

BAB II LANDASAN TEORI

A. Deskripsi Teori

1. Teori Perilaku Terencana (Theory of Planned Behavior)

Theory of planned behavior (TPB) merupakan teori yang dikenalkan oleh Icek Ajzen yang menyatakan bahwa keyakinan manusia yang mampu mendorong suatu tingkah laku yang spesifik. Teori ini dapat menguraikan perilaku yang memerlukan perencanaan. Teori perilaku rencana (TPB) menunjukkan bahwa individu akan lebih yakin terhadap perilaku ketika mereka merasa berhasil memberlakukannya.¹ Keyakinan terhadap perilaku yang akan mengalami keberhasilan, maka individu akan condong melakukan sebuah sikap dukungan, begitu juga sebaliknya. Peningkatan kontrol perilaku yang dirasakan sejalan dengan peningkatan kepercayaan diri, yang menjadi sebuah motivasi perilaku akan mencapai sebuah kesuksesan. Sikap yang diambil adalah sebuah perilaku aktual sebagai pokok penting yang mendasari adanya rencana sebuah wujud perbuatan.

2. Dompot Digital

a. Definisi Dompot Digital

Dompot digital yaitu inovasi dibidang keuangan yang dilakukan melalui perangkat mobile. Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia No 18/40/PBI/2016 pasal 1 ayat 7, dompot digital (*e-wallet*) sebagai layanan elektronik yang memuat informasi keuangan sebagai untuk menyimpan dana dan melakukan transaksi finansial lainnya.² Jika dibandingkan dengan *e-money* dikeluarkan oleh bank dan berupa chip, dompot digital biasanya berbentuk aplikasi sehingga penggunaannya harus terhubung jaringan internet. Adapun manfaat adanya dompot digital dilihat, meliputi:

- 1) Mempermudah pekerjaan karena cara penggunaan yang efektif dan efisien .
- 2) Terlindungi kemanannya karena memiliki kode pin pengguna saat melakukan transaksi.

¹ Imam Ghozali, *25 Grand Theory*, 8th ed. (Semarang: Yoga Pratama, 2020).

² Bank Indonesia, "Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran Pasal 1 ayat 7," 2016.

- 3) Didukung fitur history setiap melakukan transaksi sehingga membantu pemeriksaan dan pelaporan saldo.
- 4) Mempermudah menganalisis pengeluaran.
- 5) Menghemat uang belanja karena terdapat banyak promo dan diskon.
- 6) Top-up saldo dapat dilakukan dengan mudah dan ditempat terdekat.

Di Indonesia dompet digital berkembang sangat pesat. Hukum di Indonesia yang mengatur dompet digital yaitu Peraturan Bank Indonesia Nomor 16 Tahun 2014. Dompet digital dinilai dapat membantu pembayaran menjadi lebih efisien karena memberikan kemudahan bagi pengguna melakukan transaksi dimana saja. Salah satu bentuk perkembangan teknologi keuangan ini sangat diminati oleh masyarakat Indonesia karena dapat melakukan transaksi tanpa melibatkan uang tunai.

Adanya program GNNT dan inovasi dalam bidang keuangan yang lebih mudah, dan efisien juga bertujuan untuk meminimalisir tingkat kejahatan di Indonesia karena dapat mengurangi jumlah orang yang mengantongi uang tunai kemanapun.³ Variabel dompet digital menggunakan indikator kegunaan (*usefulness*) dan kemudahan (*ease of use*) pada teori Technology Acceptance Model (TAM) yang menjelaskan sejauh mana seseorang yakin jika menggunakan sebuah sistem akan meningkatkan kinerja dan meminimalisir usaha.⁴

b. Perspektif Dompet Digital Dalam Pandangan Islam

Dalam pandangan islam, Allah melarang hamba-Nya melakukan transaksi yang hukumnya haram dan mengajarkan transaksi jual beli yang berdasar pada prinsip suka sama suka dan kerelaan hati satu sama lain. Sama halnya dengan prinsip penggunaan dompet digital yang dilakukan atas kerelaan hati antara pemilik uang dan perusahaan *e-wallet*. Dalam Q.S An-Nisa (4) ayat 29 Allah SWT menjelaskan:

³ Sri Rahayu and Ris Yuwono Yudo Nugroho, "Dampak Pembayaran Non Tunai Terhadap Percepatan Perputaran Uang Di Indonesia," *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2020): 15–26.

