dari istrinya Nadya. Hermanda sendiri telah lama menggeluti industri aset kripto. Ia bahkan menduduki posisi strategis di startup bursa aset kripto Indonesia yang bernama tokocrypto (Sitepu, 2020).

Motivasi pasangan tersebut menggunakan aset kripto sebagai mahar karena aset kripto secara simbolis melambangkan keabadian cinta, karena sistem penyimpanannya dalam teknologi *blockchain* yang bersifat terbuka dan tidak bisa dirubah. Sifat *immutable* teknologi *blockchain* mewakili peristiwa pernikahan yang sangat bersejarah dan akan tersimpan selamanya. Penyerahan mahar aset kripto pada saat pelaksanaan pernikahan, disimbolkan dengan penyerahan QR code mewakili sebuah *wallet* digital yang bisa dipindai untuk melihat jumlah aset yang tersimpan di dalamnya (Sitepu, 2020).

Daripada menggunakan *bitcoin*, Hermanda lebih memilih menggunakan aset kripto IDR, karena menurutnya memiliki nilai yang lebih stabil serta mudah untuk dirubah bentuknya menjadi mata uang fiat rupiah di wilayah hukum Indonesia (Sitepu, 2020). Selain itu, saat ini aset kripto telah mendapatkan legalitasnya sebagai salah satu komoditas yang dapat dijadikan subjek kontrak berjangka. Regulasi yang mengaturnya sudah ditetapkan melalui BAPPEBTI (Badan Pengawas Perdagangan Berjangka Komoditi) dan peraturan menteri perdagangan (Puspasari, 2020, h. 305). Terdapat 229 macam aset kripto yang resmi diperdagangkan di Indonesia yang salah satunya adalah bitcoin.

Membicarakan uang virtual tidak bisa dilepaskan dari *cryptocurrency*. *Cryptocurrency* berasal dari kata *cryptography* yang artinya bahasa sistem sandi dalam komputer dan *currency* yang berarti nilai mata uang. *Cryptocurrency* dapat dimaknai sebagai mata uang digital yang dapat digunakan untuk transaksi secara virtual yang dilindungi sistem persandian komputer. *Bitcoin* sendiri adalah mata uang virtual yang tidak memiliki benda konkret. Ia adalah sistem pembayaran virtual yang dilakukan dengan P2P (*peer to peer*), yaitu sistem jaringan komputer yang saling terhubung dan dapat saling berbagi. Pembayaran menggunakan *bitcoin* dapat dilakukan langsung antar komputer yang saling terhubung tersebut tanpa harus melalui pihak ketiga, yaitu bank, karena *bitcoin* bukan uang negara tertentu tetapi uang milik dunia (Ausop & Aulia, 2018, h. 79). Jika melalui bank kita akan terbebani dengan biaya administrasi, maka tidak dengan bitcoin atau mata uang *cryptocurrency* lainnya. Bila dibandingkan mata uang yang ada, *cryptocurrency* bersifat

terdesentralisasi, sementara mata uang yang selama ini digunakan tersentralisasi. Bila selama ini kita mengirimkan uang tersentralisasi melalui perantara bank dan membayar biaya administrasi atas jasa itu, maka dengan *cryptocurrency* tidak ada perantara, pengirim langsung mengirimkan pada penerima (*peer to peer*). Semua transaksi dicatat di dalam jaringan komputer yang ada di seluruh dunia (*Mengenal Cryptocurrency Dan Mekanisme Transaksinya* | *Dailysocial*, t.t.)

Alat tukar virtual yang diciptakan oleh Satoshi Nakamoto pada tahun 2009 ini memiliki keunggulan dan kelemahan. Sebagai alat tukar lintas negara bahkan lintas benua, *Bitcoin* tentu saja sangat efektif dan efisien karena tidak harus melalui pihak ketiga. Transaksi *bitcoin* dilakukan menggunakan tanda tangan rahasia yang disebut kriptografi yang sangat aman dari pemalsuan dan pengeluaran ganda. Penyimpanan *bitcoin* tidak di bank sebagaimana uang konvensional tetapi di dompet komputer yang disebut *file wallet* sehingga dapat dengan mudah dikelola oleh pemiliknya. Setiap transaksi menggunakan *bitcoin* akan dicatat dan disebar ke seluruh jaringan komputer pengguna *bitcoin* seluruh dunia (Ausop & Aulia, 2018, h. 80).

Selain kelebihan tersebut, *bitcoin* memiliki kelemahan juga, di antaranya adalah tidak memiliki nilai intrinsik, tidak ada aset yang mendasari, tidak ada lembaga otoritas yang bertanggungjawab sehingga tidak ada yang menjamin keamanannya, serta tidak atas nama orang per orang sehingga sangat rawan kejahatan. Nilainya pun turun naik tergantung permintaan dan penawaran. Jika jumlah *bitcoin* yang tersedia sedikit sementara permintaan banyak, maka nilainya akan naik (Ausop & Aulia, 2018, hh. 80–81).

### **Konstruksi Norma dan Nilai dalam Komunitas Dunia *Cyber***

Komunitas dunia *cyber* menjadi salah satu bentuk komunitas yang berkembang seiring massifnya perkembangan teknologi informasi. Komunitas sendiri diartikan oleh Koentjaraningrat, sebagaimana dikutip oleh Argyo Demartoto, sebagai suatu kesatuan hidup manusia yang menempati suatu wilayah yang nyata dan berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat serta yang terikat oleh suatu rasa identitas komunitas (Demartoto, 2013, h. 331). Berdasarkan rasa identitas yang sama, komunitas sering dibagi berdasarkan fungsi dan gaya hidup, sebut misalnya komunitas agama, komunitas hobi (Demartoto, 2013, h. 332).

