

BAB 1

PEDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi yang semakin canggih membawa suatu perubahan kebutuhan masyarakat terutama negara Indonesia. Perubahan alat pembayaran yang dapat memenuhi kecepatan, ketepatan, dan keamanan melalui *e-money*. Masyarakat sebagai konsumen dapat melakukan transaksi dengan sangat mudah, mulai dari kegiatan jual beli secara online (*E-Commerce*). Tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi sekarang mengambil alih beberapa tugas yang dikerjakan manusia.¹ Seperti memesan transportasi melalui *smartphone* dilakukan dengan mudah melalui berbagai aplikasi.²

Berdasarkan tabel 1.1 ranking 10 besar aplikasi *E-Money* dalam 5 kuartal terakhir. Peringkat pertama mulai bulan April 2019 sampai Juni 2020 diduduki oleh *Gopay*, peringkat kedua dan ketiga konsisten diduduki oleh *Ovo* dan *Dana*. Peringkat keempat konsisten diduduki *LinkAja*. Peringkat kelima diduduki oleh *i.Saku*. Peringkat ke enam diduduki oleh *Go Mobile By CIMB*. Peringkat ke tujuh diduduki oleh *Paytren*, bulan Juli sampai September 2019 *Paytren* turun menjadi peringkat ke delapan, bulan Oktober sampai Desember 2019, *Paytren* turun menjadi peringkat ke sepuluh, bulan Januari sampai Maret 2020 *Paytren* tidak masuk dalam daftar sepuluh besar. Bulan April sampai Juni 2020 *Paytren* masuk kedalam daftar, menduduki peringkat sepuluh. Peringkat

¹ Sulistyowati, "Inovasi Dan Tantangan Perbankan Syariah Pada Era Digital Di Indonesia" *Wadiah* 7, No. 2 (2023), 164. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v7i2.327>

² Abdullah, Burhanuddin, *Paper Seminar Nasional Toward a Less Cash Society in Indonesia*, (Jakarta: Bank Indonesia, 2006), 9.

delapan di duduki oleh Sakuku. Peringkat ke sembilan di duduki oleh *DOKU*.

Dan peringkat sepuluh di duduki oleh Jackone Mobile _ Bank DKI.

Tabel 1.1
Ranking 10 besar aplikasi *E-Money*
yang paling banyak di download dalam 5 Kuartal
Periode April 20 - Juni 2020, sebagai berikut:³

NO	April – Juni 2019	Juli – September 2019	Oktober – Desember 2019	Januari - Maret 2020	April - Juni 2020
1	<i>Gopay</i>	<i>Gopay</i>	<i>Gopay</i>	<i>Gopay</i>	<i>Gopay</i>
2	Ovo	Ovo	Dana	Ovo	Ovo
3	Dana	Dana	Ovo	Dana	Dana
4	LinkAja	LinkAja	LinkAja	LinkAja	LinkAja
5	i.saku	i.saku	i.saku	i.saku	Jackone Mobile _ Bank DKI
6	<i>Go Mobile By CIMB</i>	<i>Go Mobile By CIMB</i>	<i>Go Mobile By CIMB</i>	<i>Go Mobile By CIMB</i>	i.saku
7	<i>Paytren</i>	<i>DOKU</i>	<i>DOKU</i>	<i>DOKU</i>	Go Mobile By CIMB
8	Sakuku	<i>Paytren</i>	Jackone Mobile _ Bank DKI	Sakuku	<i>DOKU</i>
9	<i>DOKU</i>	Sakuku	Sakuku	Jackone Mobile _ Bank DKI	Sakuku
10	Jackone Mobile _ Bank DKI	Jackone Mobile _ Bank DKI	<i>Paytren</i>	Uangku	<i>Paytren</i>

Sumber : <https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

Data Bank Indonesia per 22 Februari 2019 menyebutkan terdapat 36 penyelenggara uang elektronik yang memperoleh izin dari bank sentral baik yang dikeluarkan oleh perusahaan swasta maupun milik pemerintah Indonesia. Dari ke-36 penyelenggara uang elektronik tersebut, setidaknya ada tiga pemain