⁴ Ghozali, *25 Grand Theory*.

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

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”⁵

Selain itu, dompet digital dalam pandangan islam termasuk wujud mengamalkan maqasid syariah. Yang mana maqasid syariah bertujuan mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan, maka dari itu maqasid syariah menjadi salah satu dasar dalam menetapkan hukum-Nya dan referensi membentuk kebijakan umum. Dompet digital termasuk dalam bentuk melindungi harta dan jiwa. Karena dapat meminimalisir tindak kejahatan dan kriminalitas yang tidak terduga. Seringkali dompet digital dikaitkan dengan konsep masalah. Sesuai dengan konsep yang dikemukakan oleh Asy-Syatibi bahwa dompet digital haruslah membawa kemaslahatan bagi hamba.⁶ Konsep ini mengadopsi dari salah satu kaidah, yang artinya “*Sesungguhnya syariah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan dunia dan akhirat*”.

c. Jenis Dompet Digital

Dompet digital sebagai instrumen digitalisasi tentu semakin memudahkan transaksi jual beli. Promo dan diskon yang ditawarkan oleh pengembang aplikasi dompet digital turut mendukung penggunaanya berbelanja tanpa adanya pertimbangan. Pada kenyataannya, berbelanja menggunakan dompet digital dapat mempengaruhi tingkat konsumerisme individu. Banyak orang terlena sehingga munculnya perilaku konsumtif sebagai salah satu dampak negatif adanya dompet digital. Berikut adalah aplikasi dompet digital populer yang sah dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Indonesia:

⁵ Al-Qur'an dan Terjemahannya Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur'an, “Q.S An-Nisa (4) Ayat 29,” n.d.

⁶ Choiril Anam, M.El., “E-Money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari'ah,” *Qawānīn Journal of Economic Syaria Law* 2, no. 1 (2018): 95–112, <https://doi.org/10.30762/q.v2i1.1049>.

- 1) DANA
Aplikasi ini berasal dari Indonesia yang memberikan layanan pembayaran berbasis digital. Salah satu aplikasi pilihan masyarakat Indonesia karena rendahnya biaya administrasi yang dibayarkan saat transfer antar bank. DANA secara sah memperoleh izin uang elektronik, dompet digital, transfer dan Layanan Keuangan Digital (LKD). DANA dapat dikatakan sebagai aplikasi yang fleksibel karena dapat melakukan pembayaran secara online maupun offline. Saat ini DANA telah bekerja sama dengan Cinema XXI, BPJS Kesehatan, ATM Bersama, dan masih banyak lagi merchant lainnya.
- 2) OVO
Aplikasi dompet digital OVO memiliki fitur yang dapat mengumpulkan poin ketika melakukan transaksi di semua merchant. Aplikasi ini seringkali menawarkan promo, diskon hingga *cashback* bagi penggunanya. Hal ini menjadi faktor yang mendukung OVO menjadi dompet digital populer di Indonesia. Sebagian besar pusat perbelanjaan di Indonesia menerima pembayaran menggunakan OVO sehingga memberikan kesempatan yang besar untuk dapat memperoleh poin.
- 3) Shopee Pay
Shopee Pay adalah dompet digital tertanam pada *market place* Shopee. Shopee Pay dapat mengumpulkan *cashback* dari pesanan sebelumnya. Selain itu juga menawarkan berbagai promo, voucher, transfer gratis dan gratis ongkir yang dapat digunakan untuk membeli di toko online dan merchant yang bekerja sama dengan Shopee. Pengguna Shopee Pay yang terus meningkat, sehingga tak heran jika Shopee Pay tercatat sebagai metode pembayaran paling banyak digunakan pengguna usia muda.

