

## Penggunaan Dompot Digital dan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif pada Masyarakat di Kota Tangerang Serta Pandangan Syariah Tentang Etika Konsumsi

Rusdi Hamka Lubis

Institut PTIQ Jakarta  
Jl. Batan I No. 2 Pasar Jum'at,  
Lebakbulus, Cilandak,  
Jakarta Selatan, Indonesia

rusdihamka@ptiq.ac.id

### ABSTRAK

Banyak penyedia jasa wallet (dompet digital) seperti Dana, Ovo, T-Cash, Gopay, Linkaja, Isaku, Sakuku, Jenius, dll yang diminati oleh masyarakat saat ini menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji terutama dari sisi pengaruhnya terhadap budaya konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif masyarakat Kota Tangerang. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan dua variabel yaitu variabel persepsi terhadap dompet digital dan variabel budaya konsumtif. Dari hasil uji analisis penelitian ini menemukan bahwa perkembangan teknologi yang diiringi dengan hadirnya dompet digital memiliki pengaruh yang signifikan terhadap budaya konsumtif masyarakat Kota Tangerang.

**Kata Kunci:** Dompot Digital; Budaya Konsumtif; Islam.

### PENDAHULUAN

Saat ini marak kasus korban "Pinjol" yakni pinjaman dana secara online. Intimidasi dan kekerasan seringkali digunakan tim penagih (debt collector) untuk memaksa pengutang membayar tagihannya bahkan marak digunakan cara-cara yang tidak senonoh dengan mengedit gambar-gambar pribadi nasabah menjadi konten pornografi untuk diancam disebar.

Menanggapi fenomena korban pinjol ini, Rhenald Kasali menyebutkan bahwa konsumerisme menjadi permasalahan akut pada masyarakat saat ini dan terjebak di perangkap pinjol (Prabowo 2018).

### Konsumerisme

Istilah konsumerisme berasal dari istilah konsumsi yang berarti pemakaian barang hasil produksi. Storey pada bukunya yang berjudul *Theories of Consumption* menjawab permasalahan manusia yang cenderung berlebihan dalam konsumsi (Storey 2017).

Zygmunt Bauman justru berpendapat bahwa konsumerisme tidak hanya sebagai tindakan proses konsumsi barang dan jasa namun telah menjadi atribut masyarakat karena menurutnya seringkali tindakan konsumsi bukan untuk memenuhi kebutuhan akan tetapi lebih kepada pemenuhan keinginan yang tak terbatas (Bauman 2013). Menurut Octaviana perilaku masyarakat modern pada masa sekarang ini sangat ketergantungan terhadap konsumsi. Perkembangan kemajuan teknologi memberikan dampak kenyamanan bagi hidup manusia, sehingga tak disadari banyak keinginan yang menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi. (Octaviana 2020)

Laporan The State of Global Economic Report 2020/2021 memperkirakan total pengeluaran Muslim mencapai USD 2,01 triliun pada tahun 2019 yaitu sekitar 0,26 persen dari total produk bruto dunia. Angka tersebut terutama berasal dari konsumsi makanan halal, diikuti fesyen, media dan rekreasi, travel, serta farmasi dan kosmetik. Dari banyaknya konsumsi masyarakat saat

ini dapat dijelaskan bahwa Masyarakat belum bisa memisahkan antara keinginan dan kebutuhan dalam berbelanja.(Christanti, Amir, dan Suhasto 2021) Tidak dapat dipungkiri, perkembangan teknologi telah menjadi penyebab tren konsumerisme terus meningkat (Marina 2020).

Meningkatnya budaya baru yang disebut Budaya Konsumerisme merupakan dampak dari teknologi digital di era industri 4.0. Masyarakat kemudian menjadi makhluk dengan tingkat refresif yang tinggi. Herbert Marcuse menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *One Dimensional Man*, menurutnya masyarakat modern saat ini merupakan masyarakat yang telah menyatu dalam dimensi yang satu dan telah bergulir pada satu rel budaya yakni budaya konsumerisme (Marcuse 2007).

Di zaman yang serba digital saat ini masyarakat harus mampu berinteraksi dan beradaptasi dengan teknologi yang ditawarkan saat ini. berbagai inovasi ditawarkan salah satunya dalam hal pembayaran. Perkembangan teknologi keuangan (fintech) dewasa ini telah menjadi faktor dominan yang merangsang munculnya startup keuangan digital seperti uang elektronik (e-money) yang sudah menjadi mainstream (Tazkiyyaturrohmah 2018).

