

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
APLIKASI DANA TANPA KANTOR FISIK PERSPEKTIF
PRINSIP OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI



Oleh :

Lisa Maretha Wulandari

NIM : 212105010009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2025**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
APLIKASI DANA TANPA KANTOR FISIK PERSPEKTIF
PRINSIP OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh :

Lisa Maretha Wulandari

NIM : 212105010009

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
OKTOBER 2025**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
APLIKASI DANA TANPA KANTOR FISIK PERSPEKTIF
PRINSIP OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri KH Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Oleh :

Lisa Maretha Wulandari
NIM. 212105010009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

Disetujui Pembimbing
J E M B E R



Fatimatuzzahro, SHI, M. SEI
NIP. 199508262020122007

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN
APLIKASI DANA TANPA KANTOR FISIK PERSPEKTIF
PRINSIP OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Kamis
Tanggal : 30 Oktober 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris


