

SKRIPSI

**DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT
DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG
KABUPATEN PESAWARAN**

Oleh :

AULIA AGUSTIN

NPM. 2003020007



**Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/ 2024 M

**DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT
DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG
KABUPATEN PESAWARAN**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh :

AULIA AGUSTIN

NPM. 2003020007

Dosen Pembimbing : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I

Program Studi S1 Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1445 H/ 2024 M



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax.(0725) 47296 Website: www.syariah.metrouniv.ac.id;
e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) berkas
Perihal : **Pengajuan Permohonan untuk dimunaqsyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Metro
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : Aulia Agustin
NPM : 2003020007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah
Judul : DAMPAK DIGITAL PAYMENT DAN E-COMMERCE
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI
DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG
KABUPATEN PESAWARAN

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqsyahkan. Demikian harapan kami dan atau penerimaannya, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Metro, 22 Mei 2024
Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 198703192020121003

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : DAMPAK DIGITAL PAYMENT DAN E-COMMERCE
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI
DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN
PESAWARAN
Nama : Aulia Agustin
NPM : 2003020007
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

MENYETUJUI

Untuk di Munaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro.

Metro, 22 Mei 2024
Dosen Pembimbing



Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 198703192020121003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-2039/n-28.3/D/PP.00.9/07/2024

Skripsi dengan Judul: "DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN" disusun oleh: Aulia Agustin, NPM: : 2003020007, Jurusan: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Kamis, 13 Juni 2024

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I.

(.....)

Penguji I : Yuyun Yunarti, M.Si

(.....)

Penguji II : Agus Trioni Nawa, M.Pd

(.....)

Sekretaris : Hana Hilyati Aulia, MSi

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Mat Jalil M. Hum

NIP. 19620812 199803 1 001

ABSTRAK

DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN

Oleh :
AULIA AGUSTIN

Perkembangan teknologi saat ini khususnya teknologi informasi telah mengubah cara pandang, cara kerja dan sekaligus implementasi dalam segala bidang. salah satu teknologi yang dimaksud yaitu teknologi internet, munculnya internet berawal dari riset untuk pertahanan dan keamanan serta pendidikan, sekarang berkembang menjadi perangkat pendukung bisnis yang sangat berpengaruh.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan jenis penelitiannya adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel sumber data yang dalam penentuan informan peneliti menggunakan Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* (pengambilan secara sederhana) teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik wawancara dan dokumentasi.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti tentang Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Masyarakat Dusun Kalangan 2 Rejo Agung Penggunaan digital Payment telah mengubah perilaku konsumtif masyarakat Dusun Kalangan 2. perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor kunci. Pertama, gaya hidup dan gengsi memainkan peran penting, dengan banyak orang lebih memprioritaskan kebutuhan sekunder untuk memenuhi ekspektasi sosial dan mengikuti trend terbaru. Kedua, kurangnya kontrol terhadap perkembangan teknologi, terutama dalam belanja online, membuat banyak orang cenderung berbelanja impulsif tanpa memperhitungkan dampak finansial jangka panjangnya.

Kata Kunci : *Digital Payment, Perilaku Konsumtif*

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Agustin

Npm : 2003020007

Jurusan : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini keseluruhan adalah hasil penelitian saya, kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumber dan disebut dalam daftar pustaka.

Metro, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



Aulia Agustin

NPM.2003020007

MOTTO

﴿ إِنَّ الْمُبْدِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴾

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

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa Syukur atas rahmad yang telah diberikan Allah yang maha pengasih lagi maha penyayang serta karunia dan kemudahan yang engkau berikan, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan cinta kasih yang tulus bagi mereka yang selalu mendo'akan dan mendukung peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini kepada :

1. Kepada orang tua tercinta, Bapak Japarudin Hz dan Ibu Siti Fatimah terimakasih banyak sudah menjadi orang tua yang sangat baik dan sabar serta pengertian dalam mendidik dan membimbing saya tentang segala hal dalam kehidupan. Karya ini dipersembahkan untuk kalian semoga Allah senantiasa memberikan Rahmat-Nya, kesehatan, kemurahan rezeki dan keberkahan umur kepada kalian berdua. Aamiin ya robbal'alamiin.
2. Teruntuk kakak saya tercinta Merlin Oktarani dan Abang saya tersayang Muhammad Rizky Lubis yang telah memberikan semangat, motivasi, kasih sayang, dukungan dan kakak paling hebat bagi saya.
3. Terimakasih kepada Dosen pembimbing akademik Ibu Reonika Puspita Sari,M.E.Sy yang telah membimbing dalam jalannya perkuliahan selama perkuliahan hingga di titik ini.
4. Terimakasih kepada Dosen pembimbing skripsi Bapak Ulul Azmi Mustofa S.E.I.,M.S.I. yang telah membimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Teruntuk sahabat saya Anis, Anisa, Ariana, Intan, Lisa, Risti, Salsa dan Ifa kalian adalah orang-orang pilihan yang selalu berada dibalik layar, membersamai dalam perjuangan dan mau selalu saya repotkan, terimakasih semoga sama-sama dilancarkan sampai akhir perjuangan.

6. Teruntuk sahabatku terkasih Dewi, Paras, Anis, Cindy, Elsa, Jeni, Juwita, Imah, dan Naura yang sudah kebersamai ku dari awal hingga menyelesaikan skripsi ini semoga kalian selalu dalam lindungan Allah swt dan selalu diberikan kemudahan dalam hidup.
7. Teruntuk teman-teman Pbs Angkatan 20 dan Kkn Ms Posko 58 terimakasih selalu memberikan motivasi, semangat dan dukungan tanpa henti sehingga secara tidak langsung membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Almamater IAIN METRO tercinta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Robbil Alamin, Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dimana atas anugerahnya, Skripsi ini merupakan suatu bagian dari persyaratan guna menyelesaikan pembelajaran di Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dalam proses penyelesaian skripsi ini, peneliti telah memperoleh bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak:

1. Ibu Prof. Dr. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
2. Dr.Mat Jalil, M.Hum Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
3. Bapak M. Ryan Fahlevi, S.E, M.M Selaku Ketua Program Studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.
4. Bapak Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti.
5. Bapak dan ibu dosen serta karyawan IAIN Metro yang telah memberikan ilmu dan sarana prasaranan selama peneliti menempuh Pendidikan.
6. Kepala Desa dan Perangkat Desa Rejo Agung yang telah memberikan sarana dan prasarana kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat di selesaikan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini sangat diharapkan dan semoga skripsi ini kiranya dapat bermanfaat.

Metro, Juni 2024
Peneliti,



Aulia Agustin
NPM. 2003020007

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
ORISINALITAS PENELITIAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumtif	14
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	14
2. Indikator Perilaku Konsumtif.....	15
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	16
B. <i>Digital Payment</i>	20
1. Pengertian <i>Digital Payment</i>	20
2. Indikator <i>Digital Payment</i>	21
3. Kriteria <i>Digital Payment</i>	23

4. Hubungan Antara <i>Digital Payment</i> Dengan Perilaku Konsumtif.....	24
--	----

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Sifat Penelitian	26
B. Sumber Data.....	27
1. Sumber Data Primer	27
2. Sumber Data Sekunder.....	27
C. Teknik Pengumpulan Data	28
D. Teknik Penjamin Keabsahan Data.....	29
E. Teknik Analisis Data	29
1. Reduksi Data	30
2. Penyajian Data	30
3. Penarikan Kesimpulan.	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	31
1. Profil Desa Rejo Agung	31
B. Deskripsi Hasil Penelitian	32
1. Dampak <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	32
C. Pembahasan.....	36
1. Dampak <i>Digital Payment</i> Terhadap Perilaku Konsumtif.....	36

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN 42

B. SARAN 43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Bimbingan (SK Penunjukkan Pembimbing)
2. Outline
3. Alat Pengumpul Data
4. Surat Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Surat Uji Plagiasi Turnitin
8. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
9. Foto-foto Penelitian
10. Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini khususnya teknologi informasi telah mengubah cara pandang, cara kerja dan sekaligus implementasi dalam segala bidang. Salah satu teknologi yang dimaksud yaitu teknologi internet, munculnya internet berawal dari riset untuk pertahanan dan keamanan serta pendidikan, sekarang berkembang menjadi perangkat pendukung bisnis yang sangat berpengaruh.

Fenomena penggunaan sistem pembayaran *digital* semakin banyak diminati. Sistem pembayaran *digital* atau biasa disebut *digital payment* merupakan pembayaran dengan sistem pembayaran menggunakan media elektronik, seperti internet banking.

Internet membuat sesuatu hal menjadi lebih mudah. Adanya bisnis online dan keuangan digital (*financial technology*) hidup terasa menjadi lebih mudah dan lebih modern, *financial technology* dapat dilakukan dengan mudah melalui *handphone*. Dimana saja dan kapan saja pengguna bisa mengaksesnya secara bebas. namun sayangnya bagi sebagian orang kehadiran dan *financial technology* justru mendorong seseorang menjadi pribadi yang berperilaku konsumtif.¹

¹ Sumartono. . *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi.*(Bandung: Alfabeta,2002)h.66

Perilaku konsumtif merupakan sebuah kegiatan konsumsi, konsumsi dalam kegiatan tersebut merupakan konsumsi yang berlebihan dimana hanya untuk mementingkan kepuasan semata bukan untuk memenuhi kebutuhan yang memang dibutuhkan.

Perilaku konsumtif yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan, melebihi kebutuhan dan kemampuan finansial individu. Ini dipicu oleh budaya konsumerisme, iklan yang agresif, dan tekanan sosial untuk memiliki barang sebagai simbol status. Pembelian impulsif, penggunaan kartu kredit berlebihan, dan kesulitan dalam menahan diri adalah ciri-ciri utamanya. Dampaknya meliputi penumpukan barang tidak berguna dan stres finansial. Diperlukan kesadaran dan manajemen keuangan yang baik untuk mengatasi masalah ini.

Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang-barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Seperti kita ketahui seseorang membeli sejumlah barang dan jasa untuk di konsumsi. Dalam arti ilmu ekonomi konsumsi dapat di artikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi. Sementara perilaku individu yang tidak dapat menahan keinginannya untuk membeli barang yang tidak dibutuhkan tanpa melihat fungsi utama dari barang tersebut dikatakan konsumtif.

Definisi tersebut menunjukkan bahwa individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang berdasarkan keinginan daripada kebutuhan. Dalam pola konsumsinya dapat bervariasi berdasarkan budaya,

geografi, dan ekonomi. Umumnya, masyarakat mengonsumsi makanan, pakaian, dan barang kebutuhan sehari-hari. Faktor ekonomi, *trend*, dan preferensi individu juga memengaruhi pola konsumsi.

Perilaku konsumtif pada remaja muda sering ditandai oleh kecenderungan untuk mengikuti tren terbaru, penggunaan media sosial untuk mempengaruhi keputusan pembelian, dan belanja impulsif untuk memenuhi keinginan sesaat tanpa pertimbangan jangka panjang.

Sementara itu, pada usia tua, perilaku konsumtif mungkin mencakup kecenderungan untuk menghabiskan uang pensiun atau tabungan untuk memenuhi keinginan belanja yang tidak selalu diperlukan, kadang-kadang karena kurangnya aktivitas atau perasaan kurang berharga.

Perilaku konsumtif menggambarkan dimana seseorang membeli suatu barang karena rasa ingin memiliki, bukan karena suatu kebutuhan yang harus dipenuhi, perilaku konsumtif menimbulkan pemborosan, perilaku konsumtif sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup dan hal ini dapat ditekan dengan kontrol diri untuk tidak berperilaku konsumtif.

Faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal mencakup harga diri dan motivasi diri, harga diri merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri, sedangkan motivasi diri berkaitan dengan dorongan internal untuk mencapai kepuasan pribadi.

Contoh faktor internal bisa berupa seseorang yang membeli barang mewah untuk meningkatkan harga diri atau mencapai kepuasan pribadi².

² Dian Chrisnawati, Sri Muliati Abdullah, "*Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja*, 5-7

Faktor eksternal melibatkan kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial, kelompok referensi, dan keluarga. Kebudayaan memengaruhi preferensi konsumsi seseorang, seperti pilihan makanan atau gaya hidup. Kelas sosial dan kelompok sosial dapat mempengaruhi konsumsi dengan menetapkan norma dan nilai tertentu. Contohnya, seseorang mungkin memilih merek tertentu karena itu dianggap prestisius oleh kelompok sosialnya. Berdasarkan data yang ada, masyarakat cenderung berbelanja sebanyak 4-5 kali dalam satu bulan.

Berdasarkan hasil observasi banyak remaja di Dusun Kalangan 2 yang berusia 18-28 Tahun dalam berbelanja serta mengaktifkan *Shopee Paylater* nya. Untuk data hasil wawancara, sementara ini ada 7 orang yang telah aktif menggunakan *Shopee Paylater*.

Beberapa terjadi karena adanya media sosial dan juga faktor dari lingkungan sekitar, hal ini menjadi pengaruh yang membuat mereka menjadi konsumtif, selain itu juga gaya hidup (*style*) menjadi acuan mereka untuk tidak mau kalah saing terhadap teman – teman yang lainnya, seperti pakaian yang bermerk, alat *make – up*, alat elektornik seperti *handphone* yang saat ini sedang trend yaitu merek *Apple*, membuat mereka merasa ingin terus berbelanja.

Perilaku konsumtif dapat terkait erat dengan penggunaan metode pembayaran digital. Kemudahan dalam menggunakan *digital payment* seringkali meningkatkan impulsivitas belanja dan memudahkan akses

terhadap berbagai produk atau layanan secara instan, yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

Perilaku konsumtif dapat terkait erat dengan *e-commerce* melalui faktor-faktor seperti kenyamanan, aksesibilitas, dan dorongan impulsif. Pembelian via *online* tentunya akan memudahkan konsumen memilih serta membeli barang yang sesuai dengan pendapatan mereka dengan sangat cepat tanpa perlu lagi keluar rumah bahkan mereka bisa melakukan pembelian pada saat bekerja³.

Mengenalinya kebiasaan berbelanja sangat kompleks seperti; pertama, cenderung bersifat *sophisticated* yang berarti memiliki wawasan luas terhadap teknologi yang sedang berkembang. Kedua, terbuka dengan hadirnya teknologi. Ketiga, merasa bebas atas apa yang diinginkan terhadap kebutuhan, dari kebiasaan tersebut.

Fenomena ini mencerminkan perubahan perilaku konsumtif, di mana generasi muda menggunakan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka. Adopsi *Digital Payment* telah menciptakan kemudahan dalam bertransaksi, namun juga meningkatkan impulsif belanja dan pembelian yang tidak terencana. Oleh karena itu, studi ini akan menggali lebih dalam dampak dari kebiasaan berbelanja *online* ini terhadap keuangan dan pola konsumsi masyarakat di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung.

Perubahan perilaku konsumtif, di mana generasi muda menggunakan teknologi digital untuk memenuhi kebutuhan belanja mereka. Oleh karena itu,

³ Sriyana, Sosiologi Pedesaan (Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022), 298.

studi ini akan menggali lebih dalam dampak dari kebiasaan berbelanja *online* ini terhadap keuangan dan pola konsumsi masyarakat di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung.

Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di Dusun Kalangan 2 pada tanggal 9 Desember 2023, untuk mendapatkan hasil yang valid, peneliti melakukan wawancara dengan kepala dusun dan masyarakat. Data yang diperoleh setelah wawancara menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan masyarakat di Dusun Kalangan 2 adalah 1.030 orang. Dalam wawancara tersebut, peneliti menanyakan kepada Kepala Dusun Kalangan 2, Bapak Sapta, mengenai keadaan ekonomi masyarakat. Peneliti juga menanyakan tentang dampak yang terlihat dari penggunaan pembayaran digital. Bapak Sapta menyampaikan bahwa dampaknya terlihat dari semakin meningkatnya pembelanjaan *online*.

Masyarakat cenderung lebih mudah tergiur dengan penawaran belanja *online* tanpa memikirkan dampaknya yang lebih luas. Ini juga berdampak pada hubungan sosial di desa, karena masyarakat lebih fokus pada kebutuhan sekunder dan kurang memperhatikan kebutuhan primer serta interaksi sosial yang lebih nyata⁴

Hal itu diungkapkan oleh Bobby Indrawan berusia 23 tahun yang peneliti menanyakan tentang apa dampak yang terlihat dari pengaruh *digital payment* “Proses pembayaran yang mudah dan cepat membuat saya cenderung lebih boros dalam pengeluaran harian”⁵

⁴ Wawancara dengan bapak sapta , kepala dusun kalangan 2, 09 desember 2024.

⁵ Wawancara dengan Bobby Indrawan , masyarakat desa kalangan 2, 09 desember 2024.

Hal itu diungkapkan oleh Merlin Oktarani berusia 28 tahun dengan pertanyaan yang sama beliau menyampaikan bahwa “Saya cenderung untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan dengan matang atau merencanakannya terlebih dahulu. Saya sering kali tergoda untuk membeli barang-barang lucu atau pakaian tanpa memikirkan kebutuhan yang sebenarnya.”⁶

Hasil wawancara kepada 3 orang masyarakat Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung didapatkan bahwa mereka sering berbelanja secara *online* karena kemudahan dari berbelanja *online* dan fitur pembayaran *shopee paylater* yang membuat berbelanja *online* menjadi candu sehingga mereka tergolong mempunyai perilaku konsumtif.

Masyarakat desa ini cenderung mengejar gaya hidup konsumtif dengan fokus pada kebutuhan sekunder seperti pakaian modis, *skincare*, namun terkadang mengabaikan kebutuhan primer seperti pendidikan dan kesehatan, terlihat dari beberapa contoh seperti membeli baju bagus tetapi putus sekolah, membeli makanan, bahkan hingga menghadapi risiko sakit tanpa pembayaran BPJS.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, penulis merasa tertarik untuk mengkaji “Dampak *Digital Payment* Pada Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran”.

⁶ Wawancara dengan Merlin Oktarani , masyarakat desa kalangan 2, 09 desember 2024.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini Bagaimana Dampak *Digital Payment* Pada Perilaku Konsumtif Masyarakat di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung, Kabupaten Pesawaran?

C. Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui Dan Menganalisis Dampak *Digital Payment* Pada Perilaku Konsumtif Masyarakat di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam mendukung pengembangan teori perilaku konsumen dengan memberikan wawasan baru mengenai pengaruh *digital payment* pada masyarakat.
- b. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan kebijakan ekonomi dan pendidikan yang lebih sesuai dengan realitas digital saat ini, membantu pemerintah dalam menciptakan lingkungan yang sehat bagi konsumsi masyarakat.

2. Manfaat praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan masyarakat luas terutama setiap orang yang ingin memperdalam ilmu mengenai *digital payment*, dan perilaku konsumtif.

Selain itu, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yaitu mampu menjadikan sebagai konsumen yang lebih melakukan selektif dalam aktivitas pembelian, dimana mampu membedakan mana yang benar-benar menjadi kebutuhan dan mana yang menjadi keinginan semata, sehingga mampu menentukan mana yang lebih penting untuk didahulukan.

E. Penelitian Relevan

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan bagi penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari hasil kajian pustaka, penulis menemukan beberapa penelitian yang berhubungan dengan penggunaan *digital payment*, dan perilaku konsumtif.

Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis.

1. Skripsi Devia Calisa “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)”.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat ukur skala likert. Teknik analisis menggunakan regresi linear sederhana dengan SPSS 25.0, Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *E-Commerce* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumen⁷.

⁷ Devia Calisa, “Pengaruh *E-Commerce* Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Terhadap Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh)

Penelitian ini memperlihatkan perbandingan yang mendalam antara dua studi, dengan persamaan dalam fokus pada *E-Commerce*. Namun, perbedaannya terletak pada lokasi peneliti, objek penelitian, dan metode penelitian yang digunakan. Penelitian sebelumnya telah menyelidiki *E-Commerce* tetapi mungkin dengan pendekatan yang berbeda.

Dalam penelitian ini, perhatian diberikan pada pengaruh *E-Commerce* terhadap perilaku konsumen. Ini menunjukkan peningkatan relevansi penelitian terhadap konteks sosial dan budaya yang spesifik.

Penelitian ini mengambil langkah lebih maju dengan mempertimbangkan dampak perilaku *digital payment* dan *E-Commerce* terhadap masyarakat. Melihat perilaku konsumtif masyarakat sangat penting mengingat peran besar mereka dalam ekonomi digital masa kini. Dengan memahami bagaimana *digital payment* memengaruhi cara masyarakat berbelanja dan menghabiskan uang, penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang *trend* konsumsi masa depan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif tentang bagaimana *digital payment* mempengaruhi perilaku konsumsi, baik dalam konteks masyarakat Islam. Implikasi dari hasil penelitian ini dapat memberikan panduan untuk pengembangan kebijakan ekonomi dan pemasaran yang lebih cerdas, mencerminkan realitas pasar yang terus berubah dan digitalisasi yang terus berkembang.

2. Skripsi Dwi Lestari “ Pengaruh *E-Commerce* dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi *Online Shop*”

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data melalui kuisisioner yang disebarakan pada masyarakat Magetan pengguna aplikasi *online shop*⁸.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *e-commerce* tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, akan tetapi secara bersama-sama *e-commerce* dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian ini memperlihatkan perbandingan yang mendalam antara hasil riset terdahulu dan penelitian saat ini.

Penelitian sebelumnya memfokuskan diri pada pengaruh *E-Commerce*, penelitian ini mengambil pendekatan yang lebih luas dengan mempertimbangkan pengaruh *e-commerce* terhadap perilaku konsumtif masyarakat Magetan. Perbedaan signifikan juga terdapat pada lokasi peneliti dan objek penelitian, yang dapat memberikan wawasan yang berharga mengenai variasi perilaku konsumtif dalam konteks geografis yang berbeda. Metode penelitian yang berbeda juga digunakan, menunjukkan keragaman dalam pendekatan ilmiah untuk mengungkapkan fenomena sosial ini.

Pentingnya penelitian ini terletak pada pemahaman mendalam terhadap sejauh mana mempengaruhi perilaku konsumtif, terutama pada masyarakat. Generasi ini telah tumbuh dengan teknologi digital dan memiliki kecenderungan yang berbeda dalam hal berbelanja dan

⁸ Dwi Lestari, Pengaruh E-Commerce dan Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Magetan Pengguna Aplikasi Online Shop, (Skripsi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, (2021), 12.

menghabiskan uang secara *online*. Dengan melibatkan dua objek penelitian yang berbeda, yaitu *digital payment* penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang holistik mengenai kompleksitas perilaku konsumtif di era *digital*.

3. Skripsi Riska “ Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif FEBI IAIN ParePare”

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan alat ukur skala likert. Teknik analisis menggunakan regresi linear sederhana dengan SPSS 25.0, di peroleh dari observasi ke tempat penelitian, dan penyebaran angket kepada responden. Sedangkan sumber data sekunder peneliti peroleh dari buku-buku, jurnal, dan internet.

Metode pengumpulan data peneliti menggunakan dengan cara penyebaran angket, dan observasi. Dan teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah teknik *purposive sampling*.

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada perilaku konsumtif. Namun, perbedaan utamanya terletak pada peneliti sebelumnya, yang berbeda dalam hal lokasi penelitian dan objek penelitian.

Penelitian ini memusatkan perhatian pada perilaku konsumtif, dengan fokus khusus pada dampak perilaku *Digital Payment* terhadap masyarakat. Penelitian ini merupakan langkah maju dalam memahami perilaku konsumtif dalam era digital. Dengan membandingkan dampak

antara *Digital Payment* penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan wawasan mendalam tentang preferensi konsumsi, kebiasaan belanja⁹.

⁹ Riska, Pengaruh Digital Payment Terhadap Perilaku Konsumtif FEBI IAIN ParePare (2022), 12.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumen dalam membeli suatu barang tidak lagi hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan semata, melainkan untuk memenuhi keinginan atau kesenangan. Adanya keinginan ini sering kali mengakibatkan seseorang untuk membeli barang yang sebetulnya tidak diperlukan dan ujungnya cenderung berperilaku konsumtif. Konsumtif berasal dari bahasa Inggris *consumptive* yang berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu berperilaku boros untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan¹.

Dalam artian luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah. Singkatnya konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang dan jasa yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.²

¹ Elly Anggraeni dan Khasan Setiaji, "Pengaruh Media Sosial Dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa," *Economic Education Analysis Journal* 7, no. 1 (2018): 175.

² Rintho Rante Rerung, *E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) 18-19

Dalam Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan dan mewah tanpa kebutuhan yang jelas dapat dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai ajaran agama. Islam mendorong umatnya untuk hidup sederhana, berbagi dengan sesama, dan menghindari pemborosan. Perilaku konsumtif yang merugikan diri sendiri atau orang lain bisa dianggap tidak sejalan dengan prinsip-prinsip keadilan dan keseimbangan dalam Islam.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Beberapa poin indikator perilaku konsumtif melibatkan³:

a. Pembelian *Impulsif*

Keputusan membeli yang tiba-tiba tanpa pertimbangan yang matang.

b. Utang Berlebihan

Penggunaan kartu kredit secara berlebihan dan akumulasi utang yang sulit diatasi.

c. *Trend-Focused*

Kecenderungan mengikuti tren konsumsi tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau nilai sebenarnya.

d. Kurangnya Perencanaan Keuangan

Ketidakmampuan untuk merencanakan dan mengelola keuangan secara efektif.

e. Ketergantungan pada Diskon dan Penawaran

Selalu mencari diskon atau penawaran tanpa mempertimbangkan kebutuhan sebenarnya.

³ Erich From, *Perilaku Konsumtif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2019), 88

f. Kurangnya Kesadaran Finansial

Tidak memahami konsekuensi jangka panjang dari keputusan konsumsi.

3. Faktor-Faktor Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak muncul dengan sendirinya, tetapi adanya beberapa faktor yang menyebabkan individu memiliki perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Engel dalam Chrisnawati dalam buku Monks, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif antara lain⁴:

a. Faktor internal, terdiri atas:

1) Proses Belajar dan Pengalaman

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

2) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu.

⁴ Monks, dkk, *Remaja dan Perilaku Konsumtif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2010), 234

3) Keadaan ekonomi.

Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.

4) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, terlebih dengan munculnya platform belanja online hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif⁵.

5) Sikap

Sikap merupakan pengaruh bagi perilaku-perilaku sosial. Sikap memiliki 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang diperoleh seseorang dari belajar.

b. Faktor eksternal terdiri atas:

1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil.

⁵ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Rita Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, 1st ed. (Penerbit NEM, 2021).

Budaya memiliki pengaruh yang mendalam. Hal ini disebabkan karena budaya bertindak sebagai penentu keinginan dan perilaku yang mendasar. Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya.

Budaya juga merupakan kualitas, renungan, dan citra yang mempengaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan kecenderungan individu dan masyarakat. budaya sebagai perilaku yang membawa dirinya dari masa ke masa melakukan pembelian mengikuti perkembangan yang terjadi yang membentuk sikap dan perilaku seseorang di dalam hidupnya sebagai anggota masyarakat⁶.

2) Faktor kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa. Secara singkat kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan individu, ada tingkat keuangan yang tinggi dan ada tingkat keuangan yang rendah.

⁶ Rinto Rante Rerung, *E-Commerce*, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, (Yogyakarta: Deepublish, 2018) 18-19

3) Faktor keluarga

Keluarga yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan:⁷

a) Hadirnya Iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempersuasi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan mengajak masyarakat untuk melakukan suatu tindakan memakai produk yang tidak habis.

b) Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Konformitas yang jelas terlihat pada remaja putri adalah konformitas pada mode, seperti dalam hal berpakaian, berdandan, dan gaya potong rambut.

c) Gaya Hidup

Perilaku konsumtif muncul disebabkan karna gaya hidup budaya barat. Hadirnya pusat-pusat perbelanjaan yang

⁷ Muhammad Abdul Azis, "Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Pabelan Magelang Jawa Tengah," (Skripsi, Yogyakarta, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta 2017), <https://digili.uin-suka.ac.id/id/eprint/24827/>

menyajikan segala nama merk terkenal yang berasal dari luar negeri, untuk segala pakaian dan barang mewah membuat seseorang lebih tertarik untuk berbelanja. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang. Dengan adanya platform *E-Commerce*, perilaku konsumtif tersebut tidak terhindarkan.

d) Penggunaan Kartu Kredit

Penggunaan kartu kredit juga mempengaruhi seseorang untuk menjadi konsumtif. Hal tersebut disebabkan kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya, Sistem *Digital Payment* mengalami perkembangan, selain kartu kredit kini muncul berbagai aplikasi *Digital Payment* seperti Dana, Ovo, *Shopee paylater*, dan aplikasi lainnya yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif⁸.

B. *Digital Payment*

1. Pengertian *Digital Payment*

Dompot *digital* (*digital wallet*) merupakan teknologi yang memberikan pandangan baru bagi masyarakat tentang pembayaran non tunai yang jauh lebih praktis dan aman dalam bertransaksi. *Digital payment* atau lebih dikenal dengan sebutan dompet *digital* memiliki dua

⁸ Delfia Wulandari, Prima Aulia, "Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Generasi Z Di Kota Padang," *Jurnal Riset Psikologi* 5, no. 2 (2022): 178–86.

bentuk dasar berupa jaringan komputer dan sistem *digital*. Pembayaran *digital* merupakan cara pembayaran yang dilakukan melalui mode digital.