Kehadiran E-Money telah memudahkan masyarakat dalam hal keuangan khususnya pembayaran. Masyarakat lebih mudah dalam melakukan aktivitas tanpa harus membawa uang tunai yang tentu merepotkan. Kemudahan dalam berbelanja ini juga menyebabkan banyak pembeli akhirnya beralih pada sistem pembayaran digital pada aplikasi lembaga keuangan (Kusnawan et al. 2019).

Dari sisi berbelanja pun perkembangan teknologi telah merubah banyak perilaku masyarakat. Biasanya berbelanja dengan cara konvensional mendatangi toko penyedia keperluan. Saat ini telah berubah menjadi pembelian belanja secara online dan juga “perkembangan teknologi informasi yang diikuti dengan tingkat persaingan antara

bank yang tinggi membuat perbankan atau non bank untuk semakin inovatif dalam menyediakan berbagai alternatif jasa pembayaran non tunai yang aman, cepat dan efisien, serta bersifat global” (Lubis dan Fuad 2019) dan (Lubis 2020).

Diantara produk layanan digital yang populer saat ini adalah penggunaan dompet elektronik atau yang dikenal dengan dompet digital. Meskipun masih ada batasan layanan pembayaran hanya untuk pedagang tertentu yang bekerja sama dengan dompet digital tersebut. Beberapa dompet digital yang dikenal ada Go-Pay dari Gojek, T-Cash dari Telkomsel, Ovo dan Dana. Dompet-dompet digital sebagai instrumen digitalisasi yang secure dengan data identitas yang jelas dengan pemilik dana (Lubis dan Sururi 2009).

Dengan menggunakan dompet digital tentu banyak kemudahan yang didapati seperti dalam transaksi jual beli yang tidak perlu lagi menyiapkan uang dengan pecahan kecil (uang receh) untuk kembalian bila uang pembayaran lebih. Mobilitas semakin gampang dan mudah karena setiap individu yang menggunakan dompet digital tidak perlu repot lagi mempersiapkan uang untuk dibawa. Bahwa saat ini jalan tol hampir seluruhnya sudah tidak menerima pembayaran uang tunai (cash) sehingga pihak konsumen jalan tol harus terlebih dahulu memastikan kartu e-money atau uang elektronik yang sesuai dengan pembayaran tol dibawa ketika akan menggunakan jasa jalan tol. Secara umum pemakaian dompet digital telah berdampak pada kemudahan transaksi.

Bila ada sisi baik dari inovasi dompet digital tentu ada juga sisi buruknya. Diantara sisi buruknya yakni kecenderungan berbelanja barang dan jasa yang tidak dibutuhkan (pemborosan). Kemudahan penggunaan dompet digital sehingga banyak yang terlena dan tak menyadari telah berperilaku konsumtif. Dompet digital juga sudah menjadi tren ditambah lagi pada era menuju Society 5.0 ini, kehadiran

kemudahan dalam bertransaksi secara digital telah banyak mempengaruhi budaya masyarakat yang nyaman dengan metode cashless, secara sadar masyarakat dimudahkan karena urusan membawa uang cash memiliki risiko yang besar dari sisi keamanan dan kenyamanan (Rizki Delfiyando 2019).

Goenawan dkk, telah mencoba melakukan analisis menggunakan Analisis timbangan data. Metode Analisa Timbangan Data atau disingkat dengan ATD ini merupakan pendekatan pengukuran dengan cara kuantitatif dalam melihat kecenderungan sekelompok data. Ditemukan bahwa responden cenderung banyak setuju digitalisasi transaksi meskipun konsekuensinya harus menggunakan daya listrik dan jaringan internet yang memadai. Adapun dampak negatif kedua, ketiga, dan keempat ditemukan bahwa responden relatif setuju bahwa konsumerisme meningkat disebabkan digitalisasi finansial, data terancam kerahasiaannya, berisiko addicted terhadap gawai, besar potensi celah penipuan (Goenawan et al. 2021).

Selain itu, penawaran promosi dan diskon oleh pengembang dompet digital dapat menjerumuskan pengguna ke arah konsumerisme yang berlebihan tanpa kontrol yang baik mengenai dompet digital tersebut (Dawam, Ibrahim, dan As-salafiyah 2021).

Dewi dkk juga menyatakan bahwa permasalahan sikap boros yang diakibatkan kurangnya kontrol individu atas kegemarannya. Minimnya pemahaman antara kebutuhan versus keinginan sehingga tidak memiliki strategi pengelolaan uang dapat memperburuk kondisi kesehatan keuangan. Secara psikologi berbelanja secara dompet digital atau wallet dapat menyebabkan kecanduan dan ketergantungan. Perusahaan-perusahaan terafiliasi pada dompet digital juga berlomba-lomba melakukan bakar uang untuk menarik pengguna untuk selalu berbelanja dengan tawaran diskon, promo, cashback yang tentu diminati oleh banyak kalangan pengguna

karena dianggap menggiurkan (Dewi, Herawati, dan Adiputra 2021).

Berbelanja dengan aplikasi, wallet atau dompet digital pada gawai/handphone atau komputer jinjing (laptop) ternyata dapat juga mempengaruhi gaya berbelanja yang cenderung ke arah konsumerisme, karena ketika bertransaksi secara tidak langsung telah melakukan pembayaran namun merasa seperti tidak sedang bertransaksi dan tidak merasa mengeluarkan uang sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yang merupakan dampak negatif dari dompet digital ini.

Aspek regulasi tentang dompet digital atau e-wallet ini sudah memiliki payung hukum di Indonesia, yakni peraturan yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dalam PBI nomor 16 tahun 2014 yang menjadi peraturan perubahan atas PBI nomor 11 tahun 2009 terkait uang elektronik (e-money). Peraturan PBI (Lubis 2021) menjelaskan unsur-unsur sebagai berikut: 1) penerbitannya didasarkan atas nilai uang yang disetorkan kepada penerbit uang digital; 2) tersimpan dalam media tertentu dan memiliki server dan chip; sebagai alat pembayaran kepada produsen penyedia barang dan jasa yang bukan merupakan penyedia uang elektronik; bukan termasuk simpanan sebagaimana regulasi perbankan mengatur simpanan.

Konsumerisme telah bermetamorfosis menjadi tantangan besar saat ini karena telah membudaya. Dampak negatifnya terhadap hubungan sosial maupun prinsip keagamaan. Karena konsumtif itu selalu mengarah hartanya kepada gaya hidup yang boros yang selalu mementingkan keinginan bukan kebutuhannya.

Gambar grafik 1.1. menunjukkan bahwa nilai dan volume transaksi uang elektronik pada tahun 2018 mengalami lonjakan yang sangat signifikan. Tahun 2018 terlihat besaran peningkatan atas transaksi sebanyak 209,8% hingga dua koma sembilan miliar dan bila dibandingkan dengan data tahun 2017 yang transaksi hanya sebesar 943,3 juta. Pada Periode Juli 2019, volume

transaksi uang elektronik bahkan telah mencapai 2,7 miliar transaksi atau mendekati angka 3 miliar pada penghujung 2018. Lonjakan yang sama juga terjadi pada nilai transaksi uang elektronik yang melonjak hingga 281,39%. Pada 2018 nilai transaksi uang elektronik telah mencapai Rp47,2 triliun. Terjadi penambahan sebesar Rp34,8 triliun atau hampir tiga kali lipat dibandingkan 2017 yang sebesar dua belas koma empat triliun. Pada bulan Juli 2019 yang lalu nilai transaksi uang elektronik telah melampaui nilai transaksi 2018, yakni sebesar enam puluh sembilan triliun.

Sisca merilis data Agustus tahun 2020 yang menyatakan bahwa wallet Ovo serta Gopay masih merajai digitalisasi transaksi di Indonesia. Dana sebagai dompet digital yang belum lama telah berusaha naik menggantikan Link Aja. Adapun pengguna aktif dompet digital didominasi oleh Gopay di Indonesia terdapat 38 aplikasi dompet digital yang diakui oleh Bank Indonesia. Transaksi dompet digital di Indonesia mencapai angka. US\$1.5 miliar pada tahun 2018 namun diperkirakan mengalami peningkatan hingga Dua puluh Lima miliar Amerika (US\$25) pada tahun 2023 (Aulia 2020). Sedangkan Daily Social melalui Fintech Report yang paling populer Gopay sebesar 79,38%, Ovo dengan nilai sebesar 58,42% dan Tcash dengan nilai 55,52%.(Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, dan Irianto Djatikusumo 2020)

Imam Syatibi dalam kitab al-Muwafaqot sebagaimana dikutip oleh Habibullah, menjelaskan bahwa tujuan melakukan konsumsi merupakan perbuatan memenuhi masalah maksimal. Masalahah yaitu menghadirkan manfaat dan menjauhi kemungkinan buruk yang dapat merusak. Intinya kebutuhan bukan hanya keinginan semata dari kegiatan implementasi ekonomi islami (Habibullah 2017).