3. Literasi Keuangan

a. Definisi Literasi Keuangan

Literasi keuangan sebagai kemampuan individu yang dapat mempengaruhi kualitas pengambilan keputusan dan

perencanaan keuangan guna mewujudkan kesejahteraan.⁷ Hasil analisis PISA mendefinisikan literasi keuangan yaitu “*Financial literacy is knowledge and understanding of financial concepts and risks, and the skills, motivation and confidence to apply such knowledge and understanding in order to make effective decisions across a range of financial contexts, to improve the financial well-being of individuals and society, and to enable participation in economic life*”.⁸ Dari pengertian diatas, definisi literasi keuangan adalah ukuran seberapa baik wawasan seseorang dalam memahami produk keuangan sehingga mampu untuk mempertimbangkan dan memutuskan pengalokasian uang yang efektif.

Kemampuan finansial seseorang dibatasi oleh pendapatannya untuk memenuhi hasrat keinginannya. Pengetahuan dan keterampilan seseorang sangat penting dalam mengelola keuangan agar dapat mencukupi kebutuhan dan keinginannya, serta perencanaan keuangan kedepan. Literasi keuangan berhubungan erat segala aspek perencanaan dan pengeluaran. Tingkat literasi keuangan yang baik akan membantu individu dalam mengelola keuangannya dengan bijak dan terhindar dari perilaku konsumsi yang irrasional. Menurut Program International for Student Assesment, empat aspek literasi keuangan meliputi uang dan transaksi, perencanaan dan pengelolaan keuangan, keuntungan dan resiko, financial landscape.⁹

Tingkatan literasi keuangan menurut dibagi menjadi 4, yaitu *well literate* dengan tingkat persentase mencapai 21,84%, *sufficient literate* dengan tingkat persentase mencapai 75,69%, *less literate* dengan tingkat persentase mencapai 2,06%, dan *not literate* dengan tingkat persentase mencapai 0,41%.¹⁰

⁷ OJK, “Salinan Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan Nomor 30 /Seojk.07/2017,” *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2017): 1689–1699.

⁸ OECD, “PISA 2021 Financial Literacy Analytical And Assessment Framework,” *Assessment and Analytical Framework*, 2021.

⁹ OECD, OECD, “PISA 2021 Financial Literacy Analytical And Assessment Framework,”.

¹⁰ Otoritas Jasa Keuangan, “Literasi Keuangan,” , <https://www.ojk.go.id/id/kanal/edukasi-dan-perlindungan-konsumen/Pages/literasi-keuangan.aspx> diakses pada Minggu, 06 Desember 2022 .

Adapun indikator penilaian tingkat literasi keuangan menurut Capuano dan Ramsay yakni:¹¹

- 1) kemampuan dan keterampilan manajemen keuangan dasar (*money basic*)

Dasar-dasar uang yang berkaitan dengan pengetahuan, kemampuan, dan pemahaman yang biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Kemampuan berhitung dan keterampilan manajemen keuangan meliputi biaya pembelian barang, membayar tagihan, menilai kualitas barang, menghitung hutang bunga, persentase diskon, dan lain-lain.

- 2) Gaya hidup dan anggaran sesuai kemampuan (*budgeting*)

Dengan adanya anggaran dapat mempermudah menganalisis keuangan dan meningkatkan kemampuan menyusun pengeluaran yang efektif. Hal ini dikarenakan penganggaran dibatasi oleh pendapatan yang diperoleh seseorang.

- 3) Tabungan dan perencanaan (*saving and planning*)

Tabungan dalam hal ini meliputi tabungan jangka pendek yang berhubungan dengan penganggaran, dan tabungan jangka panjang relevan dengan masa pensiun dan harta benda aset. Terdapat tiga jenis penabung yaitu mereka yang tidak menabung, mereka yang menabung untuk membeli suatu barang dan mereka yang menabung untuk berjaga-jaga. Bagi sebagian orang yang melek finansial, perencanaan merupakan motif penting untuk menabung.