³ Vivi Dian Devita, Top E-wallet di Indonesia, 2020.
<https://iprice.co.id/trend/insights/top-e-wallet-di-indonesia-2020/>

besar sistem pembayaran digital yang selama ini digunakan oleh masyarakat antara lain LinkAja keluaran PT Telekomunikasi Indonesia, *Gopay* keluaran PT Dompot Anak Bangsa, dan *OVO* yang diterbitkan PT Visionet Internasional grupnya Lippo.⁴

Beberapa aplikasi dompet digital dengan pengguna aktif bulanan adalah *Gopay*, *OVO*, Dana, dan LinkAja dilaporkan mendominasi ranah dompet digital di Tanah Air selama bulan Agustus 2020 sebagai berikut :

Tabel 1.2
Pengguna Aktif Aplikasi Dompet Digital Bulan Agustus 2020

No	Uang Elektronik	Pengguna aktif bulanan
1	Gopay	58 %
2	Ovo	29 %
3	Dana	9 %
4	LinkAja	4 %

Sumber : “Perang Swasta Vs BUMN: Rebutkan Pengguna Uang Elektronik”, okezone.com

Gopay 58 persen, *OVO* 29 persen, Dana 9 persen dan LinkAja 4 persen. Dari salah satu produk uang elektronik berbasis *server*, *Gopay* adalah *E-Money* dari perusahaan *Go-jek* yang bisa digunakan sebagai alat pembayaran elektronik untuk segala jasa dari perusahaan *Go-jek* maupun perusahaan dan UMKM yang bekerja sama dengan *Go-jek*. *Gopay* menyediakan berbagai macam jenis pengisian saldo bagi para pelanggannya. Selain melalui Bank, pelanggan juga bisa melakukan pengisian saldo langsung melalui driver ojek online milik *Gojek*. Selain itu pembayaran menggunakan dompet digital salah

⁴ “Perang Swasta Vs BUMN: Rebutkan Pengguna Uang Elektronik”, okezone.com, Senin, 4 Maret 2019 07:13, Diakses Pada Kamis, 30 Juli 2020 Pukul 16:00 WIB.

satunya adalah aplikasi *Gopay* menjadikannya lebih mudah serta efisien tanpa perlu pergi ke toko. Kelebihan lain yang dimiliki *Gopay* adalah pemanfaatannya yang biasa digunakan untuk membayar makanan di warung.

Perusahaan *Go-jek* memberikan banyak promo diskon kepada pelanggan yang menggunakan *Gopay*. Promo tersebut bisa berupa voucher maupun point setelah berbelanja. Semakin sering pelanggan menggunakan *Gopay* maka semakin banyak promo yang akan didapatkan oleh pelanggan. Manfaat-manfaat tersebut yang membuat pelanggan tertarik dan mendorong para pelanggan untuk menggunakan *Gopay* secara terus-menerus. Contoh diskon dalam bentuk voucher memiliki dua kriteria dengan minimal belanja dan tanpa minimal belanja. Penggunaan Point yang didapat ketika berbelanja bisa ditukar dengan voucher gratis ongkir maupun *cashback*.⁵

Berdasarkan uraian diatas peneliti melakukan survei tentang peran promo diskon kepada 15 responden, diketahui sebanyak 9 responden yang menggunakan voucher gratis ongkir untuk aplikasi *Go-jek*. Voucher gratis ongkir tersebut biasanya digunakan oleh responden untuk *Go-food* maupun *Go-ride*, kemudian sebanyak 6 responden menggunakan promo diskon berupa voucher *cashback* untuk pembelian pulsa maupun paket data. Dengan adanya promo diskon tersebut tentunya responden akan lebih menghemat uang saku.

Perilaku konsumtif adalah kebiasaan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau bahkan tidak diperlukan oleh masyarakat. Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat terutama siswa, mempunyai

⁵ <https://www.gojek.com/blog/gofood/strategi-diskon/>

kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kegunaannya. Konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang membelanjakan nilai uang lebih besar dari nilai pendapatannya.⁶ Sedangkan perilaku konsumtif ini bertentangan dengan prinsip konsumsi Islam.