Berdasarkan kaidah dalam rangka pemenuhan kebutuhan manusia yang harus sesuai dengan masalah yang mengutamakan kebaikan setiap manusia harus memiliki

skala prioritas dengan menentukan mana kebutuhan utama, menurut Gunawijaya perlu mengidentifikasi sebelum mengkonsumsi, mana yang bukan kebutuhan utama agar hidup sejahtera dunia dan akhirat sesuai tuntunan syariat Islam.(Gunawijaya 2020)

Dari uraian-uraian yang telah dipaparkan diatas nampak bahwa dengan adanya uang elektronik dalam fitur dompet digital mempermudah individu dan masyarakat secara umum untuk memilih dengan mudah dan praktis (Ibrahim dan Lubis 2021). Faktor diskon ataupun reward yang sering dan banyak ditawarkan sehingga membuat gelap mata dan kurang perhatian pada aspek kebutuhan dan keinginan. Maka penelitian ini bertujuan menganalisa lebih dalam pengaruh dompet digital terhadap budaya konsumtif dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Wallet Terhadap Budaya Konsumtif: (Analisis Perspektif Islami Pada Masyarakat Kota Tangerang)”

## **METODE PENELITIAN**

Kuantitatif merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini dengan menguji hipotesis dengan didasari teori. Gejala dan realitas pada pandangan filsafat positivisme mengklasifikasikan relativitas, tetap, konkrit, terukur, teramati dan hubungan gejala yang bersifat dari sebuah akibat.

Metode Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yakni, Metode kuantitatif ditunjukkan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. (Purwoko 2015).

Dalam metode kuantitatif biasanya menggunakan metode survey dan eksperimen. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, data yang terkumpul selanjutnya di analisis secara kuantitatif menggunakan statistika. Dalam penelitian ini dikaji hubungan persepsi

penggunaan Wallet atau dompet digital (X) dengan budaya konsumtif (Y) (Purwoko 2021).

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan dari subjek atau objek yang akan menjadi sasaran penelitian. Subjek penelitian merupakan tempat atau lokasi data variabel yang akan digunakan. Menurut sugiyono populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah warga Kota Tangerang yang lebih menasar ke generasi milenial dari usia 15 – 35 thn dengan target 100 responden.

Sampel adalah bagian yang memberikan gambaran secara umum dari populasi. Sampel penelitian memiliki karakteristik yang sama dengan karakteristik populasi sehingga sampel yang digunakan dapat mewakili populasi yang diamati. Menurut sugiyono sampel adalah : bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian yang memiliki wilayah populasi yang besar tentunya akan mempersulit peneliti dalam pengambilan data sehingga diperlukan teknik pengambilan sampel.

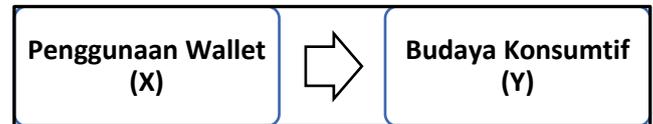
Pengujian Hipotesis Dalam Dalam menjelaskan tentang hubungan persepsi terhadap market place dan tingkat penjualan digunakan beberapa analisis uji hipotesis sebagai berikut:

### Regresi Linearitas Sederhana

Prediksi variabel kriteria dapat dilakukan dengan menggunakan Regresi sederhana yakni melakukan uji dengan satu variabel prediktor (variabel bebas). Disebut regresi sederhana karena prediksi atas netralitas pemberitaan media hanya didasarkan pada satu variabel prediktor dalam hal ini adalah keberimbangan berita.

Dalam penelitian ini kita mempertimbangkan variabel Y (netralitas pemberitaan media) jikalau variabel

keberimbangan pemberitaan media diketahui:



Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas dengan satu variabel terikat persamaan umum regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$Y$  = Variabel terikat.

$X$  = Variabel bebas.

$a$  dan  $b$  = Nilai konstanta

### Koefisien Korelasi

Banyak variabel yang digunakan pada Koefisien korelasi tapi pada koefisien korelasi kali ini dilakukan pengukuran korelasi yakni antara dua variabel (misalnya Y dan X). dilihat bagaimana Y dapat memiliki hubungan dengan setiap variabel bebas. Sementara itu rumus yang dirumuskan oleh karl pearson untuk mencari nilai koefisiensi korelasi hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

### Uji Keberartian

Uji keberartian dilakukan untuk mengetahui apakah persamaan garis yang diperoleh berarti (bermakna) atau tidak untuk digunakan sebagai prediksi harga

### Koefisien Determinasi

Koefisiensi Determinansi merupakan angka yang menyatakan atau kekuatan hubungan antara variabel bebas (X) dan variabel Y (terikat).

Rumus.