- 4) Pinjaman dan literasi hutang (*borrow and debt literacy*)

Kebanyakan orang memutuskan untuk melakukan pinjaman. Namun, pinjaman dapat dikatakan kompeten apabila jumlah pinjaman sesuai terhadap pendapatan. Literasi hutang merupakan aspek penting dari pinjaman yang kompeten. Sebab adanya hutang merupakan akibat dari sebuah pinjaman. Literasi keuangan dalam hal ini meliputi kemampuan memahami hutang dan pelunasannya sehingga tidak meningkatkan jumlah pinjaman dan melipatgandakan potensi kerugian yang memberatkan individu kedepannya.

¹¹ Ian Ramsay Angelo Capuano, "What Causes Suboptimal Financial Behaviour? An Exploration Of Financial Literacy, Social Influences and Behavioural Economics," *University Of Melbroune*, 2011, 3–243.

- 5) Pemahaman produk keuangan (*Understanding financial products*)

Kemampuan berinvestasi dan memilih produk keuangan merupakan ciri utama literasi keuangan. Pemahaman dasar yang berkaitan dengan produk keuangan sangat dibutuhkan dalam mengambil keputusan dan meyakini produk tersebut. Selain itu, perlu melakukan penilaian keuangan suatu perusahaan atau lembaga keuangan. Dengan dibekali literasi keuangan sehingga menciptakan konsumen yang paham tentang saham dan mampu memilih perusahaan untuk berinvestasi.

- 6) Recourse dan self help.

Kemampuan konsumen untuk melindungi dirinya sendiri saat kesulitan sebagai kekuatan konsumen terhadap lembaga keuangan dan pemahaman tentang solusi yang ada. Yang tak kalah penting juga kemampuan menilai dan mengidentifikasi kondisi seperti ragam penipuan dan melek dalam sistem hukum dan keuangan. Individu harus memiliki keyakinan dan kemampuan untuk mengambil tindakan dan mencari bantuan saat kesulitan muncul.

b. Perspektif Literasi Keuangan Dalam Pandangan Islam

Hasil penelitian terdahulu oleh Sunarto Fattah tahun 2018 mengemukakan bahwa tingkat literasi keuangan berbanding terbalik dengan tingkat perilaku konsumtif, begitu sebaliknya.¹² Dengan memiliki bekal literasi yang tinggi diharapkan manusia mampu mengalokasikan uang pada tabungan dan investasi untuk masa mendatang. Sikap wasathon (pertengahan) yang dimaksud memiliki arti bahwa Allah melarang bersikap berlebihan dan kikir. Sebagaimana Q.S Al-Isra' ayat 26 Allah SWT menjelaskan:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ
تَبْذِيرًا

Artinya: “Dan berikanlah haknya kepada kerabat dekat, juga kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”¹³

¹² Fattah, Indriayu, “Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif.”

¹³ Al-Qur’an dan Terjemahannya Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur’an, *Q.S Al-Isra’ Ayat 26*, n.d.

Kandungan dari Q.S Al-Isra' ayat 26 ini menegaskan bahwa hendaknya kita dapat mengelola dan membelanjakan harta dengan bijak dan membelanjakan harta untuk kebaikan, sedekah kepada yang berhak dan tidak boros.

Literasi keuangan berhubungan dengan perilaku konsumtif seseorang. Rendahnya literasi keuangan akan menyebabkan kurangnya kontrol diri individu dalam berbelanja. Kebutuhan yang semakin kompleks ditambah maraknya berbelanja online mendorong individu cenderung berperilaku konsumtif. Umumnya individu tidak menyadari jika terperangkap antara pilihan keinginan dengan kebutuhan. Literasi keuangan berperan untuk mengurangi dampak negatif perilaku konsumtif agar mampu menetapkan perencanaan dan pengeluaran secara matang.

4. Perilaku Konsumtif

a. Definisi Perilaku Konsumtif

Perkembangan zaman yang mempengaruhi segala aspek kehidupan mendorong kebutuhan dan keinginan manusia semakin beragam. Disini manusia berperan sebagai konsumen yang senantiasa melakukan kegiatan konsumsi setiap harinya. Kegiatan konsumsi yang identik dengan budaya belanja dapat diartikan sebagai perilaku konsumen. Yang mana perilaku konsumen adalah keputusan individu untuk memakai produk maupun jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup dan keinginannya.¹⁴

Namun, apabila individu tidak mampu mengontrol perilaku konsumen dalam dirinya, maka akan berubah menjadi perilaku konsumtif. Munculnya perilaku konsumtif ini ketika manusia lebih mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan dalam berbelanja. Sumartono mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai sebuah keputusan pembelian yang dilandasi oleh faktor keinginan secara irrasional dibandingkan membeli barang yang didasarkan pada faktor kebutuhan (need).¹⁵

Definisi lain Mengartikan perilaku konsumtif yaitu sebuah sikap manusia yang secara berlebihan dalam membeli

¹⁴ Ali Hasan, *Marketing*, Cetakan 1 (Yogyakarta: Media Pressindo, 2013).

¹⁵ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)* (Bandung: Alfabeta, 2002).

atau menggunakan produk atau jasa tanpa rencana. Hal ini dikarenakan tidak adanya perencanaan anggaran belanja berdasarkan skala prioritas hidupnya.¹⁶ Dari definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah gaya hidup manusia yang cenderung melakukan pembelian berupa barang dan jasa yang diinginkan tanpa pertimbangan rasional.

Perilaku konsumtif ini dianggap membawa dampak negatif karena menjadi boros dan menghabiskan pendapatan. Kenyataan di lapangan memaksa manusia dapat memenuhi kebutuhan dengan kemampuan daya beli yang terbatas. Berikut indikator perilaku konsumtif, meliputi:¹⁷

1. Pembelian produk karena iming-iming hadiah

Para pelaku perilaku konsumtif mudah tergoda melakukan sebuah pembelian karena adanya bonus yang ditawarkan. Manfaat suatu barang dan pertimbangan daya beli tidak lagi menjadi prioritas.

2. Pembelian karena tertarik kemasan produk

Berbagai macam strategi marketing yang dapat menarik perhatian konsumen, salah satunya adalah kemasan produk yang rapi dan menarik. Strategi ini banyak digunakan oleh perusahaan hamper diseluruh bidang karena dinilai sangat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan

Adanya tren yang terus berganti dan berkembang mendorong individu untuk selalu mengikutinya. Secara tidak sadar individu telah dikendalikan oleh naluri keinginan yang tinggi untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Memiliki gaya hidup yang terlihat mewah dinilai dapat memberikan kesenangan dan kenyamanan tubuh untuk memperindah penampilan diri dan menjaga gengsi. Umumnya mereka memiliki ciri khas pembawaan diri untuk menjaga penampilannya.

¹⁶ Regina C. M. Chita, Lydia David, and Cicilia Pali, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011," *Jurnal E-Biomedik* 3, no. 1 (2015): 297–302, <https://doi.org/10.35790/ebm.3.1.2015.7124>.

¹⁷ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*.