Digital payment atau sering disebut juga dengan pembayaran *digital* adalah pembayaran yang dilakukan secara elektronik, dimana dalam pembayaran secara *elektronik* tersebut uang disimpan, diproses, dan diterima dalam bentuk informasi digital dan proses pemindahannya di inisialisasi melalui alat pembayaran *elektronik*.

2. Indikator *Digital Payment*

Indikator *digital payment* menurut Michael Agustio Gosal dan Nanik Linawati dalam buku Alam S yaitu⁹:

a. Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi.

Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan sistem yang baru bekerja lebih mudah dibandingkan orang yang menggunakan sistem yang lama. Pengguna mempercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan, Kemudahan yang diberikan

⁹ Alam S, *Ekonomi Makro* (Jakarta: Agro Media, 2016), 164

layanan *digital payment* berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran digital berbasis kode (QR) atau nomor unik.

b. Persepsi Manfaat

Konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan tabungan mereka atau meningkatkan efisiensi dalam cara mereka melakukan berbagai transaksi, Semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan *mobile payment*. Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap intentitas penggunaan layanan *mobile payment*.

c. Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan menggunakan *digital payment*. Semakin tinggi tingkat kredibilitas dari suatu teknologi maka akan meningkatkan intentitas penggunaan layanan *digital payment*.

d. Pengaruh Sosial

Social Influence menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan *mobile payment*.

e. Intensitas penggunaan

Intensitas penggunaan *mobile payment* akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya¹⁰.

3. Kriteria *Digital Payment*

Sebagai instrumen pembayaran, dompet *digital* memiliki beberapa kriteria sebagai berikut:

Diterbitkan atas dasar nilai uang yang disetor terlebih dahulu oleh pemegang kepada penerbit.

- a. Nilai uang disimpan secara elektronik dalam suatu media seperti server atau chip.
- b. Digunakan sebagai alat pembayaran kepada pedagang.
- c. Penerbit uang elektronik tersebut.
- d. Nilai uang elektronik yang disetor oleh pemegang dan dikelola oleh penerbit bukan merupakan simpanan sebagaimana dimaksud dalam undang-undang yang mengatur mengenai perbankan.

¹⁰ Dian Dinata Houston, "Adopsi Penerimaan Digital Payment Pada Kalangan Milenial," *Jurnal Medium*, vol 7 No. 2 (2019) Fakultas Ilmu Komunikasi Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi LSPR, 58.

4. Hubungan Antara *Digital Payment* Dengan Perilaku Konsumtif

a. Kemudahan dan Kecepatan Transaksi

Digital payment memberikan kenyamanan dan kecepatan dalam bertransaksi, meminimalkan hambatan yang mungkin dihadapi dalam pembayaran konvensional.

Kemudahan ini dapat memicu perilaku konsumtif karena seseorang lebih cenderung untuk membuat keputusan pembelian tanpa proses yang panjang.

b. Pembelian Impulsif

Ketersediaan opsi pembayaran *digital* secara instan dapat merangsang pembelian impulsif karena konsumen dapat dengan mudah mengeksekusi pembelian tanpa pertimbangan yang mendalam. Penawaran dan promosi *online* juga dapat memperkuat perilaku impulsif.

c. Pemisahan dari Uang Tunai

Penggunaan *digital payment* mengurangi keterlibatan langsung dengan uang tunai, membuatnya lebih abstrak dan kurang terlihat.

d. Persepsi Diskon dan Promo

Banyak *platform digital payment* menawarkan diskon, *cashback*, atau promo khusus bagi pengguna mereka.

Persepsi mendapatkan kesepakatan yang baik dapat mendorong seseorang untuk lebih sering berbelanja atau membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan.

e. Mudahnya Akses Kredit

Beberapa layanan digital payment menawarkan opsi kredit atau cicilan, memberikan akses lebih mudah ke uang pinjaman.

Hal ini dapat mendorong pengeluaran yang melebihi kemampuan finansial, karena konsumen mungkin lebih cenderung untuk membeli dengan pemikiran bahwa mereka dapat membayar nanti¹¹.

¹¹ Laila Meiliyandrie Indah Wardani, Rita Anggadita, *Konsep Diri Dan Konformitas Pada Perilaku Konsumtif Remaja*, 1st ed. (Penerbit NEM, 2021).

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan atau yang biasa dikenal dengan (*field research*). Penelitian lapangan adalah peneliti berangkat ke 'lapangan' untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena (fenomena) dalam suatu keadaan alamiah¹

Penulis menggunakan penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Dan yang menjadi objek penelitian ini yaitu untuk mengetahui Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yaitu menganalisis dan menyajikan data Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran.

¹ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Cet ke-34, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), 186.

B. Sumber Data

1. Sumber Data Primer

Data utama dalam penelitian ini diambil langsung dari masyarakat Desa Kalangan 2 Rejo Agung Kabupaten Pesawaran.

Sumber data primer dalam penelitian ini berupa data-data yang diperoleh di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran. Penentuan informan peneliti menggunakan Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Simple Random Sampling* (pengambilan secara sederhana). Populasi pengguna aktif yang menggunakan *digital payment* dengan memiliki akun *Shopee* terdiri dari 60 orang. Dalam banyak kasus, tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, perlu membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel²

Dalam penelitian narasumber yang diambil adalah populasi berjumlah 7 orang yaitu Kepala Dusun Kalangan2 dan 6 masyarakat lainnya.

2. Sumber Data Sekunder

Adapun yang menjadi acuan data sekunder dalam penelitian adalah buku jurnal, artikel, sumber-sumber tertulis lainnya atau data yang berkaitan dengan Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif Di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran.

² Nasution, M.A., *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 143.

Adapun rujukan yang menjadi acuan peneliti diantaranya sebagai berikut: Buku Sumartono Dan Dalam Buku Perilaku Konsumtif dll.

C. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Wawancara (*Interview*) dan Dokumentasi

1. Wawancara

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur dimana dalam hal ini peneliti hanya mengajukan pertanyaan-pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan yang telah dipersiapkan³.

Narasumber diberikan kebebasan dalam memberikan jawaban atau informasi terkait penelitian ini. Adapun pihak yang di wawancarai berjumlah 7 orang yaitu bapak Kepala Dusun 1 dan masyarakat Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung berjumlah 6 orang.

2. Dokumentasi

Salah satu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar, foto-foto berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

³ Nasution, M.A., *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012), 144

Metode dokumentasi ini peneliti dapat melihat secara langsung tentang kejadian berupa hal yang sedang diteliti tanpa informasi dari narasumber.kumentasi

D. Teknik Penjamin Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data merupakan tahap penting dalam penelitian, analisis data, dan pengambilan keputusan yang berbasis data. Teknik untuk memeriksa keabsahan data yaitu triangulasi. Triangulasi merupakan teknik yang digunakan untuk menjamin keabsahan data dalam penelitian kualitatif dengan cara membandingkan wawancara atau observasi dengan objek penelitian.⁴

Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti dicapai dengan menggunakan banyak orang untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Alasan peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi yaitu data yang dinyatakan valid melalui triangulasi akan memberikan keyakinan terhadap peneliti tentang keabsahan datanya, sehingga tidak ragu dalam pengambilan kesimpulan terhadap penelitian yang dilakukan.

E. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data melalui tiga tahap, yakni data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/Verification*, berikut penjelasannya⁵:"

⁴ Muhammad Subhan Iswahyudi, *Buku Ajar Metodologi Penelitian*(Jambi : PT Sonpedia, 2023), 106 - 109

⁵ Nasution,M.A., *Metode Research*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012),147

1. Reduksi Data

Penelitian ini menggunakan reduksi data untuk menyederhanakan kompleksitas informasi, memudahkan analisis, dan fokus pada aspek-aspek yang paling relevan dan signifikan. Reduksi data membantu dalam mengatasi tantangan penanganan volume data yang besar, mempercepat proses analisis, dan memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi inti dari dataset dengan lebih efisien.

2. Penyajian Data

Peneliti memberikan kemudahan kepada setiap peneliti dengan cara menyajikan data secara utuh, setelah itu mengkategorisasikan data yang telah terkumpul dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sejenisnya agar mudah dipahami dalam menganalisis.

3. Penarikan Kesimpulan.

Kesimpulan awal yang dikemukakan oleh peneliti masih bersifat sementara dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat dan mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya, tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung .

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Desa Rejo Agung

Desa Rejo Agung adalah sebuah desa yang berada di salah satu Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran. Asal mula pemberian nama desa ini bermula dari musyawarah yang dilakukan oleh masyarakat. Dari musyawarah tersebut di ambil bahwa desa ini diberi nama Desa Rejo Agung yang diambil dari pemekaran. Desa Rejo Agung yang berarti tanah agung yang menjunjung tinggi nilai hukum, beragam adat istiadat dan budayanya.

Desa Rejo Agung merupakan salah satu dari 16 desa yang memiliki 7 dusun dan berada di wilayah Kecamatan Tegineneng. Desa Rejo Agung terkenal dengan hasil pertaniannya seperti padi, singkong dan jagung.

Hasil pertaniannya inilah yang menjadi sumber utama pekerjaan dan penghasilan masyarakat di Desa ini karena masyarakat yang mayoritasnya adalah sebagai seorang petani¹.

Sejarah Pemerintahan Kepala Desa Rejo Agung Dari Masa Ke Masa

Visi Misi

Visi : Dengan Membangun Desa Berbekal Disiplin, Jujur, Transparan,
Demi Mencapai Kemajuan, Kesejahteraan Dan Keamanan Bersama.