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Nilai Koefisien Determinan / Penentu

$r$  = Nilai Koefisien Korelasi

### Hipotesis Statistik

Hipotesis statistik adalah pernyataan atau dugaan mengenai satu atau lebih

populasi, pernyataan tentang suatu parameter dari distribusi populasi. Disebut hipotesis karna tidak diketahui benar atau tidaknya. Menurut bluman terdapat dua jenis hipotesis statistik yaitu h ipotesis nol dan hipotesis alternatif. Adapun hipotesis statistik dalam penelitian ini adalah:

$H_0 : \rho_{yx1} \leq 0 \rightarrow$  Tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

$H_a : \rho_{yx1} > 0 \rightarrow$  Terdapat pengaruh variabel X terhadap Y

Kriteria:

Terima  $H_0$  jika  $r_{hitung} \leq r_{tabel}$  pada db (n-2) dengan  $\alpha$  5%

Tolak  $H_0$  jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada db (n-2) dengan  $\alpha$  5%

## **HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana penggunaan wallet atau dompet digital, dan pengaruh penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif pada masyarakat di Kota Tangerang yang berusia 15 tahun sampai dengan 35 tahun.

Data yang diperoleh dari hasil penelitian adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh dari data angket (kuesioner). Pengolahan data kuantitatif dilakukan dengan menggunakan bantuan software statistical product and service solution (SPSS) 23.0 for windows.

### **Faktor Keamanan**

Total jawaban responden untuk pernyataan indikator faktor keamanan dari butir 1 sampai 5 yakni, Sangat setuju berjumlah 20 responden (18%), Setuju 251 responden (57%), dan Netral 95 responden (22%), sedangkan Tidak Setuju 14 responden (3%) serta Sangat Tidak Setuju 3 (1%).

### **Faktor Diskon/Potongan Harga**

Total jawaban responden untuk pernyataan indikator faktor diskon atau potongan harga dari butir 1 sampai 5 yakni,

Sangat setuju berjumlah 74 responden (17%), Setuju 182 responden (41%), dan Netral 120 responden (27%), sedangkan Tidak Setuju 47 responden (11%) serta Sangat Tidak Setuju 17 responden (4%).

### **Faktor Kemudahan**

Total jawaban responden untuk pernyataan indikator faktor kemudahan dari butir 1 sampai 5 yakni, Sangat setuju berjumlah 141 responden (32%), Setuju 250 responden (57%), dan Netral 42 responden (10%), sedangkan Tidak Setuju 7 responden (2%) serta Sangat Tidak Setuju 0 responden (0%).

### **Faktor Gaya Hidup**

Total jawaban responden untuk pernyataan indikator faktor gaya hidup dari butir 1 sampai 5 yakni, Sangat setuju berjumlah 94 responden (21%), Setuju 231 responden (53%), dan Netral 77 responden (18%), sedangkan Tidak Setuju 25 responden (6%) serta Sangat Tidak Setuju 0 responden (0%).

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

Pembahasan hasil penelitian ini merupakan ringkasan dari hasil analisis data yang diperoleh, selanjutnya dipaparkan sebagai berikut:

Pertama, analisis deskriptif variabel penggunaan dompet digital diperoleh jumlah skor responden sebesar 8089, skor tertinggi adalah 96 dan peroleh jumlah sekitar dan skor terendah adalah 66. Dari jumlah tersebut diperoleh rata-rata (mean) 80,89, median 80,00, varians sebesar 49.190 serta simpangan baku sebesar 7.014. Berdasarkan interpretasi kualitatif diketahui bahwa pengaruh kualitas pelayanan penggunaan dompet digital dalam kategori baik. Dari hasil uji normalitas dapat dinyatakan bahwa data pada variabel dompet digital berasal dari populasi berdistribusi normal dimana taraf signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0.05 ( $0.200 > 0.05$ ).

Kedua, pada analisis deskriptif variabel budaya konsumtif masyarakat diperoleh jumlah skor responden sebesar 7957, skor tertinggi adalah 96 dan skor terendah adalah 59. Dari jumlah tersebut diperoleh rata-rata (mean) 79,57, median 80, varians sebesar 66.450 serta simpangan baku sebesar 8.152. Berdasarkan interpretasi kualitatif diketahui bahwa penggunaan dompet digital menurut penggunaannya termasuk dalam kategori baik. Dari hasil uji normalitas dapat dinyatakan bahwa data pada variabel ini pada posisi berdistribusi normal dimana taraf signifikansi nilai residual X dan Y yang diperoleh lebih besar dari 0.05 ( $0.200 > 0.05$ ).