4. Membeli produk atas potongan harga
Strategi marketing dengan menawarkan potongan harga jauh dibawah harga normal sangatlah umum. Keadaan ini sering muncul ketika adanya momen tertentu, misalnya cuci gudang akhir tahun dan promo tengah bulan.
5. Pembelian produk untuk menjaga status sosial
Stigma masyarakat terkait penggunaan barang *branded* sebagai simbol status sosial mendorong individu berperilaku konsumtif. Bagi mereka tingginya status sosial seseorang dinilai ketika membeli dan memakai barang yang mahal dan bermerek. Perilaku konsumtif ini merupakan wujud pernyataan diri untuk menjaga diri dan memperlihatkan bahwa individu memiliki status sosial yang baik dihadapan orang lain.
6. Unsur konformitas
Individu melakukan pembelian barang karena model iklan suatu produk merupakan perilaku yang didasarkan pada keinginan. Pembelian ini ditunjukkan untuk memenuhi hasrat keinginan untuk terlihat seperti model yang mengiklankan yang mana adalah seseorang yang pelaku idolakan. Pembelian atas unsur konformitas dianggap sebagai salah satu wujud nyata loyalitas penggemar terhadap idolanya.
7. Meningkatkan rasa percaya diri yang tinggi
Individu melakukan pembelian karena dinilai dapat menunjang penampilan sehingga membantu meningkatkan kepercayaan diri. Umumnya barang yang mahal dan tidak semua orang dapat membelinya memiliki nilai yang baik.
8. Membeli produk yang sama dengan merek yang berbeda
Pembelian barang sejenis merupakan bentuk pemborosan. Memiliki satu barang sejenis dengan fungsi yang sama sudah cukup bermanfaat.

b. Perspektif Perilaku Konsumtif Dalam Pandangan Islam

Dalam ekonomi islam, fokus pembahasan konsumsi yaitu bagaimana manusia menyikapi harta. Harta adalah anugerah dari Allah yang dititipkan kepada manusia. Harta dunia dapat membawa kebaikan apabila digunakan untuk menambah keimanan kepada Allah dan tidak dikonsumsi secara berlebihan, begitu pun sebaliknya. Sebagaimana Q.S Al-A'raf ayat 31:

يٰٓبَنِيٰٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا
وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ؕ

Artinya: “ Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”¹⁸

Naluri manusia yang senantiasa tidak merasa puas mengakibatkan tidak sadarnya seorang individu ketika berperilaku konsumtif. Dalam ekonomi konvensional, tingkat kepuasan konsumsi dapat diukur menggunakan konsep kepuasan yang digambarkan dalam kurva indifferensi.¹⁹ Sedangkan dalam teori ekonomi islam, batas kepuasan seorang konsumen dijelaskan dalam Q.S. Al-Maidah ayat 87 sebagai berikut:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبٰتِ مٰۤاَ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.”²⁰

B. Penelitian Terdahulu

Untuk membuktikan fenomena yang sama terkait variabel dompet digital, literasi keuangan dan perilaku konsumtif diperlukan penelitian terdahulu yang relevan dan mendukung penelitian ini: Berikut penjabaran hasilnya :

¹⁸ Al-Qur’an dan Terjemahannya Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur’an, *Q.S Al-A’raf Ayat 3*, n.d.

¹⁹ Kurniati, “Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam,” *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)* 6, no. 1 (2016): 45–52, <http://ejournal.almaata.ac.id/index.php/JESI/article/view/387>.

²⁰ Al-Qur’an dan Terjemahannya Yayasan Penyelenggara Penterjemah/Penafsiran Al-Qur’an, *Q.S. Al-Maidah Ayat 87*, n.d.

Peneliti dan Tahun	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
Ali Mujahidin dan Rika Fitriani Fikri Astuti Jurnal Inovasi Bisnis 8, Desember 2020	Pengaruh <i>Fintech E-Wallet</i> Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial	Dompet digital mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial	Sama-sama meneliti tentang pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif	Penelitian dilakukan pada generasi millennial. Variabel penelitian fokus pada dompet digital OVO dan Gopay
Purnama Ramadani, Rindi S, Zsasa A, dan Eka Purnama Jurnal Ekombis Review Vol. 10, No. 2, Juli 2022	Pengaruh Dompset Digital Terhadap Budaya Belanja Individu di Kota Medan	Terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif seseorang.	Sama-sama meneliti tentang pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif	Penelitian dilakukan untuk menganalisis pengaruh budaya belanja