¹ Data Monografi, Desa Rejo Agung, Tahun 2024

Misi :

- a. Dengan kebersamaan memperkuat kelembagaan desa yang ada.
- b. Meningkatkan SDM melalui pendidikan formal maupun informal
- c. Menyelenggarakan Pemerintahan Dan Melaksanakan Pembangunan Yang Partisipatif
- d. Mewujudkan Desa Rejo Agung yang aman, tentram, damai, sejahtera dan bermartabat.
- e. Memberdayakan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi masyarakat Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung mengenai Dampak *digital payment* terhadap perilaku konsumtif:

1. Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Dampak *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. kemudahan bertransaksi, promosi, dan opsi pembayaran instan memicu pembelian impulsif, sementara persepsi diskon dan promo khusus juga mempengaruhi keputusan pembelian. Terlebih lagi, akses mudah ke kredit melalui layanan *digital payment* meningkatkan kemungkinan akumulasi utang yang berlebihan

Peneliti merangkum sebuah pertanyaan untuk menjadi acuan pertanyaan wawancara sekaligus untuk menjawab pertanyaan pada pertanyaan pada penelitian ini tentang apa dampak dari *digital payment*

terhadap perilaku konsumtif dengan Bapak Sapta selaku kadus, beliau mengatakan :

"Dampaknya terlihat dari makin meningkatnya pembelanjaan online. Masyarakat cenderung lebih mudah tergiur dengan penawaran belanja *online* tanpa memikirkan dampaknya yang lebih luas. Ini juga berdampak pada hubungan sosial di desa, karena masyarakat lebih fokus pada kebutuhan sekunder dan kurang memperhatikan kebutuhan primer serta interaksi sosial yang lebih nyata²."

Selain hal yang disebutkan peneliti juga melakukan wawancara kepada Juwita Salsabila yang berusia 18 tahun³.

"Menurut pengalaman saya, penggunaan *digital payment* dan *e-commerce* telah memberikan dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif saya. Saya sering merasa tertarik untuk membeli barang tanpa pertimbangan yang matang karena terpengaruh oleh konten di platform seperti TikTok atau *Shopee*, bahkan oleh *influencer* yang saya idolakan. Selain itu, saya juga mengalami akumulasi utang yang berlebihan karena menggunakan fitur seperti *Shopee Pay Later*"

Hal itu diungkapkan dari Paras Ananda berusia 20 tahun

"Saya sering kali melakukan pembelian tanpa pertimbangan matang, terkadang mengelola utang yang terakumulasi, dan terpengaruh oleh penawaran khusus serta trend terbaru"⁴

Hal itu diungkapkan juga oleh Bobby Indrawan berusia 23 tahun

"Berdasarkan pengalaman saya, penggunaan *digital payment* membuat saya cenderung belanja secara impulsif tanpa perencanaan matang, terutama setelah memiliki anak. Saya sering membeli barang-barang lucu atau pakaian tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu. Meskipun saya merasa tertekan untuk mengikuti trend, jiwa saya selalu ingin memenuhi keinginan saya. Saya juga tidak memiliki perencanaan pengeluaran keuangan yang jelas, sehingga seringkali belanja berdasarkan keinginan daripada kebutuhan"⁵

² Wawancara dengan Bapak Sapta, kadus desa kalangan 2, 09 maret 2024.

³ Wawancara dengan Juwita, masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

⁴ Wawancara dengan Paras Ananda, masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

⁵ Wawancara dengan Bobby Indrawan, masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

Hal itu diungkapkan Merlin Oktarani berusia 28 tahun

“Saya seringkali tergoda untuk membeli barang tanpa berpikir panjang, terutama ketika terpengaruh oleh promosi dari selebgram atau idola saya, atau karena pengaruh dari teman. Saya juga merasa tertekan untuk mengikuti trend terbaru, meskipun terkadang hal itu membuat saya merasa gengsi jika tidak ikut trend. Dalam mengelola keuangan, saya cenderung tidak memiliki rencana yang terstruktur. Saya seringkali melakukan pengeluaran tanpa rencana yang matang”⁶

Hal itu juga diungkapkan oleh Dewi Ayuni berusia 24 tahun

“Penggunaan *digital payment* telah mempengaruhi perilaku konsumtif saya dengan meningkatkan kemudahan dan frekuensi pembelian tanpa pertimbangan yang matang. Selain itu, adanya tekanan sosial untuk mengikuti trend juga memperkuat perilaku konsumtif tersebut. Meskipun ada manfaat seperti kemudahan dan kecepatan dalam pembayaran, namun saya perlu lebih bijak dalam mengelola keuangan dan mempertimbangkan konsekuensi finansial jangka panjang dari setiap pembelian”⁷

Hal itu diungkapkan juga oleh Elsa Triana berusia 22 tahun

“Dari hal yang biasa saya pengaruh social media membuat saya cenderung belanja tanpa perencanaan matang, Saya sering membeli barang-barang lucu atau pakaian tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu. Meskipun saya merasa tertekan untuk mengikuti tren, jiwa saya selalu ingin memenuhi keinginan saya. Saya juga tidak memiliki perencanaan pengeluaran keuangan yang jelas, sehingga seringkali belanja berdasarkan keinginan daripada kebutuhan”⁸

Berdasarkan hasil wawancara dengan 7 narasumber mereka mengatakan bahwa penggunaan *digital payment* memiliki dampak terhadap perilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari kecenderungan untuk belanja secara impulsif yang disebut juga orang yang tanpa pertimbangan

⁶ Wawancara dengan Merlin Oktariani , masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

⁷ Wawancara Dewi Ayuni, masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

⁸ Wawancara dengan Elsa , masyarakat desa kalangan 2, 09 maret 2024.

matang, akumulasi utang yang berlebihan, serta tekanan sosial untuk mengikuti trend terbaru.

Hasil wawancara dengan berbagai narasumber dari berbagai kelompok usia, dapat ditarik kesimpulan bahwa *digital payment* memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Beberapa pola perilaku yang umum ditemukan termasuk pembelian impulsif, pengelolaan utang yang tidak terkontrol, serta pengaruh besar dari media sosial dan tren terbaru dalam membuat keputusan belanja.

Pertama, kemudahan dalam bertransaksi digital seperti pembayaran instan dan opsi cicilan membuat orang lebih cenderung untuk membeli barang tanpa pertimbangan matang. Hal ini tercermin dari pengakuan responden yang sering kali merasa tergoda oleh promosi, diskon, dan penawaran khusus yang ditawarkan melalui *platform digital*. Mereka juga mengungkapkan bahwa penggunaan fitur seperti '*Pay Later*' atau cicilan mudah melalui aplikasi belanja dapat memicu akumulasi utang yang berlebihan.

Kedua, media sosial memainkan peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Influencer dan konten promosi di platform seperti TikTok, Instagram, seperti Shopee sering kali menjadi pemicu utama bagi pembelian impulsif. Responden menunjukkan bahwa mereka sering kali merasa tertarik untuk mengikuti tren terbaru atau memenuhi keinginan yang dipicu oleh teman atau selebriti yang mereka idolakan.

Ketiga, penggunaan *digital payment* juga memberikan tekanan sosial tersendiri dalam komunitas, di mana ada kebutuhan untuk selalu terlihat update dengan tren terbaru. Hal ini bisa menyebabkan stres finansial dan ketidakstabilan dalam pengelolaan keuangan pribadi, karena lebih banyak fokus pada keinginan daripada kebutuhan yang sebenarnya.

Kesimpulannya, sementara *digital payment* membawa kemudahan dalam berbelanja, terdapat dampak negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif individu. Penting bagi masyarakat untuk meningkatkan literasi keuangan dan kesadaran akan pengaruh dari media sosial serta tren pasar agar dapat mengelola keuangan secara lebih bijak dan menghindari akumulasi utang yang berlebihan.

C. Pembahasan

1. Dampak *Digital Payment* Terhadap Perilaku Konsumtif.

Pada hasil deskripsi peneliti menguraikan dampak *digital payment* pada perilaku konsumtif berdasarkan hasil wawancara indikator-indikator seperti kemudahan penggunaan, manfaat, kredibilitas, dan pengaruh sosial sangat relevan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif. Kemudahan dalam bertransaksi, promosi menarik, dan opsi pembayaran instan mendorong pembelian impulsif. Diskon dan promo khusus juga mempengaruhi keputusan pembelian. Akses mudah ke kredit melalui *digital payment* meningkatkan risiko akumulasi utang yang berlebihan. Dengan demikian, hasil wawancara memperkuat pemahaman tentang

kontribusi *digital payment* terhadap perilaku konsumtif sesuai dengan kerangka teoretis yang diidentifikasi dalam literatur.

1) Persepsi Kemudahan Penggunaan

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi informasi mudah untuk dipahami. Persepsi kemudahan penggunaan akan mengurangi usaha baik waktu dan tenaga seseorang dalam mempelajari teknologi informasi.

Perbandingan kemudahan tersebut memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan sistem yang baru bekerja lebih mudah dibandingkan orang yang menggunakan sistem yang lama. Pengguna memercayai bahwa teknologi informasi yang lebih fleksibel, mudah dipahami, dan mudah pengoperasiannya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan. Kemudahan yang diberikan layanan *digital payment* berupa kemudahan untuk dipelajari dan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Misalnya pembayaran digital berbasis kode (QR) atau nomor unik.

2) Persepsi Manfaat

Konsumen dapat menggunakan *digital payment* setelah mereka percaya bahwa menggunakan sistem seperti ini dapat meningkatkan tabungan mereka atau meningkatkan efisiensi dalam cara mereka melakukan berbagai transaksi. Semakin besar manfaat yang diberikan maka semakin besar pula keinginan konsumen

membelanjakan produk atau jasa dengan menggunakan *mobile payment*.

Beberapa penelitian sebelumnya membuktikan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap intentitas penggunaan layanan *mobile payment*.