Pada analisis tentang pengaruh penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif masyarakat diperoleh bahwa kedua variabel memenuhi syarat uji linearitas dimana taraf signifikansi yang diperoleh sebesar 0.115 lebih besar dari 0.05. Adapun pada uji korelasi diperoleh r hitung lebih besar dari rtabel ( $0.521 > 0.195$ ). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif masyarakat, sehingga dapat diinterpretasikan bahwa makin tinggi skor kualitas penggunaan dompet digital akan diikuti skor budaya konsumtif masyarakat. Dari hasil uji tingkat keberartian diperoleh r hitung sebesar 6,36 lebih besar dari rtabel sebesar 1.95 ( $6,36 > 1.98$ ), dengan demikian terdapat hubungan antar kedua variabel, kenaikan satu unit kualitas penggunaan dompet digital dapat meningkatkan 0.605 unit budaya konsumtif masyarakat pada arah yang sama dengan konstanta 30,598. Sedangkan besarnya kontribusi kualitas penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif adalah sebesar 6,36% dan tentu selain itu kemungkinan ada pengaruh faktor-faktor yang tidak disebutkan pada penelitian ini.

### ***Pandangan Islam terhadap Budaya Konsumtif***

Berbelanja secara berlebihan dan sikap boros (israf) dilarang dalam Islam. Kesia-siaan dalam mengkonsumsi sesuatu (tabzir) dan pelakunya disebut mubazir sangat dibenci sampai-sampai disamakan bahkan dianggap sebagai teman dekatnya syetan sebagaimana dijelaskan dalam surah Al-Furqan ayat 67 tentang sikap konsumsi yang baik yakni yang tidak berlebihan karena sifat berbelanja yang tidak terkontrol berdampak buruk terhadap perekonomian luas seperti inflasi, penimbunan dan ketidak-seimbangan pasar.

Setidaknya ditemukan ada dua puluh satu kali kata yang terkait konsumsi seperti kata "kuulu dan isyabu" di dalam Al-Quran sehingga hal ini mengindikasikan bahwa konsumsi sebagai wahana menutupi kebutuhan manusia juga sebagai muamalah interaksi sosial yang juga harus dianggap sebagai nilai ibadah. "dan janganlah kamu menghambur-hamburkan hartamu secara boros sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara setan" (QS.17:26-27) .

Permasalahan ekonomi salah satunya adalah distribusi pendapatan yang tidak merata. Diantara faktor vitalnya adalah konsumsi karena tidak mungkin aktivitas produksi dan distribusi akan merata bila perilaku konsumsi masyarakat berlebihan dengan memaksimalkan kepuasan pribadi. Budaya hedonisme dan permasivisme serta minimnya dukungan kebijakan ekonomi dari pemerintah dan negara dalam mengusahakan solusi atas kemiskinan dan kesenjangan distribusi pendapatan masyarakat. Islam dalam muamalah berlaku sangat demokratis dan segala hubungan antara manusia hukumnya boleh kecuali hal yang dilarang (judi, riba, gharar) termasuk perbuatan yang melampaui batas maksimal (boros) atau sebaliknya minimal (kikir atau pelit). Perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif mengakibatkan dana atau simpanan masyarakat semakin minim . Konsumsi dalam Islam di bedakan menjadi

dua yaitu, konsumsi lahiriyah, yakni konsumsi yang dibutuhkan jasmani dalam memenuhi kebutuhan dasar manusia baik lahir maupun batin atau jasmani maupun rohani. Konsumsi ukhrawiyah, yakni pemenuhan kebutuhan yang tidak bertentangan dengan tujuan-tujuan syariah (halal dan baik), didasarkan atas kemandirian, penuh perencanaan, berjaga-jaga, dan menghindari sifat suka berutang karena hutang dapat menurunkan harga diri seseorang sehingga sangat mungkin dihinakan, didasarkan atas kesederhanaan dengan sikap merasa cukup (qanaah), sikap tidak menyalahkannya (boros).

Islam memiliki pedoman syariah dalam berkonsumsi. Adanya maslahat dan manfaat : (1) membawa maslahat dan manfaat bagi jasmani dan rohani dan sejalan dengan nilai maqashid syariah dengan halal dan thoyyib. (2) Adanya azas kemandirian : ada perencanaan, ada tabungan dan mengutang adalah kehinaan. (3) Adanya azas kesederhanaan : bersifat qanaah tidak mubazir seperti dalam al quran surath Al-Maidah ayat 87 yang artinya:

*“hai orang-orang yang beriman janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”.*

Adanya azas sosial: anjuran berinfak dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah apa yang lebih dari keperluan (al-afwu). Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayatnya kepadamu agar kamu berfikir.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan penelitian ini sebagai berikut: Pertama, peranan masyarakat dalam Penggunaan wallet atau dompet digital oleh Kota Tangerang berpengaruh besar terhadap

perilaku konsumtif. Dan juga perilaku masyarakat ketika menggunakan dompet digital belum sepenuhnya sesuai dengan ekonomi Islam. Ini dapat dilihat dari sebagian besar masyarakatnya terdorong oleh gaya hidup konsumtif yang mengarah kepada kesenangan dan bukan karena kebutuhan.

Budaya Konsumtif masyarakat di Kota Tangerang dapat dilihat dari seringnya bertransaksi digital menggunakan dompet digital karena tergiur banyaknya promo yang menarik yang ditawarkan dan Jumlah uang elektronik (dompet digital) dengan kemudahan penarikan dan penggunaan oleh pemegang akun, sehingga masyarakat cenderung boros dalam penggunaan uang elektronik/wallet (dompet digital).

Ditemukan hubungan positif dan signifikan antara penggunaan dompet digital dengan budaya konsumtif masyarakat di Kota Tangerang. Dari hasil uji tingkat keberartian diperoleh rhitung sebesar 6,36 lebih besar dari rtabel sebesar 1.95 ( $6,36 > 1.95$ ), dengan demikian terdapat hubungan antar kedua variabel, kenaikan 1 (satu) unit kualitas penggunaan dompet digital dapat meningkatkan 0.605 unit budaya konsumtif masyarakat pada arah yang sama dengan konstanta 30,598. Kontribusi kualitas penggunaan dompet digital terhadap budaya konsumtif masyarakat adalah sebesar 6,36% dan selebihnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak menjadi kajian dalam penelitian ini.

## **SARAN**

Pemerintah sebagai regulator keuangan dan segenap stakeholder yang berkepentingan perlu membimbing masyarakat dengan meningkatkan edukasi tentang cara bijak penggunaan dompet digital, e-commerce, dan aplikasi keuangan lainnya seperti pinjaman online.

Pemerintah dan stakeholder pendidikan terutama para guru dan dosen hendaknya menjadi fasilitator untuk

memberi pemahaman kebutuhan dan keinginan.

Masyarakat Kota Tangerang diharapkan dapat mengambil hikmah dari penelitian ini. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat diperluas cakupannya dari sisi variabel lain, objek penelitian, sampel dan juga produk keuangan. Untuk peneliti selanjutnya, dalam meneliti masalah pinjaman online dan pengaruhnya terhadap kasus bunuh diri dan kasus kekerasan/pemerasan seperti yang terjadi akhir-akhir ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Aulia, Sisca. 2020. "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital." *Jurnal Komunikasi* 12(2): 311.

Bauman, Zygmunt. 2013. Bauman, Zygmunt. *Consuming life.*, 2013. First. United Kingdom: John Wiley & Sons. <https://realsociology.edublogs.org/files/2013/09/168709399-Zygmunt-Bauman-Consuming-Life-2007-1107cis.pdf>.

Christanti, Yana, Vaisal Amir, dan RB. Suhasto. 2021. "The Paradox of Consumerism." In *ICONEBS 2020: Proceedings of the First International Conference on Economics, Business and Social Humanities*, Madiun: ICONEBS 2020. <https://www.researchgate.net/signup.SignUp.html>.

Dawam, Khaerud, Muhammad Yusuf Ibrahim, dan Aisyah As-salafiyah. 2021. "Christian Tithes vis-a-vis Islamic Zakat Concept: A Comparative Study in Socio-Economic Scope." 01(02).

Dewi, Luh Gede Kusuma, Nyoman Trisna Herawati, dan I Made Pradana Adiputra. 2021. "Penggunaan E-Money Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Dimediasi Kontrol Diri." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 5(1): 1-19. <https://ejournal.stiesia.ac.id/ekuitas/article/view/4669>.

Goenawan, Stephanus Ivan, Christine Natalia, Feliks Prasepta Sejahtera, dan Angela. 2021. "Analisa Timbangan Data Dampak Positif Dan Negatif Dompot Digital." In *Menuju Society 5.0: Teknologi Cerdas yang Berpusat pada Manusia*, Bandung: Riset dan Teknologi Terapan (RITEKRA), 1-8. <https://journal.unpar.ac.id/index.php/ritektra/article/view/4851>.

Gunawijaya, Rahmat. 2020. "Kebutuhan Manusia Dalam Pandangan Ekonomi Kapitalis dan Ekonomi Islam." *Jurnal Al-Maslahah* 13(1): 131-50. <https://core.ac.uk/download/pdf/236211140.pdf>.