Hadirnya media internet di tengah masyarakat yang mengubah cara berkomunikasi dan berinteraksi, melahirkan komunitas baru yang diistilahkan dengan komunitas dunia *cyber* (*cyber community*) atau komunitas virtual (*virtual community*). Argyo Demartoto, dengan mengutip Fernback, mengemukakan tiga unsur yang membentuk komunitas dunia *cyber*. Pertama *community as place*. Jagad dunia *cyber* adalah sebuah tempat di mana interaksi dibangun, relasi sosial ekonomi baru dibentuk. Tempat ini terus bertahan karena kesamaan tradisi dan kejiwaan orang-orang yang terlibat di dalamnya. Kedua *community as symbol*. Interaksi di dunia *cyber* melahirkan simbol-simbol tertentu yang disepakati bersama dan dapat diinterpretasikan. Simbol ini berasal dari nilai-nilai yang dihasilkan bersama sebagai identitas mereka. Ketiga *community as virtual*. Dalam dunia maya, *cyber community* memiliki nilai-nilai, norma-norma dan aturan-aturan serta identitas bersama yang ditunjukkan oleh komitmen di antara mereka (Demartoto, 2013, h. 333).

Sebagaimana masyarakat dunia nyata, komunitas masyarakat di dunia *cyber* juga memiliki norma, nilai-nilai, dan identitas yang sama dengan dunia nyata yang menjadi kaidah interaksi mereka di dunia maya. Meski setiap orang memiliki kebebasan untuk melakukan apa pun, tetapi tetap ada kode etik tidak tertulis (*netiquette*) untuk menjamin interaksi tanpa masalah. *Netiquette* adalah kaidah tata krama dalam interaksi dunia *cyber* yang memiliki kesamaan dengan dunia nyata. Kaidah ini mengatur tentang sopan santun yang harus diperhatikan dalam pergaulan di dunia maya, misalnya jangan mengirim pesan terlalu panjang, jangan lupa mencantumkan identitas saat mengirim pesan, menuliskan pesan dengan bahasa yang sopan, dan lain sebagainya (Demartoto, 2013, hh. 334–338).

Ditemukannya teknologi internet mengubah definisi lama tentang masyarakat, komunitas, komunikasi, interaksi sosial serta budaya. Definisi untuk semua hal itu, saat ini, tidak hanya terbatas pada dunia nyata tetapi juga berlaku untuk dunia maya. Realitas virtual kemudian menjadi tandingan baru bagi dunia nyata dan mengaburkan konsep tentang realitas sosial budaya secara fisik.

Norma-norma dan nilai-nilai yang berlaku dalam komunitas dunia *cyber* adalah hasil konstruksi komunitas penggunanya yang dalam prosesnya --berdasarkan teori Peter L. Berger tentang realitas-- berangkat dari dialektika antara eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Eksternalisasi merupakan proses pencurahan kedirian manusia secara terus-

menerus ke dalam dunia, untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan serta membangun tatanan kehidupan. Objektivasi berarti produk-produk eksternalisasi manusia memperoleh sifat objektif. Norma-norma dan nilai-nilai yang diciptakan oleh manusia pada akhirnya dimiliki bersama dan tersedia di sana serta dihadapi sebagai fakta yang tak bisa disangkal lagi dan memaksa manusia mengikuti definisi-definisinya. Sedangkan internalisasi adalah peresapan kembali realitas objektif oleh manusia dan mentransformasikannya sekali lagi dari struktur-struktur dunia objektif ke dalam struktur-struktur kesadaran subjektif. Internalisasi dapat pula berarti menyamakan struktur subjektif dengan struktur objektif (Berger, 1991, h. 4) (Berger, 1990, hh. 68–76).

Dunia *cyber* sebagai tempat interaksi komunitasnya, memiliki sifat-sifat yang membuatnya tak kalah nyata dibanding dunia nyata itu sendiri. Michael Heim, menyebutkan beberapa sifat dari dunia maya. Pertama *simulation*. Dunia maya adalah dunia rekaan buatan manusia, apa yang terlihat dan terdengar di layar komputer atau gadget lainnya adalah simulasi dari apa yang ada di dunia nyata. Jika itu gambar atau suara kita, maka yang terlihat adalah simulasi dari gambar dan suara kita yang bisa dihadirkan karena kecanggihan teknologi. Kedua *interaction*. Dunia maya juga menawarkan kemudahan dalam melakukan interaksi tanpa batas ruang dan waktu. Untuk menghubungi atau saling mengenal satu sama lain, orang dapat menggunakan berbagai media sosial serta aplikasi yang tersedia. Di masa pandemi covid-19, kemampuan dunia maya dalam memfasilitasi interaksi ini menjadi kebutuhan yang tak bisa ditawar-tawar lagi, baik itu di dunia pendidikan, bisnis, sosial budaya dan lain sebagainya. Ketiga *artificiality*. Kenyataan yang kita alami di dunia maya adalah hasil konstruksi manusia karena perkembangan penguasaan manusia terhadap teknologi informasi yang dikenal dengan era revolusi industri 4.0. keempat *immersion*. Dengan menghubungkan perangkat elektronik kita dengan jaringan komputer dunia, maka kita akan terlibat dan merasakan dunia maya itu layaknya dunia nyata. Saat berinteraksi kita bisa menuliskan simbol-simbol tertentu yang menunjukkan emosi layaknya berbincang-bincang di dunia nyata. Kelima *telepresence*. Dunia maya memiliki sifat yang memungkinkan jarak bukan lagi menjadi masalah. Di dalam jaringan dunia ini, kita bisa berinteraksi dengan siapa pun di belahan dunia mana pun, tanpa terhalang jauhnya jarak dan perbedaan waktu dengan kecepatan koneksi yang kita punya. Keenam *networked communications*. Interaksi di dunia maya

dapat terjadi jika kita menghubungkan perangkat komputer kita dengan jaringan internet. Sekali terhubung, maka kita akan berselancar ke belahan dunia mana pun yang kita inginkan menggunakan jari-jemari kita (Heim, 1994, hh. 110–116).