Dalam prinsip konsumsi Islam memiliki pengertian yang sama, tetapi memiliki perbedaan dalam ruang lingkupnya. Konsumsi dalam ekonomi Islam tidak sebatas nilai guna atas barang atau jasa, tetapi mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik proses memperoleh barang dan jasa, maupun dalam menggunakannya. Seluruh transaksi dalam kegiatan keuangan syariah harus dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.⁷

Dari penjelasan di atas peran promo diskon tersebut dapat menjadikan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang ditimbulkan akibat pemberian diskon menimbulkan *shopaholic*. Dimana pembelinya membeli barang bukan karena suatu kebutuhan namun hanya karena mereka merasa mendapatkan deal yang oke. Dalam konsumsi Islam hal tersebut dilarang, karena berperilaku berlebihan lebih mementingkan kebutuhan dari pada keinginan.

Penggunaan dompet digital sejalan dengan munculnya beragam jenis dompet digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penggunaan dompet digital dan pengaruh persepsi konsumen terhadap penggunaan dompet digital. Hasil pengumpulan data melalui online invitation

⁶ Muhammad Nur Mustaqim, *Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Perspektif Islam Study Kasus Dusun III Desa Braja Sakti Kecamatan Way Jepara Kabupaten Lampung Timur*, Observasi di perpustakaan IAIN Metro, Tanggal 15 Januari 2018.

⁷ Sulistyowati, "Peluang Dan Tantangan Lembaga Keuangan Syariah Non Bank Dalam Perspektif Islam", *Wadiah* 5, No. 2 (2021), 39. <https://doi.org/10.30762/wadiah.v5i2.3511>

survey menunjukkan sekitar 7 dari 10 responden usia 15 tahun ke atas menggunakan dompet digital dengan tujuan penggunaan yang bervariasi. Salah satu alasan masyarakat menggunakan dompet digital adalah karena promosi diskon yang diberikan apabila mereka melakukan transaksi pembayaran menggunakan dompet digital.⁸ Hasil penelitian ini menunjukkan persepsi konsumen terhadap kenyamanan transaksi dompet digital memengaruhi keputusan mereka untuk menggunakan dompet digital.

Berkaitan dengan penelitian yang dilakukan tersebut, penggunaan dompet digital dalam rentang usia 15 tahun keatas adalah juga masuk dalam kriteria pelajar Sekolah Menengah Pertama (SMP) atau Madrasah Tsanawiyah (SMP/MTs) dan sekolah menengah atas (SMA). Diskon yang ditawarkan begitu banyak terutama pada produk produk makanan. Di zaman yang sekarang orang tidak mau ribet untuk membeli makanan. Dengan menggunakan *Go-jek* orang-orang lebih mudah dan praktis dalam melakukan pembelian di dukung pembayaran melalui *E-Money*. Dilihat dari lingkungannya para pelajar tersebut belum memahami dan mengetahui Prinsip Konsumsi Islam.⁹