Habibullah, Eka Sakti. 2017. "Etika Konsumsi Dalam Islam." Ad-Deenar: *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(1): 90-102.

Ibrahim, Muhammad Yusuf, dan Rusdi Hamka Lubis. 2021. "Pemanfaatan Zakat untuk Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi Covid-19." *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* 1(01): 57-76. <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/view/320>.

Ika Febrilia, Shela Puspita Pratiwi, dan Irianto Djatikusumo. 2020. "Minat Penggunaan Cashless Payment System - Dompot Digital Pada Mahasiswa Di Fe Unj." *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 11(1): 1-19.

Kusnawan, Agus, Silaswara Diana, Andy Andy, dan Sefung Tjong. 2019. "Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang." *Sains Manajemen* 5(2): 137-60.

Lubis, Rusdi Hamka. 2020. "Critic: Poverty in Indonesia and the Solution of Islam in the welfare of the people's economy." *Academia Edu*. [https://www.academia.edu/download/57206189/Critic\\_of\\_Poverty\\_in\\_Indonesia\\_and\\_the\\_Solution\\_of\\_Islam\\_in\\_the\\_welfare\\_.pdf](https://www.academia.edu/download/57206189/Critic_of_Poverty_in_Indonesia_and_the_Solution_of_Islam_in_the_welfare_.pdf).

———. 2021. “Sistem Prosedur Pialang Asuransi Syariah Berbasis Digital di Indonesia.” *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan dan Ekonomi Syariah* 01(01). <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/altasyree/article/download/169/124>.

Lubis, Rusdi Hamka, dan Ahmad Fuad. 2019. “Implementasi teori pertukaran pada lembaga keuangan syariah di indonesia.” *Jurnal Ekonomi Syariah* 7(2): 38–48. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1488156&val=12847>.

Lubis, Rusdi Hamka, dan M Sururi. 2009. “Land Governance and Agricultural Land Distribution: ( Comparative Study of Indonesian Government Policies and Abu ’ Ubaid thoughts ).” *American Journal of Humanities and Social Sciences Research* 10(03): 1–16. [http://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/cfdb7\\_uploads/1573304739-Rusdi-Hamka-Lubis-and-M-Sururi-Land-Governance-and-Agriculture-Land-Distribution.pdf](http://www.ajhssr.com/wp-content/uploads/cfdb7_uploads/1573304739-Rusdi-Hamka-Lubis-and-M-Sururi-Land-Governance-and-Agriculture-Land-Distribution.pdf).

Marcuse, Herbert. 2007. *One-Dimensional Man*. VII. London and New York: Routledge. <https://www.cs.vu.nl/~eliens/download/marcuse-one-dimensional-man.pdf>.

Marina, Dominika. 2020. “Konsumerisme di Era digital.” *Forum*: 32–35. <http://jurnal.stikstakaranita.ac.id/index.php/forum>.

Octaviana, Rina. 2020. “Konsep Konsumerisme Masyarakat Modern dalam Kajian Herbert Marcuse.” *Jaqfi: Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam* 5(1): 121–33.

Prabowo, Haris. 2018. “Guru Besar FEB UI: Masalah Utama Masyarakat adalah Konsumerisme.” *Tirto.id*: 2. <https://tirto.id/guru-besar-feb-ui-masalah-utama-masyarakat-adalah-konsumerisme-c9op>.

Purwoko, Bambang. 2015. “Influence of Service Quality and Customer Satisfaction and Loyalty Trust Foreign Tourists Visit the Attractions in East Java Indonesia.” *European Journal of Business and Management* www.iiste.org ISSN 7(19): 75–84. [www.iiste.org](http://www.iiste.org).

———. 2021. “Analysis Of The Effect Of Inflation On Exports Of Non-Oil And Gas Commodities Through The Port Of Tanjung Perak Surabaya.” *Eduvest - Journal of Universal Studies* 1(7): 577–84. <https://eduvest.greenvest.co.id/index.php/edv/article/view/101/130>.

Rizki Delfiyando. 2019. 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam “PERANAN LEMBAGA FILANTROPI ISLAM DALAM MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT (Studi Kasus Lembaga Filantropi Di Metro Pusat Kota Metro).” IAIN Metro.

Storey, John. 2017. *Theories of consumption*. Taylor & Francis, 2017. I. New York.

Tazkiyyaturrohmah, Rifqy. 2018. “Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern.” *Muslim Heritage* 3(1): 23. <http://jurnal.iainponorogo.ac.id/index.php/muslimheritage/article/download/1240/878>.