Bila melihat penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia, Kompas.com melaporkan, bahwa pada kuartal II 2020, mengalami peningkatan dari 171,2 juta jiwa menjadi 196,7 juta jiwa. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah penduduk Indonesia mencapai 266 juta jiwa, berarti angka penggunaan internet oleh masyarakat mencapai 73,7 persen dari jumlah total penduduk. Angka ini mengalami kenaikan dikarenakan adanya pandemi covid-19. Data tersebut diperoleh dari survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang melibatkan 7000 responden di seluruh provinsi di Indonesia. Survei yang menggunakan teknik wawancara dan penyebaran kuesioner ini juga menanyakan alasan-alasan masyarakat menggunakan internet dan berapa lama durasi penggunaannya dalam sehari. Hasilnya, 51,5 persen masyarakat menggunakan internet untuk media sosial, alasan kedua komunikasi lewat pesan, disusul *games*, kemudian belanja *online*. Durasi masyarakat menggunakan internet, paling banyak adalah delapan jam dalam sehari (*Pengguna Internet*, 2020).

Melihat angka penggunaan internet oleh masyarakat Indonesia dan lamanya durasi penggunaannya oleh sebagian besar masyarakat, maka dapat dilihat betapa internet saat ini sudah menjadi bagian dari keseharian masyarakat Indonesia. Keterlibatan masyarakat setiap hari di dunia maya, melahirkan norma-norma dan nilai-nilai tertentu dalam interaksi mereka. Setiap hari mereka, dalam bahasa Peter L. Berger, melakukan eksternalisasi membentuk aturan-aturan, nilai-nilai, dan norma-norma di dunia maya melalui interaksi yang mereka jalin dengan komunitas di sana.

Sifat dunia *cyber* yang memungkinkan melakukan interaksi sebagaimana di dunia nyata membuat komunitasnya dapat membangun relasi tanpa batas. Mereka bisa bercanda, berdebat, berdiskusi, berbisnis, bergosip, bertengkar, melayangkan protes, bermain, bermesraan, bercinta, membuat karya seni, semua bisa mereka lakukan bersama komunitas dunia mayanya tanpa batas ruang dan waktu. Eksternalisasi yang dilakukan oleh komunitas dunia maya ini pada akhirnya melahirkan lembaga-lembaga yang sama dengan dunia nyata. Yasraf Amir Piliang menyebutkan bahwa semua hampir seluruh bidang dalam kehidupan

nyata dapat diberi awalan kata *cyber*: *cyber-society*, *cyber community*, *cyber economy*, *cyber politics*, *cyber culture*, *cyber spirituality*, *cyber sexuality* (Pilliang, 2012, h. 145).

Segala hal yang terdapat di ruang *cyber* (*cyberspace*) dialami masyarakat sebagai sesuatu yang nyata. Namun kesadaran masyarakat terhadap keberadaan *cyberspace* ini berbeda dengan kesadarannya terhadap dunia nyata. Jika kesadaran dalam dunia nyata adalah kesadaran terhadap obyek-obyek yang nyata, kesadaran dalam *cyberspace* adalah kesadaran terhadap obyek-obyek yang tidak nyata, ditangkap pengalaman sebagai wujud halusinasi yang diproduksi secara teknologis melalui komputer. Meski demikian, *cyberspace* bukan alam mimpi tapi juga bukan alam nyata karena ia dibangun oleh teknologi yang sifatnya artifisial. Mengalami dunia nyata, berarti menangkap obyek-obyek yang dapat dirasakan oleh semua indera manusia, menjejakkan kaki di tanah, menghirup udara, menyentuh dan meraba benda-benda secara fisik, tetapi tidak demikian dengan mengalami dunia maya. Dunia *cyber* dialami manusia tidak secara fisik, tetapi mengalami sesuatu yang tidak ada wujud fisiknya karena hanya berupa pencitraan menggunakan bit-bit komputer (Pilliang, 2012, h. 146).

Dalam jagad dunia *cyber*, segala hal yang telah dibentuk melalui proses eksternalisasi di atas kemudian menjadi realitas objektif yang dialami dan diyakini oleh para penggunanya sebagai sesuatu yang nyata. Realitas objektif di dunia *cyber* tersebut kembali mempengaruhi dan membentuk kesadaran subyektif penggunanya yang terus memelihara realitas itu dalam dunia subyektif mereka sebagai suatu kenyataan. Segala hal yang ada secara obyektif di dunia *cyber* kemudian menjadi kesadaran subyektif individu yang mengalaminya.

### **Perspektif Sosiologis Kecenderungan Baru Mahar di Era Digital**

Penggunaan potensi ekonomi digital oleh masyarakat milenial sebagai mahar pernikahan, tidak bisa dilepaskan dari keyakinan dan kesadaran mereka tentang keberadaan ruang *cyber* dan segala sesuatu yang terjadi di dalamnya. Pengguna internet dengan durasi delapan jam dalam sehari menunjukkan betapa masyarakat sangat intensif dalam melibatkan diri dengan jagad dunia maya ini. Terkoneksi dengan dunia maya setiap hari sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, menjadi bagian dari kehidupan keseharian mereka.

Dengan keenam sifat yang dimiliki oleh dunia maya seperti yang dijelaskan Michael Heim di atas, yaitu *simulation*, *interaction*, *artificiality*, *immersion*, *telepresence*, dan *networked*

*communications*, masyarakat memanfaatkan dan membangun dunia *cyber* menjadi ruang sosial (*Community as a place*), menyepakati simbol-simbol (*Community as a symbol*) dan melakukannya dalam ruang virtual terkoneksi dengan jaringan internet global (*Community as a virtual*). Ketiga unsur itu terbentuk melalui tiga tahapan pembentukan tatanan dunia sebagaimana dalam teori Berger: eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi. Ketiganya terus menerus terjadi hingga terbentuk tatanan nilai dan norma yang mendorong mereka menjadikan potensi ekonomi di dunia digital itu sebagai mahar perkawinan yang sakral.