3) Persepsi Kredibilitas

Persepsi kredibilitas didefinisikan sebagai penilaian konsumen terhadap masalah privasi dan keamanan menggunakan *digital payment*. Semakin tinggi tingkat kredibilitas dari suatu teknologi maka akan meningkatkan intentitas penggunaan layanan *digital payment*.

4) *Social Influence* menunjukkan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh cara mempercayai orang lain sebagai akibat dari penggunaan *mobile payment*.

5) Intensitas penggunaan

Intentias penggunaan *mobile payment* akibat faktor manfaat, kemudahan, kredibilitas, dan pengaruh sosial, mendorong seseorang untuk semakin sering menggunakan layanan *mobile payment* guna mempermudah seseorang dalam bertransaksi dan mendorong seseorang untuk lebih banyak menggunakan uangnya

Berdasarkan kesimpulan hasil wawancara mengonfirmasi relevansi indikator-indikator yang diidentifikasi dalam literatur dengan dampak *digital payment* terhadap perilaku konsumtif.

penggunaan *digital payment* memiliki dampak signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen. Terdapat beberapa faktor utama yang mempengaruhi perilaku ini, yaitu kemudahan penggunaan, persepsi manfaat, kredibilitas, dan pengaruh sosial.

Penggunaan *digital payment* dirasakan sangat mudah dan fleksibel oleh konsumen. Teknologi ini mengurangi usaha, baik dari segi waktu maupun tenaga, dalam melakukan transaksi. Contohnya, pembayaran digital berbasis kode QR atau nomor unik yang memudahkan transaksi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa sistem baru ini lebih mudah digunakan dibandingkan dengan sistem lama, meningkatkan kenyamanan pengguna dalam bertransaksi.

Konsumen cenderung menggunakan digital payment karena mereka merasakan manfaat yang signifikan, seperti peningkatan efisiensi dan tabungan. Semakin besar manfaat yang dirasakan, semakin besar pula keinginan konsumen untuk membelanjakan produk atau jasa menggunakan *digital payment*. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa persepsi manfaat memiliki pengaruh positif terhadap intensitas penggunaan layanan digital payment.

Kredibilitas, yang mencakup penilaian terhadap privasi dan keamanan, menjadi faktor penting dalam penggunaan digital payment. Semakin tinggi kredibilitas teknologi ini, semakin tinggi pula intensitas penggunaannya oleh konsumen. Kepercayaan

konsumen terhadap keamanan dan privasi digital payment mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan layanan ini.

Pengaruh sosial juga memainkan peran penting dalam perilaku konsumtif. Cara orang lain memandang dan menggunakan digital payment dapat mempengaruhi individu untuk ikut serta dalam penggunaan teknologi ini. Pengaruh dari lingkungan sosial dapat meningkatkan kepercayaan dan keinginan seseorang untuk menggunakan digital payment.

Faktor-faktor seperti kemudahan, manfaat, kredibilitas, dan pengaruh sosial mendorong peningkatan intensitas penggunaan digital payment. Semakin sering seseorang menggunakan layanan ini, semakin besar kecenderungan mereka untuk melakukan pembelian impulsif dan menggunakan uang lebih banyak. Promosi menarik, diskon, dan opsi pembayaran instan juga berkontribusi pada perilaku konsumtif ini.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa digital payment berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif konsumen. Hal ini sesuai dengan kerangka teoretis yang diidentifikasi dalam literatur, dimana kemudahan penggunaan, manfaat, kredibilitas, dan pengaruh sosial menjadi indikator utama yang mendorong perilaku konsumtif melalui penggunaan digital payment.⁹

⁹ Hasil Wawancara dengan masyarakat kalangan 2,09 maret 2024

Dengan demikian, hasil wawancara tersebut memperkuat pemahaman tentang bagaimana *digital payment* berkontribusi pada perilaku konsumtif, sesuai dengan kerangka teoretis yang telah diidentifikasi.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dari seluruh data yang dikumpulkan, dapat disimpulkan bahwa Penggunaan *Digital Payment* telah mengubah perilaku konsumtif masyarakat Dusun Kalangan 2.

Dampak *digital payment* terhadap perilaku konsumtif. kemudahan bertransaksi, promosi, dan opsi pembayaran instan memicu pembelian impulsif, sementara persepsi diskon dan promo khusus juga mempengaruhi keputusan pembelian. Terlebih lagi, akses mudah ke kredit melalui layanan *digital payment* meningkatkan kemungkinan akumulasi utang yang berlebihan. Mayoritas narasumber cenderung berbelanja secara *online* tanpa pertimbangan matang, dipicu oleh kemudahan akses dan penawaran khusus, dengan dampak kurangnya kesadaran akan dampak negatifnya. Dari hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa pembayaran *digital payment* telah membawa perubahan dalam perilaku konsumtif masyarakat Dusun Kalangan 2.

Perilaku konsumtif pertama, gaya hidup dan gengsi memainkan peran penting, dengan banyak orang lebih memprioritaskan kebutuhan sekunder untuk memenuhi ekspektasi sosial dan mengikuti *trend* terbaru. Kedua, kurangnya kontrol terhadap perkembangan teknologi, terutama dalam belanja *online*, membuat banyak orang cenderung berbelanja impulsif tanpa memperhitungkan dampak finansial jangka panjangnya.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian, untuk mengatasi masalah konsumtif berlebihan di Dusun Kalangan 2, diperlukan peningkatan kesadaran akan risiko, manajemen keuangan yang lebih baik, pengawasan penggunaan teknologi, dukungan komunitas yang kuat, kolaborasi melalui media sosial, serta penelitian lanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Awanda Anjani,, “Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung Di Kspps Sembawa kec.purwokerto, (Skripsi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam purwokerro, 2021
- Catharina Vista Okta Frida, *Manajemen Perbankan* ,Yogyakarta: Garudhawaca, 2020
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta:Andi Ofset, 2020
- Hendri Chandra, *Marketing Untuk Orang Awam*,Palembang:Maxicom,2021
- Konsep dan Implementasi di Puskopsyah D.I.Yogyakarta. Jurnal Perisai, 1-20.
- Hening Widi Oetomo, E-Commerce Aplikasi PHP dan MySQL pada Bidang Manajemen: Program Studi S-1 Manajemen Tahun Ajaran 2019/2020, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020),23
- Huda H, *Baitul Mal wa Tamwil*. Jakarta: Amzah,2021
- Jans Willianto, “Efektivitas Program Daerah Pemberdayaan Masyarakat (PDPM),” Universitas Tadulako Vol. 06 Oktober 2020
- Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo,2014
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2018
- Larasati, Pengaruh Kompetensi Karyawan Frontliner Terhadap Efektivitas Pelayanan Pada Bank BTN Tbk Cabang Palembang. Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan,2013
- Mulyadi, Konsep Shoul Share Pada Pemasaran Syariah Baitu Maal wa Tamwil di Banten. Jurnal Liquidity,2016
- Mulyadi, *Sistem Akutansi*, Jakarta: Salemba Empat,2019
- Mia silostiwati “Efektifitas sistem jemput bola pada bprs mitra agrho usaha bandar lampung”.(Skripsi) fakultas ekonomi dan bisnis islam Institut Agama Islam Negeri Metro,(2020)
- Nurjanah, Efektivitas Pelaksanaan Program Pengembangan Kewirausahaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Pekanbaru. Jom Fisip,2014

- Puspitasari, D. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Bank Riau Kepri Cabang Pasir Pengairan). JOM Fisip.
- Rintho Rante Rerung, E-Commerce, Menciptakan Daya Saing Melalui Teknologi Informasi, (Yogyakarta: Deepublish, 2018)
- Sriyani, *Sosiologi Pedesaan*, Yogyakarta: Zahir Publishing, 2022
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa* ,Jakarta: Salemba Empat, 2016
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* Cet. 26. Bandung: Alfabeta, 2022
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran* ,jakarta: rajawali pers, 2021
- Steers, Richard M, *Efektivitas Organisasi*, Jakarta: Erlangga, 2017
- Salimah Nur, Analisis Strategi Pemasaran Melalui Layanan Jemput Bola Untuk Meningkatkan Motivasi Nasabah Menabung Di Kspps Hanada Quwais Sembada Kc. Purwokerto, (Skripsi), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Jember, 2018
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2021
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2019
- Nasution, M.A., *Metode Research*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2021
- Undang-Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 Tentang Perbankan ,Jakarta : Sinar Grafika, 2009

LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimil (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0223/In.28.1/J/TL.00/01/2024
Lampiran : -
Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,
Ulul Azmi Mustofa (Pembimbing 1)
(Pembimbing 2)
di-

Tempat
Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **AULIA AGUSTIN**
NPM : 2003020007
Semester : 8 (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul : **DAMPAK DIGITAL PAYMENT DAN E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Januari 2024
Ketua Jurusan,



Muhammad Ryan Fahlevi M.M
NIP 19920829 201903 1 007

Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik. Untuk memastikan keasliannya, silahkan scan QRCode dan pastikan diarahkan ke alamat <https://sismik.metrouniv.ac.id/v2/cek-suratbimbingan.php?npm=2003020007>. **Token = 2003020007**

ALAT PENGUMPUL DATA (APD)

DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN

A. Petunjuk Pelaksanaan

1. Wawancara terpimpin
2. Selama Penelitian berlangsung, peneliti mencatat dan mendeskripsikan hasil wawancara
3. Waktu pelaksanaan wawancara sewaktu-waktu masih bisa dapat berubah mengikuti perkembangan situasi dan kondisi di lapangan.