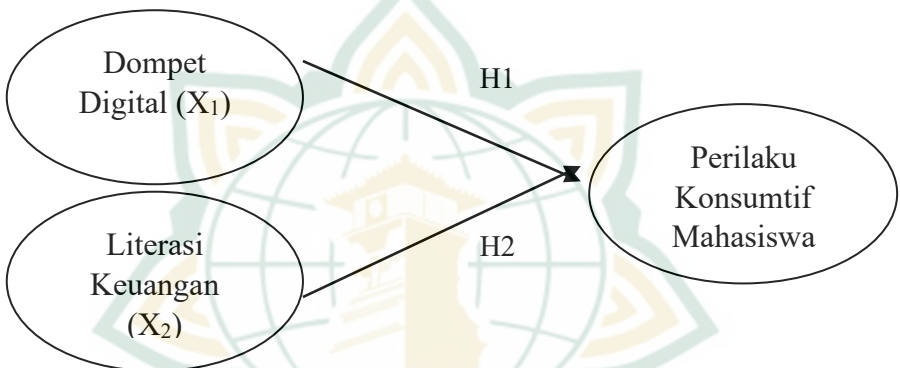
<p>Oktavia Nuratika Repository UNJ, Oktober 2020</p>	<p>Pengaruh Penggunaan Dompot Digital dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa di DKI Jakarta</p>	<p>Penggunaan dompot digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, sedangkan literasi keuangan tidak mempengaru hi perilaku konsumtif</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel dompet digital dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Penelitian dilakukan pada perusahaan dompot digital populer di Indonesia</p>
<p>Poppy Efrida Waruwu Repository UHN, Febuari 2022</p>	<p>Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommense n Medan</p>	<p>Penggunaan dompot digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Sama-sama menggunakan variabel dompet digital terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Penelitian dilakukan pada perusahaan dompot digital populer di Indonesia</p>

<p>Fuad Abdullah, Mintasih Indriayu dan Sunarto</p> <p>Jurnal BISE Vol. 4, No.1, 2018</p>	<p>Pengaruh Literasi Keuangan dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Muhammadiyah 1 Karanganyar</p>	<p>Terdapat pengaruh literasi keuangan yang tinggi dapat menekan perilaku konsumtif, begitu pun sebaliknya.</p>	<p>Persamaan: Sama-sama menggunakan variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Terdapat tambahan variabel pengendalian diri</p>
<p>Ros'ana Muamala dan Eko Wahjudi</p> <p>E-jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Vol. 10, No. 10, Oktober 2021</p>	<p>Peran Literasi Keuangan dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce</p>	<p>Terdapat pengaruh pada literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Menggunakan variabel literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif</p>	<p>Penelitian dilakukan untuk mengetahui peran literasi keuangan. Dan terdapat tambahan variabel kontrol diri</p>

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

C. Kerangka Berfikir

Kerangka dan konsep dalam penelitian menggambarkan adanya pengaruh penggunaan dompet digital dan pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan tinjauan pustaka, maka dapat disusun kerangka pemikiran variabel bebas adalah aplikasi dompet digital (X_1) dan literasi keuangan (X_2), dan variabel terikat adalah perilaku konsumtif mahasiswa (Y). Berikut adalah kerangka teori sederhana dalam penelitian ini:



Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap suatu rumusan masalah pada penelitian hingga ditemukan bukti berdasarkan fakta. Kebenaran hipotesis dapat dinyatakan dengan penelitian melalui fakta data yang relevan. Sesuai dengan penelitian sebelumnya serta deskripsi teori di atas, maka hipotesis penelitian yang akan diujikan yaitu :

1. Pengaruh Penggunaan Dompet Digital Terhadap Perilaku Konsumtif

Kemajuan teknologi semakin memudahkan sistem pembayaran terutama munculnya penggunaan sistem pembayaran non tunai. Bahkan mempermudah mobilitas pembayaran penggunaan jalan tol hanya melalui kartu e-money. Pengguna dompet digital terus meningkat setiap tahun dan mulai mengalihkan peran uang tunai di Indonesia. Munculnya dompet digital yang mudah dan praktis sehingga mampu

meningkatkan efektivitas pekerjaan mendorong masyarakat Indonesia mulai beralih menggunakan aplikasi tersebut.²¹