Intensitas keterlibatan masyarakat dalam jagad dunia *cyber* membuat mereka memiliki pandangan yang berbeda tentang sesuatu yang berharga. Eksternalisasi masyarakat melalui pelibatan diri mereka dalam perekonomian di dunia *cyber* membuat mereka semakin memahami dan menyadari eksistensi dunia maya yang bisa menjadi sumber mata pencaharian yang sangat menjanjikan. Eksternalisasi yang dilakukan di dunia maya dalam bidang ekonomi misalnya dengan melakukan praktik jual beli menggunakan mata uang elektronik, seperti menggunakan Ovo, Gopay, bit coin dan lain sebagainya yang dalam penyerahannya tidak membutuhkan uang fisik dan bisa dilakukan jarak jauh sehingga lebih praktis. Eksternalisasi lainnya misalnya dengan mencari uang melalui memasang *google adsense* di blog atau channel youtube yang dibuat, atau menjadi *bitcoin miner* yang memverifikasi transaksi *bitcoin* dan menciptakan *bitcoin* baru.

Meningkatnya aktivitas perekonomian masyarakat secara digital, memperkuat pelembagaannya secara obyektif dalam realitas dunia *cyber*. Eksternalisasi yang dilakukan masyarakat dunia *cyber* dalam aktivitas perekonomian tersebut kemudian menjadi realitas obyektif yang tersedia di luar sana terlepas dari pembentuknya. Realitas obyektif ini kemudian memaksa para pengguna dunia *cyber* untuk mengikuti aturan-aturan dan logika-logika eksternalisasi yang sudah mengalami pelembagaan secara obyektif tersebut. Seorang yang terlibat dalam aktivitas perekonomian di dunia *cyber* kembali harus menginternalisasikan aturan-aturan serta logika-logika yang telah mengalami objektivasi, untuk kemudian melakukan eksternalisasi yang mengukuhkan sekali lagi realitas obyektif keberadaan perekonomian di dunia maya ini.

Kecenderungan masyarakat menggunakan mahar digital dapat dijelaskan melalui tiga dialektika di atas. Intensitas keterlibatan masyarakat dengan internet, melalui berbagai

aktivitas, terutama aktivitas ekonomi, membuat mereka mengerti dan menyadari nilai-nilai yang berharga untuk dijadikan mahar perkawinan. Bahwa *bitcoin*, saldo *gopay*, *asset crypto*, *google adsense* dan *hosting unlimited* itu sangat berharga adalah realitas objektif dunia *cyber* yang kemudian diinternalisasikan ke dalam kesadaran individu masyarakat. Pemahaman mereka tentang aturan Islam, bahwa mahar haruslah sesuatu yang berharga, ikut mendorong mereka melakukan eksternalisasi, berupa tindakan menjadikan potensi ekonomi digital di dunia *cyber* tersebut sebagai mahar pernikahan. Melalui eksternalisasi masyarakat ini, maka sekali lagi masyarakat mengukuhkan dunia objektif, bahwa potensi ekonomi yang dijadikan mahar itu adalah sesuatu yang berharga.

Terlebih lagi bagi masyarakat generasi milenial yang tumbuh di era internet. Generasi ini telah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir. Dalam berkomunikasi, mereka terbiasa memanfaatkan media sosial seperti SMS (*Short Message service*), e-mail, instan messaging, instagram, facebook, twitter, dan lain-lain. Keterlibatan masyarakat generasi milenial dengan dunia digital kemudian menciptakan kecenderungan baru dalam melibatkan dunia digital ke dalam kehidupan nyata mereka. Dalam praktik perkawinan, sifat terbuka terhadap hal-hal baru dan keinginan untuk tampil beda, terlihat dari bagaimana mereka termotivasi untuk menjadikan potensi ekonomi di dunia maya sebagai mahar. Meskipun benda-benda digital yang mereka jadikan mahar itu tidak memiliki wujud fisik, tetapi mereka percaya bahwa benda-benda digital itu nyata dan memiliki manfaat sehingga layak untuk dijadikan mahar pernikahan.

Penguasaan dan intensitas keterlibatan masyarakat generasi milenial dengan teknologi digital, membuat mereka memiliki definisi tersendiri tentang sesuatu yang berharga dan bermanfaat secara ekonomi. Jika pada generasi sebelumnya, potensi ekonomi hanya dapat diperoleh secara fisik melalui bekerja di kantor, di toko atau di pabrik fisik, kini pekerjaan-pekerjaan itu dapat dilakukan generasi milenial di dunia maya dengan potensi ekonomi yang lebih menjanjikan karena lebih efektif dan efisien. Hasil bekerja di dunia maya ini kemudian memunculkan ide untuk menjadikannya mahar perkawinan karena nilai manfaatnya yang sama dengan di dunia nyata. Penggunaan mahar digital kemudian semakin memperkuat eksistensi realitas dunia maya ini dalam kehidupan nyata dan semakin mengaburkan batas antara dunia nyata dan dunia maya.

Melalui aktivitas eksternalisasi masyarakat di dunia maya, maka realitas dunia maya adalah produk dari individu-individu. Realitas yang dibentuk oleh eksternalisasi itu kemudian memiliki sifat obyektif, melembaga terlepas dari individu-individu yang memproduksinya. Untuk dapat menjalani hidup di dunia maya, maka setiap individu kembali harus menginternalisasikan realitas obyektif ini ke dalam kesadaran subyektifnya kemudian melakukan eksternalisasi kembali. Praktik mahar digital sesungguhnya adalah bentuk eksternalisasi manusia milenial dalam membangun dunia digital yang mengukuhkan sekali lagi nilai tinggi potensi ekonomi di dunia maya, karena nilai subyektif yang internal dalam diri mereka mengharuskan menggunakan barang berharga sebagai mahar. Penggunaan mahar digital sesungguhnya adalah penegasan bahwa potensi ekonomi era *cyber* itu sangat berharga sehingga layak menjadi mahar dalam relasi sakral perkawinan.