Pedoman Wawancara Kepada Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran

1. Sebagai kepala dusun, faktor apa yang paling mempengaruhi perilaku belanja berlebihan di Dusun Kalangan 2?
2. Apa masalah utama yang sedang dihadapi masyarakat Dusun Kalangan 2?
3. Berapa jumlah penduduk yang tinggal di Dusun Kalangan 2 ?
4. Bagaimana peran kepala dusun dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari belanja berlebihan terhadap lingkungan dan keberlanjutan?
5. Apakah ada perubahan dalam cara masyarakat mengelola uang mereka setelah menggunakan layanan pembayaran digital dan platform *e-commerce*?
6. Menurut pengamatan Anda sebagai kepala dusun, sejauh mana perilaku konsumtif telah memengaruhi hubungan sosial di desa ini?
7. Bagaimana penduduk di sini mengatur keuangan mereka ketika menggunakan pembayaran digital dan *e-commerce* di era sekarang?

**Pedoman Wawancara Masyarakat Dusun Kalangan 2 Desa Rejo
Agung Kabupaten Pesawaran**

1. Berapa usia anda saat ini?
2. Apakah anda menggunakan *e-commerce* atau *digital payment*?
3. Jenis *e-commerce* atau *digital payment* apa yang anda gunakan?
4. Pernahkah anda merasa ingin membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan dengan matang atau merencanakannya terlebih dahulu?
5. Bagaimana cara anda mengelola atau merencanakan untuk melunasi utang yang sudah terakumulasi secara berlebihan?
6. Apakah anda merasa ada tekanan sosial untuk mengikuti *trend* terbaru?
7. Bagaimana anda biasanya merencanakan pengeluaran keuangan anda?
8. Apakah anda merencanakan pembelian anda berdasarkan kebutuhan penting atau hanya karena adanya penawaran khusus?
9. Bagaimana anda mengevaluasi konsekuensi finansial jangka panjang dari suatu pembelian?
10. Apa manfaat utama yang anda rasakan dari menggunakan sistem pembayaran digital?
11. Seberapa sering anda menggunakan sistem pembayaran digital dalam sehari atau dalam seminggu?
12. Bagaimana proses pembayaran pesanan dilakukan di platform *e-commerce* anda, apakah melalui *internet banking* atau ATM?

B. Pedoman Dokumentasi

- a. Foto dengan Mastarakat
- b. Dokumen Jumlah Masyarakat
- c. Voice Note

Mengetahui.

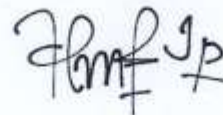
Dosen Pembimbing



Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP.19870319 2020121003

Metro, 12 Februari 2024

Mahasiswa Ybs



Aulia Agustin
NPM.2003020007

OUTLINE

DAMPAK *DIGITAL PAYMENT* DAN *E-COMMERCE* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERSETUJUAN

NOTA DINAS

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Perilaku Konsumtif
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumtif
 - 2. Indikator Perilaku Konsumtif
 - 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif
- B. Digital Payment
 - 1. Pengertian *Digital Payment*
 - 2. Indikator *Digital Payment*
 - 3. Kriteria *Digital Payment*

4. Hubungan *Digital Payment* Dengan Perilaku Konsumtif

C. *E-Commerce*

1. Pengertian *E-Commerce*

2. Karakteristik *E-Commerce*

3. Indikator *E-Commerce*

4. Hubungan *E-Commerce* Dengan Perilaku Konsumtif

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Dan Sifat Penelitian

B. Sumber Data

C. Tehnik Pengumpulan Data

D. Tehnik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Dusun Kalangan 2

B. Dampak *Digital Payment* dan *E-commerce* terhadap perilaku konsumtif

C. Pembahasan Temuan

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Deskripsi hasil wawancara dengan Masyarakat Dusun Kalangan 2 Desa Rejo

Agung Kabupaten Pesawaran

Nama : Bapak Kadus Sapta

Tanggal : 09 Maret 2024

No.	Pertanyaan	Jawaban
1	Sebagai kepala dusun, faktor apa yang paling mempengaruhi perilaku belanja berlebihan di Dusun Kalangan 2?	Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif di dusun kalangan 2 desa rejo agung yaitu terutama adalah gaya hidup. Dimana mereka lebih mementingkan gengsi yaitu lebih mementingkan kebutuhan sekunder dibandingkan kebutuhan primer.
2	Apa masalah utama yang sedang dihadapi masyarakat Dusun Kalangan 2?	Masalah utama yang sedang dihadapi Masyarakat di dusun kalangan 2 yaitu dengan kurang kontrolnya terhadap perkembangan teknologi Dimana Masyarakat meraskan kemudahan dalam berbelanja online namun kurang memikirkan dampak apa yang akan terjadi.
3	Berapa jumlah penduduk yang tinggal di Dusun Kalangan 2 ?	Jumlah penduduk yang tinggal di dusun kalangan 2 yaitu: a. Laki-laki : 534 penduduk b. Perempuan : 496 penduduk Jadi jumlah penduduk sebanyak 1.030 penduduk di dusun kalangan 2 desa rejo agung.

No.	Pertanyaan	Jawaban
4	<p>Bagaimana peran kepala dusun dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang dampak negatif dari belanja berlebihan terhadap lingkungan dan keberlanjutan?</p>	<p>Peran dari kepala dusun untuk meningkatkan kesadaran Masyarakat tentang dampak negatif dari berbelanja secara berlebihan yaitu dengan mengadakan edukasi tentang pemanfaatan perkembangan teknologi digital.</p>
5	<p>Apakah ada perubahan dalam cara masyarakat mengelola uang mereka setelah menggunakan layanan pembayaran digital dan platform <i>e-commerce</i>?</p>	<p>Ada perubahan, yaitu menjadi lebih banyak berbelanja secara online.</p>
6	<p>Menurut pengamatan Anda sebagai kepala dusun, sejauh mana perilaku konsumtif telah memengaruhi hubungan sosial di desa ini?</p>	<p>Menurut pengamatan saya cukup jauh perilaku konsumtif mempengaruhi hubungan sosial di dusun ini.</p>

No.	Pertanyaan	Jawaban
7	Bagaimana penduduk di sini mengatur keuangan mereka ketika menggunakan pembayaran digital dan <i>e-commerce</i> di era sekarang?	Mereka memiliki cara masing-masing dalam mengatur keuangan mereka.

Deskripsi Hasil Wawancara Dengan Juwita Masyarakat Rejo Agung

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Berapa usia anda saat ini?	Juwita Salsabila (18 tahun)
2	Apakah anda menggunakan <i>e-commerce</i> atau <i>digital payment</i> ?	iya, saya menggunakan <i>e-commerce</i> dan <i>digital payment</i>
3	Jenis <i>e-commerce</i> atau <i>digital payment</i> apa yang anda gunakan?	Jenis e-commerce yang saya gunakan yaitu shopee, tiktok shop, lazada.
4	Pernahkah anda merasa ingin membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan dengan matang atau merencanakannya terlebih dahulu?	Saya sering melakukan hal tersebut,Dimana membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan dengan atau merencanakan nya terlebih dahulu karena scrool tiktok atau shopee atau terpengaruh dari selebgram lalu mengikuti fashion yang idola nya gunakan.
5	Bagaimana cara anda mengelola atau merencanakan untuk melunasi utang yang sudah terakumulasi secara berlebihan?	Cara mengelola uang untuk melunasi utang dishopee pay latter yaitu dengan cara menabung setiap hari dari uang jajan lalu di tabung untuk membayar tiap bulan tagihan tersebut. Dan jatuh tempo nya berbeda ada yang saya ambil pembayaran dengan 1 bulan sekali atau 3 bulan.

No	Pertanyaan	Jawaban
6	Apakah anda merasa ada tekanan sosial untuk mengikuti <i>trend</i> terbaru?	Sebenarnya saya merasa tertekan jika harus mengikuti trend, namun jiwa saya selalu ingin memenuhi keinginan saya.
7	Apakah anda merencanakan pembelian anda berdasarkan kebutuhan penting atau hanya karena adanya penawaran khusus?	Karena keinginan si kadang gak sesuai kebutuhan tapi di beli.
8	Bagaimana anda mengevaluasi konsekuensi finansial jangka panjang dari suatu pembelian?	Cara mengevaluasi nya seperti banyak sekali nih yang sudah saya beli jadi harus saya kurangi karnakan tagihan semakin banyak.
9	Apa manfaat utama yang anda rasakan dari menggunakan sistem pembayaran digital?	Manfaat utama nya lebih mudah,cepat gak perlu ribet keluar cod.
10	Seberapa sering anda menggunakan sistem pembayaran digital dalam sehari atau dalam seminggu?	Tergantung sih tidak pasti,kalua lagi banyak chekout dalam sehari itu bisa 3kali transaksi jika banyak yang di beli, 1 minggu bisa 10 kali transaksi.

No	Pertanyaan	Jawaban
11	Bagaimana proses pembayaran pesanan dilakukan di platform <i>e-commerce</i> anda, apakah melalui <i>internet banking</i> atau ATM?	Melalui internet banking
12	Bagaimana anda biasanya merencanakan pengeluaran keuangan anda?	Tidak ada perencanaan pengeluaran, jadi secara tiba tiba saja.



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-1978/In.28/D.1/TL.00/06/2024
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DUSUN KALANGAN 2 DESA
REJO AGUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-1977/In.28/D.1/TL.01/06/2024, tanggal 21 Februari 2024 atas nama saudara:

Nama : **AULIA AGUSTIN**
NPM : 2003020007
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada KEPALA DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK DIGITAL PAYMENT PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 24 Juni 2024
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

SURAT TUGAS

Nomor: B-1977/In.28/D.1/TL.01/06/2024

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : **AULIA AGUSTIN**
NPM : 2003020007
Semester : 8 (Delapan)
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "DAMPAK DIGITAL PAYMENT PADA PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Mengetahui
Pejabat Setempat
KEPALA DESA REJO AGUNG

EDI PURWANTO.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Putri Swastika SE, M.IF
NIP 19861030 201801 2 001



PEMERINTAH KABUPATEN PESAWARAN
KECAMATAN TEGINENENG
DESA REJO AGUNG

Sekretariat : Jl. Protokol No. 06 Rejo Agung Kode Pos 35363

Nomor : 231/ 049 / VII.03.13/ II/ 2024
Lampiran : 1 Berkas
Perihal : **Surat Balasan Permohonan Izin Research**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN METRO
DI-
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Nomor : B-0538/In.28/D.1/TL.01/02/2024 Tanggal 21 Februari 2024 Perihal Izin Research untuk penyusunan Skripsi Mahasiswa Atas Nama :

Nama : **AULIA AGUSTIN**
Tempat / Tanggal Lahir : Rejo Agung, 26-08-2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Kawin
Pekerjaan : Belum / Tidak Bekerja
Alamat : Dusun Kalangan II, Rt/rw 001/007, Desa Rejo Agung Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.