Namun inovasi dompet digital yang mengubah pola hidup tentu membentuk kecenderungan berbelanja individu, termasuk mahasiswa. Kemudahan pembayaran tanpa uang tunai, tanpa disadari menjadikan seseorang terlena dan tanpa disadari telah berperilaku konsumtif karena merasa tidak mengeluarkan uang. Selain itu, dompet digital telah mempengaruhi masyarakat yang merasa dimudahkan karena mengurangi risiko keamanan dan kenyamanan membawa uang cash.²²

Hasil penelitian yang dilakukan Ali M dan Rika Pristiani (2020) menemukan bahwa dompet digital turut mempengaruhi perilaku konsumtif pada generasi millennial.²³ Dalam penelitian ini, tiga dari lima alasan generasi millennial mempengaruhi dalam penggunaan dompet digital meliputi persepsi kemudahan, persepsi manfaat dan kepercayaan. Hasil penelitian tersebut juga diperbau oleh hasil penelitian Purnama Ramadani Silalahi, Rindi Safira dan kawan-kawan (2022) dan Oktavia Nuratika pada (2022) bahwa penggunaan dompet digital berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.²⁴ Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yakni:

H1: Terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus

2. Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif

Kebutuhan manusia yang semakin kompleks mendorong pengetahuan tentang produk keuangan semakin

²¹ Dwi Ajeng Kusumawardhani and Evita Purnaningrum, "Penyebaran Pengguna Digital Wallet Di Indonesia Berdasarkan Google Trends Analytics," *Inovasi: Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Manajemen* 17, no. 2 (2021): 377–85.

²² Rizki Defiyando, "Peranan Lembaga Filantropi Islam Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat (Studi Kasus Lembaga Filantropi Di Metro Pusat Kota Metro)," *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi* (IAIN Metro, 2019).

²³ Pristiani, "Pengaruh Fintech E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Millennial."

²⁴ Silalahi et al., "Pengaruh Dompet Digital Terhadap Budaya Belanja Individu Di Kota Medan."

luas. Individu dituntut untuk dapat memahami produk keuangan agar mampu membuat keputusan dengan benar. Literasi keuangan pada individu sangat penting dalam merencanakan keuangannya agar tercipta kesejahteraan keuangan dimasa depan. Sebaliknya, kurangnya literasi sangat berdampak negatif terhadap pengambilan keputusan. Literasi keuangan berhubungan erat dengan tanggung jawab keuangan seseorang dalam mengelola pendapatan yang ia peroleh. Dengan adanya literasi keuangan diharapkan bisa memanfaatkan uang dengan bijak dan maksimal.

Termasuk diantaranya mahasiswa yang hidup dengan uang terbatas sehingga dituntut untuk berhemat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun seringkali tanpa sadar mahasiswa melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang rasional. Tindakan perilaku konsumtif ini diduga dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya rendahnya literasi keuangan. Berdasarkan hasil penelitian Fuad Abdul Fattah (2018) dalam penelitiannya bahwa tingkat literasi keuangan yang tinggi dapat membantu menekan perilaku konsumtif.²⁵ Hasil tersebut juga didukung penelitian terbaru oleh Rosana Mu'amala (2021) yang menyatakan bahwa terdapat literasi keuangan mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif seseorang.²⁶

Namun hasil tersebut berbeda dengan hasil penelitian diperoleh Muh. Ibnu Iqbal (2020) yang menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.²⁷ Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut dapat dirumuskan hipotesis yakni :

H2: Terdapat pengaruh literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEBI IAIN Kudus

²⁵ Fattah, Indriayu, "Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif."

²⁶ Mu'amala and Wahjudi, "Peran Literasi Keuangan Dalam Memediasi Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pengguna E-Commerce."

²⁷ Muh. Ibnu Iqbal, "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Manado," *Repository IAIN Manado* (IAIN Manado, 2020), <http://repository.iain-manado.ac.id/20/>.