### **Mahar Digital Perspektif Hukum Islam**

Perkawinan sebagai suatu akad, melahirkan hak dan kewajiban sebagai konsekuensi hukumnya. Salah satu kewajiban suami dan hak istri adalah mahar. Mahar didefinisikan Wahbah Zuhaili dengan harta yang berhak didapatkan oleh seorang istri yang harus diberikan oleh sang suami, baik sebab akad atau persetubuhan (Az-Zuhaili, 2011, h. 230). Definisi yang sama juga diberikan oleh empat imam mazhab (Az-Zuhaili, 2011, h. 232). Mahar dihukumi wajib bagi laki-laki dan tidak wajib bagi perempuan. Kewajiban ini ditunjukkan Nabi dengan tanpa pernah mengabaikan mahar dalam setiap praktik perkawinannya. Keharusan adanya mahar ini bahkan pernah ditegaskan Nabi untuk tetap memberikan mahar sekalipun hanya sebuah cincin dari besi (Az-Zuhaili, 2011). Tetapi, meskipun mahar diwajibkan, ia bukanlah rukun ataupun syarat perkawinan, melainkan kewajiban yang muncul akibat perkawinan.

Dalam hukum keluarga Islam, tidak ada batasan tertinggi untuk mahar. Di suatu masa pemerintahan Umar bin Khattab, masyarakat memberlakukan mahar yang sangat tinggi kepada perempuan sehingga Umar membuat kebijakan memberi batasan maksimal mahar untuk dibayarkan. Di atas mimbar, Umar melarang memberikan mahar yang sangat tinggi kepada perempuan, karena Rasulullah sendiri tidak pernah menetapkan mahar melebihi dua belas Uqiyah untuk istri dan anak perempuannya, maka Umar menyuruh menyerahkan kelebihan mahar dari jumlah itu kepada baitul mal. Perintah Umar ini kemudian disanggah

oleh seorang wanita Quraisy yang mengutip surat an-Nisa ayat 20, bahwa Umar tidak berhak membatasi jumlah maksimal mahar. Sanggahan wanita Quraisy ini kemudian dibenarkan oleh Umar (Az-Zuhaili, 2011, h. 234). Meskipun tidak menetapkan batas maksimal mahar, namun di beberapa hadis, Nabi mendorong perempuan untuk menetapkan mahar yang sederhana dan memudahkan (Az-Zuhaili, 2011, h. 234–235). Mahar dalam Islam tidak hanya dilihat dari signifikansi ekonominya tetapi juga nilai kejujuran, ketulusan dan cinta yang dilambangkannya.

Terdapat tiga syarat mahar yang diperbincangkan ulama: *pertama*, mahar merupakan suatu barang yang bisa dimiliki dan dijual. *Kedua*, mahar harus sesuatu yang diketahui. *Ketiga*, mahar harus terbebas dari tipuan (Az-Zuhaili, 2011, h. 237–238). Berdasarkan ketiga syarat tersebut, ulama kemudian menetapkan aturan tentang sesuatu yang boleh dan tidak boleh dijadikan mahar. Mazhab Hanafi menyatakan bahwa mahar harus berupa harta yang memiliki harga, diketahui dan mampu diserahkan. Mahar juga sah jika berupa manfaat pribadi atau barang yang bisa dibarter dengan uang (Az-Zuhaili, 2011, h. 238). Menurut mazhab Maliki, tidak sah mahar jika bukan sesuatu yang berharga. Tidak sah pula menjadikan sesuatu yang tidak boleh dimiliki secara syariat, seperti minuman keras dan babi. Mahar juga harus berupa barang yang bisa diserahkan, bukan burung yang kabur dan bebas dari tipuan seperti bibit buah yang belum terlihat bagusnya (Az-Zuhaili, 2011, h. 240). Menurut Imam Syafi'i dan Hambali, semua yang bisa dijadikan barang jualan bisa dijadikan mahar. Mahar juga bisa berupa pekerjaan serta manfaat yang diketahui, seperti menggembalakan domba, menjahitkan baju, melayani dalam waktu yang diketahui (Az-Zuhaili, 2011, h. 241). Jika seorang suami menceraikan istrinya sebelum sempat digauli, maka mahar yang menjadi hak istri adalah separuh dari bayaran manfaat yang dijadikan mahar (Az-Zuhaili, 2011, h. 242).

Bila dilihat dari persyaratan mahar menurut pendapat ulama mazhab di atas, mahar digital dalam komunitas *cyber*, sah menjadi mahar jika dilihat dari nilainya yang berharga. Mahar berupa saldo gopay dan aset kripto misalnya, jelas berupa uang yang bisa digunakan untuk berbelanja secara *online* maupun *offline*, karena keduanya bisa ditukarkan dalam bentuk uang fiat rupiah. Hanya saja aset kripto sebagaimana mata uang kripto lainnya, memiliki nilai yang fluktuatif

Sedangkan *google adsense* dan *hosting unlimited* dinilai berharga karena manfaatnya. *Google adsense* dapat mendatangkan uang bagi pemiliknya dengan cara melakukan penarikan atau *withdraw* ketika saldo telah mencapai ambang batas minimum, yaitu \$ 100 atau setara 1,3 juta IDR. Google akan mengirimkan uang pada tanggal 21-26 setiap bulannya menggunakan metode pembayaran yang telah ditentukan. Tetapi jika saldo tidak mencapai ambang batas minimum pada bulan itu, maka uang akan dikirimkan bulan berikutnya atau saat mencapai ambang batas (*informatikalogi*, 2017). Memberikan mahar berupa *google adsense* dapat dinilai sah ketika saldo telah mencapai ambang batas minimum sehingga uang dapat ditransfer oleh google ke rekening istri pada saat mahar itu diserahkan. Jika saldo belum mencapai ambang batas minimum, maka belum memiliki nilai yang dapat diuangkan walaupun tetap memiliki potensi untuk menghasilkan uang. Ketika belum mencapai ambang batas minimum, dapat dikatakan bahwa sifat dari *google adsense* sebagai mahar belum memiliki kejelasan, sehingga tidak sah dijadikan mahar, sedangkan salah satu syarat mahar adalah harus berupa sesuatu yang diketahui dan bebas dari tipuan.