Dengan Judul **"DAMPAK DIGITAL PAYMENT DAN E-COMMERSE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 , DESA REJO AGUNG, KECAMATAN TEGINENENG, KABUPATEN PESAWARAN"**.

Kami sampaikan beberapa hal :

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, maka kami dapat mengizinkan penelitian tersebut ditempat kami.
2. Izin melakukan Research diberikan untuk keperluan akademik
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan diwaktu kerja.

Demikian surat balasan dari kami, atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Rejo Agung, 26 Februari 2024
Kepala Desa Rejo Agung



EDI PURWANTO



PEMERINTAH KABUPATEN PESAWARAN
KECAMATAN TEGINENENG
DESA REJO AGUNG

Sekretariat : Jl. Protokol No. 06 Rejo Agung Kode Pos 35363

Nomor : 231/ 099 / VII.03.13/ XI/ 2023
Lampiran : 1 Berkas
Perihal : **Surat Balasan Permohonan Izin Prasurey**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis Islam IAIN METRO
DI-
Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat Nomor : B-3098/In.28/J/TL.01/10/2023 Tanggal 23 Oktober 2023 Perihal Izin Prasurey untuk penyusunan Skripsi Mahasiswa Atas Nama :

Nama : **AULIA AGUSTIN**
Tempat / Tanggal Lahir : Rejo Agung, 26-08-2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status Perkawinan : Belum Kawin
Pekerjaan : Belum / Tidak Bekerja
Alamat : Dusun Kalangan II, Rt/rw 001/007, Desa Rejo Agung Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran.

Dengan Judul ***"Dampak Digital Payment dan e-commerce terhadap perilaku konsumtif generasi-z Studi Dusun Kalangan 2 , Desa Rejo Agung, Kecamatan Tegineneng, Kabupaten Pesawaran"***.

Kami sampaikan beberapa hal :

1. Pada dasarnya kami tidak keberatan, maka kami dapat mengizinkan penelitian tersebut ditempat kami.
2. Izin melakukan prasurey diberikan untuk keperluan akademik
3. Waktu pengambilan data harus dilakukan diwaktu kerja.

Demikian surat balasan dari kami, atas perhatian kami ucapkan terimakasih.

Rejo Agung, 21 November 2023
Kepala Desa Rejo Agung



EDI PURWANTO



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
UNIT PERPUSTAKAAN**

NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-337/In.28/S/U.1/OT.01/05/2024**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : AULIA AGUSTIN
NPM : 2003020007
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2023/2024 dengan nomor anggota 2003020007

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas administrasi Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 21 Mei 2024

Kepala Perpustakaan



Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H., C.Me.
NIP.19750505 200112 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Aulia Agustin
NPM : 2003020007
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **DAMPAK DIGITAL PAYMENT DAN E-COMMERCE TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT DI DUSUN KALANGAN 2 DESA REJO AGUNG KABUPATEN PESAWARAN** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi Turnitin dengan **Score 19%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 3 Juni 2024
Ketua Jurusan S1 Perbankan Syariah



Muhammad Ryan Fahlevi
NIP.199208292019031007



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 website: www.metrouniv.ac.id Email: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : AULIA AGUSTIN

Fakultas/Jurusan : FEBI/S1 Perbankan

Syariah

NPM : 2003020007

Semester/TA : VII /2023

NO	Hari/Tanggal	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at, 17-11-2023	<ul style="list-style-type: none">- Sesuaikan Penulisan LBM- Munculkan data jumlah penduduk Generasi Z- Lengkapi cover, daftar isi, dll- Bab 3 Munculkan validitas data.	
2.	Jum'at, 24-11-2023	<ul style="list-style-type: none">- sumber data primer dijelaskan- Munculkan populasi- sampel- Perbaiki penulisan- teknik ke absahan data.	
3.	Rabu, 3-12-2023	Acc untuk di seminarakan!	

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs,

AULIA AGUSTIN
NPM. 2003020007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020007

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 23 Januari 2024	<ul style="list-style-type: none">• Indikator perilaku konsumtif• Sampel dijelaskan• Artikel penelitian, data desa• Dapus disesuaikan• Buat APD dan Outline	
2.	Rabu, 7 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none">• Masukkan pertanyaan terkait setiap indikator perilaku konsumtif• Berikan pertanyaan awal terkait umur• Pertanyaan terkait menggunakan <i>e-commerce</i> dan <i>pay latter</i>• Pertanyaan terkait jenis <i>e-commerce</i>	
3.	Senin, 12 Februari 2024	<ul style="list-style-type: none">• ACC APD DAN OUTLINE	

Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I

NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs,

Aulia Agustin

NPM. 2003020007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metro.univ.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020007

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jum'at, 03 Mei 2024	<ol style="list-style-type: none">1. LBM (munculkan berapa orang yang diwawancara dan sebutkan nama dibawah tabel (Hal.6))2. Bab 3 perbaiki footnote3. Jabarkan bagian sumber data primer (siapa saja)4. Tambahkan Teknik keabsahan data5. Disaitkan dengan Indikator antara hubungan digital Payment dan perilaku Konsumtif6. Munculkan Indikator yang dibuktikan dengan wawancara7. Buatlah Abstrak!	

Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs.

Aulia Agustin
NPM. 2003020007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020007

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin, 13 Mei 2024	<ol style="list-style-type: none">1. Abstrak diperbaiki2. Gunakan tahun referensi min. 10-15 tahun3. Untuk triangulasi munculkan satu saja mana yang digunakan.4. Jangan munculkan indikator, tetapi munculkan hasil wawancara yang menyesuaikan dari indikator.5. Lihat lagi pada skripsi lain bagaimana memunculkan hasil wawancara.6. Bagian tujuan ganti kata menganalisis → mengetahui.	

Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs,

Aulia Agustin
NPM. 2003020007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020007

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jum'at, 26 April 2024	<ol style="list-style-type: none">1. Bagian sumber data primer hitungan dihilangkan saja2. Teknik pengumpulan data di tambahkan dokumentasi3. Footnote dirapikan.4. Bagian hasil penelitian :<ol style="list-style-type: none">A. Dampak digital payment terhadap perilaku konsumtifB. Dampak digital e-commerce terhadap perilaku konsumtif5. Kesimpulan 1 lembar saja.6. Rapikan penulisan serوائان!	

Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs,

Aulia Agustin
NPM. 2003020007



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iaimetro@metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/ FEBI

NPM : 2003020007

Semester / T A : VIII/ 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 21 Mei 2024	<ul style="list-style-type: none">- Jangan menggunakan kata signifikan- Berikan penjelasan dari kata Implusif- Arab diteciskan sedikit- Ditambahkan tulisan " adapun Pihak yang di wawancarai berjumlah 7 orang yaitu bapak kepala dusud dan 6 masyarakat "- Ditambahkan nama dusun	

Dosen Pembimbing

Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs,

Aulia Agustin
NPM. 2003020007



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo, Metro Timur Kota Metro Telp. (0725) 41507
Fax. (0725) 47296


FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Aulia Agustin

Jurusan/Fakultas : PBS/FEBI

NPM : 2003020007

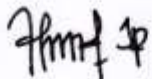
Semester / T A : VIII/2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 22 Mei 2024	ACC untuk dimunaqosyahkan!	

Dosen Pembimbing


Ulul Azmi Mustofa, S.E.I., M.S.I
NIP. 19870319 202012 1 003

Mahasiswa Ybs.


Aulia Agustin
NPM. 2003020007

Hasil Dokumentasi Peneliti Dengan Narasumber Pada Masyarakat Desa Rejo Agung

Gambar 1
Wawancara Dengan Bapak Septa
Selaku Kepala Dusun Kalangan 2



Gambar 2
Wawancara Dengan Juwita Salsabila
Warga Dusun Kalangan 2



Gambar 3
Wawancara Dengan Dewi Ayuni
Warga Dusun Kalangan 2



Gambar 4
Wawancara Dengan Bobi Indrawan
Warga Dusun Kalangan 2



Gambar 5
Wawancara Dengan Paras Ananda
Warga Dusun Kalangan 2



Gambar 6
Wawancara Dengan Elsa Triana
Warga Dusun Kalangan 2



Gambar 7
Wawancara Dengan Merlin Oktarani
Warga Dusun Kalangan 2



RIWAYAT HIIDUP



Aulia Agustin, lahir di Rejo Agung pada tanggal 26 Agustus 2002 merupakan anak ketiga dari Bapak Japarudin Hz dan Ibu Siti Fatimah. Peneliti memulai pendidikan di SD Negeri 6 Adipuro pada tahun 2014, selanjutnya melanjutkan di SMP Negeri 2 Trimurjo tahun 2017 dan melanjutkan di SMA Negeri 2 Metro selesai pada tahun 2020. Setelah itu peneliti melanjutkan pendidikan S1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro pada tahun 2020 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam berkonsentrasi pada Program Studi Perbankan Syariah. Pada masa akhir studi peneliti mempersembahkan skripsi yang berjudul “Dampak Digital Payment Pada Perilaku Konsumtif Masyarakat Di Dusun Kalangan 2 Desa Rejo Agung Kabupaten Pesawaran”.