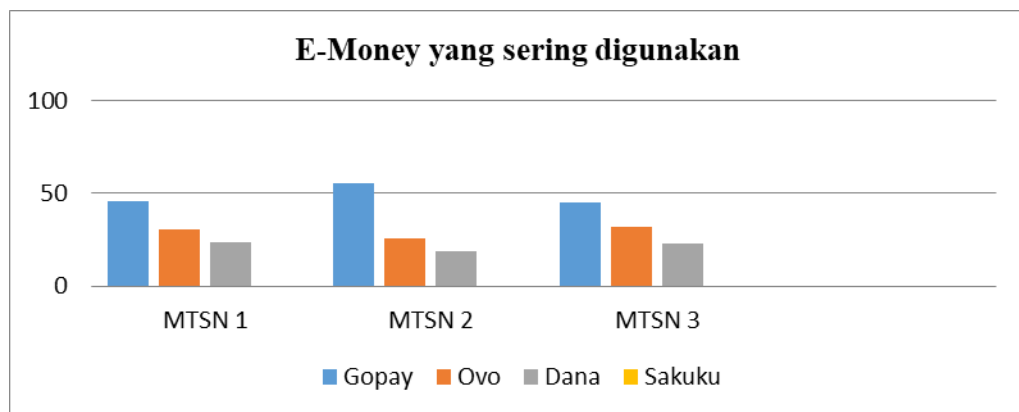
Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN) adalah salah satu jenjang sekolah menengah pertama. MTsN di Kota Kediri terdapat 3 Madrasah Tsanawiyah Negeri (MTsN), yaitu MTSN 1, MTSN 2 dan MTsN 3. Permasalahan yang terjadi di lingkungan siswa MTS adalah belum paham

⁸ Rini Sulistyowati, et.al. "Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Dompet Digital", *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 1 (Maret, 2020), 17.

⁹ Ibid, 34.

tentang prinsip konsumsi islam. Dari hasil observasi kepada siswa MTsN Kota Kediri, sebagai berikut :

Diagram 1.1



Berdasarkan diagram 1.1 dapat disimpulkan bahwa siswa MTsN 1 Kota Kediri, jumlah siswa kelas IX sebanyak 215 yang menggunakan aplikasi *Gopay* sebanyak 45,5%, *Ovo* 30,7% dan *Dana* 23,3%. MTsN 2 Kota Kediri, jumlah siswa kelas IX sebanyak 476 yang menggunakan aplikasi *Gopay* sebanyak 55,2%, *Ovo* 25,8%, dan *Dana* 19%. MTsN 3 Kota Kediri, jumlah siswa kelas IX sebanyak 208 yang menggunakan aplikasi *Gopay* sebanyak 44,8%, *Ovo* 32%, dan *Dana* 23,2%. Dari seluruh MTsN di Kota Kediri tidak ada yang mengetahui *Sakuku*.¹⁰

Penggunaan aplikasi dompet digital yang banyak dipakai di kalangan siswa MTsN Kota Kediri yaitu *Gopay*. Aplikasi *Gopay* banyak digunakan di MTsN 2 Kota Kediri lebih unggul, dari pada MTsN yang lain. Selain penggunaan yang lebih unggul, jumlah siswa di MTsN 2 Kota Kediri lebih

¹⁰ Observasi awal siswa MTSN 2 Kota Kediri, tanggal 15 Februari 2022

banyak dibandingkan MTsN lainya di Kota Kediri. Hal tersebut yang membuat peneliti tertarik derngan penelitian ini.

Berdasarkan jumlah siswa MTsN 2 Kota Kediri yang terdiri dari 476 siswa yang melakukan perilaku konsumtif dengan kategori sebagai berikut :

Penggunaan dompet digital yang banyak digunakan adalah *Gopay*. Dari banyaknya siswa yang menggunakan aplikasi *Gopay*, hampir sebagian besar dari mereka melakukan pembelian secara konsumtif. Dilihat dari 64 siswa yang menjawab quisioner yang diberikan peneliti mereka melakukan pembelian yang terlalu berlebihan (konsumtif). Peneliti memiliki dua kategori dalam menentukan perilaku konsumtif :

Pertama yaitu dari 64 siswa yang menggunakan aplikasi *Gopay* dalam *Go-jek* digunakan untuk pulang pergi (PP). Hal tersebut masih bisa dikatakan wajar apabila dilakukan sekali atau dua kali dalam seminggu. Jika melebihi empat sampai lima kali bisa dikatakan konsumtif.

Kedua yaitu dari 64 siswa yang menjawab quisioner mereka menggunakan *Gopay* untuk membeli *Go-food*. 36 siswa melakukan pembelian *Go-food* hingga empat kali bahkan lebih dalam kurun waktu seminggu, itu dilakukan di sekolah maupun di luar sekolah. Kemudian sisanya 28 siswa hanya melakukan pembelian *Go-food* sebanyak satu sampai dua kali saja dalam seminggu. Dari 64 siswa dapat disimpulkan bahwa 36 siswa dapat dikatakan melakukan pembelian secara berlebihan (konsumtif) dan 28 siswa masih dikatakan dalam tahap sewajarnya.¹¹

¹¹ Hasil observasi tanggal 06 Oktober 2022.

Wawancara kepada salah satu siswa yang bernama Ahmad kelas IX ia menjelaskan bahwa “dalam seminggu menggunakan *Gopay* lebih dari empat kali. Lima kali digunakan untuk produk jasa transportasi aplikasi *Go-jek* dan selebihnya digunakan pada pembelian *go-food* diluar sekolah, dengan menggunakan voucher gratis ongkir sebanyak empat kali dalam waktu seminggu”.¹²

Wawancara kepada Anisa kelas IX dari siswa MTsN 2 Kota Kediri menjelaskan bahwa “dalam seminggu menggunakan *Gopay* lebih dari enam kali. Tiga kali digunakan untuk produk jasa aplikasi *Go-jek* dan selebihnya digunakan pada pembelian *go-food* diluar sekolah, dengan menggunakan voucher gratis ongkir sebanyak lima kali dalam waktu seminggu”.¹³

Dilihat dari banyaknya pengguna aplikasi *gopay* pada siswa MTsN 2 Kota Kediri dapat menjadikan sifat boros (perilaku konsumtif). Melihat adanya kecenderungan perilaku konsumtif, tentunya bertentangan dengan prinsip konsumsi Islam.

Sesuai dengan ayat Al-Qur’an berikut Allah SWT. Berfirman:

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا (٢٦) إِنَّ الْمُبْتَدِرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا (٢٧)

Artinya: “Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan; dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.(QS. Al-Isra’ : 26-27).¹⁴

¹² Hasil wawancara tanggal 06 Oktober 2022.

¹³ Ibid.

¹⁴ Department Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahannya* (Bandung: Jumanatul Ali-Art, 2004), 365.

Serta hadits yang diriwayatkan oleh Tirmidzi, Ibnu Majah, dan Ahmad.

عَنْ مِقْدَامِ بْنِ مَعْدِي كَرِبَ قَالَ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَا مَلَأَ
 آدَمِيٌّ وَعَاءً شَرًّا مِنْ بَطْنٍ بِحَسْبِ ابْنِ آدَمَ أَكْلَاتُ يُقْمَنُ صُلْبُهُ فَإِنْ كَانَ لَا مَحَالَةَ فَتُلْتُ
 لَطْعَامِهِ وَتُلْتُ لَشْرَابِهِ وَتُلْتُ لِنَفْسِهِ

Artinya: “Dari Miqdam bin Makdi Karib berkata; “Saya mendengar Rasulullah SAW bersabda: tidak ada tempat yang paling jelek untuk dipenuhi isinya dari perut anak Adam beberapa suap makanan yang bisa meluruskan punggungnya. Apabila ia harus mengisi perutnya, maka sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk rongga bernafas.” (Hadits diriwayatkan oleh Tirmidzi: 2302, Ibnu Majah: 3340 dan Ahmad: 16556).¹⁵

Sifat sederhana di sini dapat diwujudkan dengan cara adanya rasa malu ketika akan mengkonsumsi barang atau jasa, tenang, dermawan dengan yang dimilikinya, tidak berlebihan, loyal terhadap sesama, dan disertai dengan perilaku yang mulia.

Berdasarkan uraian di atas siswa sering menggunakan aplikasi *Gopay*, hal ini menyebabkan konsumsi barang secara berlebihan atau konsumtif. Namun, dalam prinsip konsumsi islam membatasi masyarakat untuk tidak berperilaku yang bersifat berlebihan tersebut. Berdasarkan pemaparan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Peran Promo Diskon *E-Money Gopay* Pada Perilaku Konsumtif Perspektif Konsumsi Islam (Studi Pada Siswa MTsN 2 Kota Kediri)”**.