*Hosting* memiliki fungsi sebagai tempat menyimpan data-data untuk mengisi dan menjalankan sebuah web, seperti artikel, audio, video, game dan lain-lain. *hosting* sendiri dapat diperoleh secara gratis maupun berbayar. Untuk web yang membutuhkan data yang sangat banyak dan besar maka dibutuhkan *disk space* yang *unlimited* sehingga harus membeli kapasitas yang sesuai. Pemberian mahar berupa *hosting unlimited* oleh suami kepada istrinya tentu sangat bermanfaat bagi istri untuk membangun sebuah web. Istri tidak perlu membeli *hosting unlimited* tersebut karena telah dibelikan oleh suaminya sebagai mahar. Karena itu *hosting unlimited* memiliki harga dan jelas nilainya sehingga sah untuk dijadikan mahar.

Lain halnya *bitcoin*, bila dibanding ketiga mahar digital di atas, *bitcoin* memiliki banyak kelemahan yang berpotensi merugikan, di antaranya adalah tidak memiliki nilai intrinsik, tidak ada aset yang mendasari, tidak ada lembaga otoritas yang bertanggungjawab sehingga tidak ada yang menjamin keamanannya, serta tidak atas nama orang per orang sehingga sangat rawan kejahatan. Nilainya pun turun naik tergantung permintaan dan penawaran. Kelemahan *bitcoin* ini tentunya akan sangat merugikan orang yang tidak mengerti bagaimana cara mengelolanya sehingga jika *bitcoin* akan dijadikan mahar, maka baik suami atau istri haruslah orang yang terbiasa mengelola *bitcoin* sehingga kelemahan-kelemahannya bisa diatasi

dan unsur adanya penipuan itu bisa dihilangkan. Nilai bitcoin yang fluktuatif juga dapat menjadi pilihan bagi istri yang menerima mahar *bitcoin*, apakah akan menjual atau membelanjakan bitcoin saat itu atau menyimpannya, dengan resiko nilai yang bisa turun dan naik.

Selain itu, munculnya realitas dunia maya yang menjadi tandingan bagi realitas dunia nyata perlu juga dipertimbangkan. Jasser Auda menggagas teori sistem sebagai metode untuk menjaga agar setiap perubahan yang terjadi tetap dapat dijawab secara memadai oleh hukum Islam. Ada enam fitur dalam teori sistem yang dinyatakan Auda dapat mengatasi kebuntuan masalah hukum akibat pesatnya perubahan. Fitur-fitur yang dimaksud adalah: Kognisi, kemenyeluruhan, keterbukaan, khierarki saling berkaitan, multidimensionalitas dan fitur kebermaksudan (Auda, 2015, hh. 85–98). Di antara keenam fitur tersebut, fitur keterbukaan dan kebermaksudan sangat sesuai untuk digunakan melihat praktik mahar di era digital ini. Fitur keterbukaan mengharuskan memahami adat istiadat atau *`urf* sebagai dasar hukum bukan hanya terbatas pada *`urf* masyarakat Arab, tetapi juga *`urf* masyarakat muslim di belahan dunia manapun. Bila pemaknaan terhadap *`urf* itu diperluas pada bentuk-bentuk baru realitas, maka *`urf* dalam realitas masyarakat dunia *cyber* juga harus dipertimbangkan sebagai dasar hukum. *`Urf* kemudian tidak hanya terbatas pada adat-istiadat di dunia nyata, tetapi juga di dunia maya. Penyerahan mahar digital yang dilakukan secara virtual juga harus dipahami melalui fitur keterbukaan ini. Dengan munculnya realitas dunia *cyber*, maka pemaknaan kata tunai juga harus menyesuaikan dengan *`urf* dunia *cyber*. Tunai tidak lagi diartikan penyerahan dari tangan ke tangan, tetapi bisa dimaknai penyerahan digital dengan berpindahnya kepemilikan dari penguasaan suami dalam akunnnya ke penguasaan istri dalam akun istri. Pemindahan saldo gopay dari saldo di aplikasi gopay suami ke saldo gopay istri, atau *bitcoin* dari *wallet* di komputer suami ke *wallet* di komputer istri yang semua itu terjadi dengan sekali klik. Penyerahan mahar dengan cara seperti ini pun termasuk kategori tunai dan sah dilakukan.

Melalui fitur kebermaksudan, praktik penggunaan mahar digital juga harus dipahami dari sisi tujuan mahar itu sendiri. Dalam al-Qur'an dinyatakan, bahwa mahar adalah pemberian yang tulus sebagai tanda cinta seorang suami pada istrinya. Mahar diutamakan sesuatu yang sederhana dan mudah yang bisa diberikan oleh suami. Kemudahan dan

kesederhanaan itu tentu saja tergantung aktivitas ekonomi suami. Mahar yang melambangkan ketulusan dan cinta itu adalah tujuan atau *ahdāf* yang ingin dicapai dalam disyariatkannya mahar dalam Islam. Sementara bentuk-bentuk mahar adalah sarana atau *wasā'il* yang bisa berubah-ubah (Auda, 2013, hh. 77–84). *Ahdāf* tidak boleh berubah, yang dapat berubah adalah *wasā'ilah*. Untuk menunjukkan ketulusan dan cinta adalah memberikan sesuatu yang berharga, maka mahar bisa berupa apapun yang berharga. Mahar digital bagi masyarakat milenial sangatlah berharga dan menjadi simbol keabadian cinta, maka berdasarkan hukum Islam, mahar digital sah untuk dijadikan mahar.

## Penutup

Kecenderungan penggunaan mahar digital di era revolusi industri ini terjadi karena sifat-sifat yang dimiliki dunia maya yang memberi kemudahan bagi penggunanya. Sifat-sifat seperti *simulation, interaction, artificiality, immersion, telepresence, dan networked communications*, membangun komunitas dunia *cyber* sebagai ruang (*community as a place*), simbol (*community as a symbol*) dengan cara virtual (*community as a virtual*). Intensitas interaksi bidang perekonomian melahirkan realitas objektif tentang potensi-potensi ekonomi yang dihargai di dunia *cyber*. Kesadaran subyektif bahwa mahar haruslah sesuatu yang berharga, membuat komunitas dunia *cyber* melakukan tindakan menggunakan mahar digital yang berharga secara obyektif ini dalam pernikahan mereka. Kecenderungan masyarakat milenial menggunakan mahar digital lahir dari internalisasi mereka terhadap nilai obyektif, bahwa mahar haruslah sesuatu yang berharga dan bahwa mahar digital adalah berharga. Internalisasi yang membentuk pengetahuan subyektif ini kemudian dieksternalisasikan dalam wujud tindakan menggunakan mahar digital sebagai bukti ketulusan dan cinta kasih dalam relasi pernikahan.

Penggunaan mahar digital tidak bertentangan dengan hukum Islam, karena Islam tidak mengharuskan penggunaan mahar tertentu dengan kadar tertentu pula. Mahar-mahar digital yang digunakan sesuai dengan ketiga syarat mahar, yaitu harus sesuatu yang berharga dan bisa dijual, harus sesuatu yang diketahui, dan harus bebas dari tipuan. Hanya saja, bagi mahar *google adsense*, saldo harus terlebih dahulu mencapai ambang batas minimum, karena tidak bernilai jika saldo belum bisa mencapai batas minimum yang ditentukan. Bitcoin pun demikian, karena kelemahan-kelemannya, maka hanya orang yang mengenal dengan baik cara

mengelola bitcoin saja yang dapat memanfaatkan dan mengatasi kelemahan-kelemahannya yang bisa menjadikan bitcoin sebagai mahar.

Islam menyerahkan pada kebijakan *`urf* masing-masing masyarakat muslim, hadis Nabi hanya mengingatkan keutamaan menggunakan mahar yang sederhana dan mudah. Munculnya realitas dunia *cyber* juga harus dipertimbangkan sebagai realitas yang mempunyai *`urf* baru yang juga bisa dijadikan dasar hukum. Apa yang mudah dan sederhana sangat tergantung pada kemampuan orang dan realitas di mana ia hidup. Prinsip kemudahan dan kesederhanaan mahar ini juga harus diberlakukan dalam komunitas dunia *cyber* yang dihuni oleh masyarakat milenial. Sepanjang mahar yang digunakan dimaksudkan untuk menunjukkan ketulusan dan cinta seorang suami kepada istrinya, sederhana dan mudah, maka sah untuk dijadikan mahar.

### Daftar Pustaka

- Aini, N. (2014). Tradisi Mahar di Ranah Lokalitas Umat Islam: Mahar dan Struktur Sosial di Masyarakat Muslim Indonesia. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), Article 1. <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1239>
- Ali, S., Shah, M., Khan, N., Hanan, F., & Tariq, M. (2019). An Analysis of Dowry Practices and Its Religious Aspect in Rural Area of District Swat-Pakistan. *Journal of Philosophy, Culture and Religion*, 41. <https://doi.org/10.7176/JPCR>
- Anti-Mainstream, Pasangan Ini Menikah dengan Mahar Bitcoin*. (2017, Desember 1). kumparan. <https://kumparan.com/kumparanstyle/anti-mainstream-pasangan-ini-menikah-dengan-mahar-bitcoin>
- Apriyanti, A. (2017). Historiografi Mahar dalam Pernikahan. *An Nisa'a*, 12(2), 163–178.
- Auda, J. (2013). *Al-Maqasid untuk Pemula*. Suka Press.
- Auda, J. (2015). *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid Syariah*. Mizan.
- Ausop, A. Z., & Aulia, E. S. N. (2018). *Teknologi Cryptocurrency Bitcoin untuk Investasi dan Transaksi Bisnis Menurut Syariat Islam*. 17, 19.
- Az-Zuhaili, W. (2011). *Fiqh Islam Wa Adillatuhu* (Vol. 9). Gema Insani.
- Basri, H. (2018). Konsep Mahar (Maskawin) dalam Tafsir Kontemporer. *Al Daulah: Jurnal Hukum Pidana Dan Ketatanegaraan*, 6(2), 310–330. <https://doi.org/10.24252/ad.v6i2.4885>
- Berger, P. L. (1990). *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. LP3ES.
- Berger, P. L. (1991). *Langit Suci: Agama Sebagai Realitas Sosial*. LP3ES.