¹⁵ Muhammad Nashiruddin Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah* (Jakarta: Pustaka Azzam, 2013), 197.

B. Fokus Penelitian

1. Bagaimana peran promo diskon *E-Money* pada *Gopay* dalam perilaku konsumtif siswa MTsN 2 Kota Kediri?
2. Bagaimana peran promo diskon *E-Money* pada *Gopay* dalam perilaku konsumtif siswa MTsN 2 Kota Kediri ditinjau dari prinsip konsumsi Islam?

C. Tujuan Penulisan

1. Untuk menjelaskan peran promo diskon *E-Money* pada *Gopay* dalam perilaku konsumtif siswa MTsN 2 Kota Kediri.
2. Untuk menjelaskan peran promo diskon *E-Money* pada *Gopay* dalam perilaku konsumtif siswa MTsN 2 Kota Kediri ditinjau dari prinsip konsumsi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi syariah khususnya yang masih memerlukan kajian.

2. Secara Praktis

- a. Bagi peneliti

Dari hasil penelitian ini penulis berharap, dapat meningkatkan kemampuan dalam penelitian ilmiah dan dapat mengetahui lebih

jauh tentang Ekonomi Syariah yang menerangkan tentang perilaku konsumtif yang marak terjadi di lingkungan masyarakat.

b. Bagi pembaca

Hasil penelitian ini dapat dijadikan salah satu sumber informasi pengetahuan dan menambah wawasan para mahasiswa yang ingin mempelajari permasalahan yang sama yaitu tentang perilaku konsumtif konsumen terhadap pemberian promo diskon pada pembelian *online*.

c. Bagi masyarakat

Dari penelitian ini penulis memiliki harapan, masyarakat bisa mengetahui bahwa dalam Islam diajarkan tata cara marketing atau yang disebut marketing syariah yang mana masyarakat diharapkan bisa lebih memahami dan mengaplikasikannya.

E. Telaah Pustaka

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan, buku-buku atau tulisan-tulisan yang terkait dengan topik atau masalah yang akan diteliti. Dalam hal ini setidaknya ada tiga penelitian yang pernah diteliti terkait dengan judul yang ditulis oleh penulis :

1. Penelitian dengan judul “Perilaku Konsumtif dalam Membeli Produk Fashion pada Mahasiswa Putri di Surakarta”.¹⁶ Hasil penelitian yang didapat, seluruh subjek menunjukkan perilaku konsumtif saat melihat

¹⁶ Rizika Witri Hidayah, “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri di Surakarta”, (*Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2015*).

produk fashion yang bagus didepan matanya. Subjek membeli bukan karena kebutuhan melainkan keinginannya, dan subjek cenderung sering melakukan pembelian secara tiba-tiba. Dampak atau akibat yang dirasakan subjek yaitu boros. Dikatakan boros karena subjek menghabiskan uang untuk membeli sesuatu yang bukan diprioritaskan. Persamaan dengan skripsi di atas adalah keduanya sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif yang terjadi di lingkungan pendidikan, dikarenakan subjek membeli bukan karena kebutuhan melainkan keinginannya. Perbedaan skripsi milik Rizika ditinjau berdasarkan perspektif Psikologi, sedangkan milik penulis ditinjau dari Prinsip Konsumsi Islam.

2. Penelitian dengan judul “Perilaku Konsumtif Melalui *Online Shopping Fashion* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta”.¹⁷ Hasil penelitian yang didapat, mahasiswa melakukan perilaku belanja secara berlebihan, melakukan belanja karena kesenangan, dan melakukan pembelian impulsive. Perilaku berbelanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, informan rela menjual barang berharga seperti anting, kamera, handphone untuk membeli barang yang diinginkan dan subyek juga rela makan seadanya asal bisa membeli baju branded dengan model yang berbeda dari orang lain, serta merasa bangga memiliki banyak baju dan setiap pergi selalu memakai baju yang berbeda-beda tanpa

¹⁷ Anisa Qodaril Thohiroh, “Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion Pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta”, (*Skripsi* Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta, 2015).

ada orang lain yang memakai baju yang sama. Persamaan dengan skripsi di atas adalah sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif diakibatkan adanya ketertarikan objek penelitian untuk melakukan belanja secara *online*. Perbedaannya penelitian sebelumnya membahas kecenderungan perilaku pembelian *impulsive* (spontan), sedangkan penulis membahas tentang perilaku konsumtif dan cenderung berbelanja secara *online* karena pemberian promo diskon yang diberikan.