- Damis, H. (2016). Konsep Mahar dalam Perspektif Fikih dan Perundang-Undangan. *Jurnal Yudisial*, 9(1), 19–35. <https://doi.org/10.29123/jy.v9i1.29>
- Demartoto, A. (2013). Realitas Virtual Realitas Sosiologi. *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 2(1), Article 1. <https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/42>
- Hadi, N. (2018). Mahar Services (Dowry Non Material) According To Mazhab Imam Hanafi And Mazhab Imam Syafi'i. *Indonesian Journal of Islamic Law*, 1(1), 82–101.
- Heim, M. (1994). *The Metaphysics of Virtual Reality*. Oxford University Press.
- Hendra, A. (2007). *Mendulang Dolar dengan Google Adsense*. 4.
- Hidayat, T., Azahari, R., & Fauzi, F. (2020). Jeulame in Marriage in Banda Aceh: Looking for a Common Thread between Culture and Sharia. *Al-Risalah*, 20(1), 115. <https://doi.org/10.30631/al-risalah.v20i1.563>
- Informatikalogi. (2017, Juni 4). Cara Mencairkan Pendapatan Google Adsense ke Rekening Bank Lokal / Wire Transfer. *INFORMATIKALOGI*. <https://informatikalogi.com/cara-mencairkan-pendapatan-google-adsense-ke-rekening-bank-lokal-wire-transfer/>
- Jatuh Cinta pada Blogging, Pasangan Ini Menikah dengan Mahar Google Adsense*. (2020, Agustus 7). suara.com. <https://www.suara.com/news/2020/08/07/125217/jatuh-cinta-pada-blogging-pasangan-ini-menikah-dengan-mahar-google-adsense>
- Khan, Z. (2019). A Literate Civilization. *Mawa'izh: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan*, 10(1), 171–189. <https://doi.org/10.32923/maw.v10i1.710>
- Liputan6.com. (2020, Oktober 13). *Viral Pasangan yang Menikah dengan Mahar Saldo Gopay Rp 10 Juta*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/4380986/viral-pasangan-yang-menikah-dengan-mahar-saldo-gopay-rp-10-juta>
- Media, K. C. (2021, April 14). *Kupinang Engkau dengan Bitcoin, Cerita Wanita Sulsel Dilamar Pakai Bitcoin Rp 1,6 Miliar Halaman all*. KOMPAS.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/04/14/09360067/kupinang-engkau-dengan-bitcoin-cerita-wanita-sulsel-dilamar-pakai-bitcoin-rp-1>
- Mengenal Cryptocurrency dan Mekanisme Transaksinya | Dailysocial*. (t.t.). Diambil 26 April 2021, dari <https://dailysocial.id/post/mengenal-cryptocurrency-dan-mekanisme-transaksinya>
- Miqat, N., & Bakhtiar, H. S. (2017). Harmonization of “Uang Panaik” as Customary Term in Bugis-Makassar Ethnic Group and Dowry in Indonesian Marriage System. *Journal of Law, Policy and Globalization*, 67(0), 41.
- Munirah, M. (2017). Memorizing the Qur'an as Banjarese Bride-Price (A Study of Living Quran and Hadith). *Ulumuna*, 21(2), 278–297. <https://doi.org/10.20414/ujis.v21i2.319>
- Nasa'i, A. b S. al-. (t.t.). *Kitab al-Sunan al-kubra* (Vol. 8). Dar Al-Fikr.

- Pengguna Internet Indonesia hingga Kuartal II 2020 Capai 196,7 Juta Orang.* (2020, September 11).  
<https://money.kompas.com/read/2020/11/09/213534626/pengguna-internet-indonesia-hingga-kuartal-ii-2020-capai-1967-juta-orang>
- Pilliang, Y. A. (2012). Masyarakat Informasidan Digital: Teknologi Informasi dan Perubahan Sosial. *Jurnal Sosioteknologi*, 11(27), 143–155.
- Prasetyo, B., & Trisyanti, U. (2018). Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial. *IPTEK Journal of Proceedings Series*, 0(5), 22. <https://doi.org/10.12962/j23546026.y2018i5.4417>
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset. *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 13(1), 17–26. <https://doi.org/10.14710/jati.13.1.17-26>
- Puspasari, S. (2020). Perlindungan Hukum bagi Investor pada Transaksi Aset Kripto dalam Bursa Berjangka Komoditi. *Jurist-Diction*, 3(1), 303–330. <https://doi.org/10.20473/jd.v3i1.17638>
- Ramadani, A. (2019, April 16). Apa Itu Gopay? Fungsi, Keuntungan dan Kekurangan. *Sakudigital*.  
<https://www.sakudigital.com/apa-itu-gopay/>
- Satya, V. E. (2018). Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0. *Info Singkat Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual dan Strategis*, 10(9), 6.
- Siswanto, L. C., & Dir, A. A. B. (2020). Kegagalan Penerapan Prinsip CEDAW oleh India dalam Menangani Kasus Dowry Death. *Journal of International Relations*, 6(4), 517–524.
- Sitepu, V. (2020, Januari 11). Pernikahan Bermahar Aset Kripto Ala Manda-Nadya, Bagaimana Kisahnya? *Blockchain Media Indonesia*. <https://blockchainmedia.id/pernikahan-bermahar-aset-kripto-ala-manda-nadya-bagaimana-kisahny/>
- Subhan, S. (2017). Nalar Kesetaraan Mahar dalam Perspektif Syariah Islam. *AT-TURAS: Jurnal Studi Keislaman*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.33650/at-turas.v4i1.193>
- Sudirman, S., Samin, S., Aidid, H., & Talli, A. H. T. (2019). Masalah Review of The Dowry (Marriage Cost) Bugis-Makassar Community. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 17(2), 164–179. <https://doi.org/10.30984/jis.v17i2.874>
- Sukma, I., & Zuliana, R. (2019). *Transaksi E-Money Terhadap Layanan Go-Pay Pada Aplikasi Go-Jek Perspektif Ekonomi Syariah*. 15.
- Viral Perempuan Sulsel Dilamar Pakai Mahar Bitcoin Senilai Rp 1,6 Miliar.* (2021, April 14). suara.com.  
<https://sulsul.suara.com/read/2021/04/14/201414/viral-perempuan-sulsul-dilamar-pakai-mahar-bitcoin-senilai-rp-16-miliar>