3. Penelitian dengan judul “Tinjauan Sistem Transaksi “OVO” Menurut Hukum Islam (Studi Kasus Di OVO Booth Malang *Town Square*)”.¹⁸ Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa sistem transaksi pada OVO dibedakan atas tiga jenis yakni transaksi antara konsumen dengan OVO, transaksi antara *merchant* dengan OVO dan transaksi antara konsumen dengan *merchant*. Adapun sistem transaksi OVO berdasarkan hukum Islam memiliki hukum yang berbeda-beda sesuai akad yang digunakan masing-masing. Persamaan dengan skripsi di atas adalah sama-sama membahas transaksi menggunakan dompet digital yaitu platform jasa yang menyediakan proses transaksi berbasis uang elektronik. Perbedaannya peneliti sebelumnya membahas tentang OVO yang ditinjau menurut hukum Islam dari sudut pandang fikih dan keterangan para ulama seperti sahnya akad, sistem kerjasama OVO dalam hukum Islam, sedangkan penulis fokus pada diskon

¹⁸ Muhammad Ihsan Habibi, “Tinjauan Sistem Transaksi “OVO” Menurut Hukum Islam (Studi Kasus di OVO Booth Malang *Town Square*)”, (*Skripsi* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Malang, 2019).

Gopay terhadap perilaku konsumtif siswa yang ditinjau dari prinsip konsumsi Islam.

4. Penelitian dengan judul “Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)”.¹⁹ Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab masyarakat di Desa Hargomulyo khususnya Ibu-ibu menjadi konsumtif dikarenakan faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja. Pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi dalam Islam juga belum semua memahami. Persamaan dengan skripsi di atas adalah sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif dan prinsip konsumsi Islam. Perbedaan antara skripsi Rani Oktavia dengan milik penulis, dimana penulis berfokus pada diskon *Gopay* terhadap perilaku konsumtif siswa yang ditinjau dari prinsip konsumsi Islam di lingkungan siswa mts. Sedangkan skripsi Rani Oktavia lebih menekankan penyebab perilaku konsumtif di lingkungan masyarakat muslim terutama ibu rumah tangga.
5. Penelitian dengan judul “Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Sekitar Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Gowa”.²⁰ Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lebih banyak mahasiswa yang

¹⁹ Rani Oktavia, “Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)”, (*Skripsi* Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung Timur, 2018).

²⁰ Laela Nur Insani, “Perilaku Konsumtif Mahasiswa di Sekitar Kampus II Universitas Islam Negeri Alauddin Samata Goa”, (*Skripsi* Universitas Islam Negeri, Makasar, 2017).

cenderung berperilaku konsumtif berdasarkan ketiga bentuk perilaku konsumtif mahasiswa di sekitar kampus II UIN Alauddin Samata Gowa yaitu dari segi makanan, belanja pada keperluan penampilan “*fashion*”, cara mengisi waktu luang seperti *shopping mall*, dan lain-lain. Persamaan dengan skripsi di atas adalah sama-sama membahas tentang perilaku konsumtif di lingkungan pendidikan. Perbedaan yang lain antara skripsi Laela Nur Insani dengan milik penulis, dimana penulis berfokus pada pada siswa yang memiliki perilaku konsumtif dan cenderung berbelanja secara *online* karena pemberian promo diskon yang diberikan. Sedangkan skripsi Laela Nur Insani memfokuskan pada mahasiswa yang cenderung berperilaku konsumtif dari segi belanjanya di sekitar kampus II UIN Alauddin Samata Gowa.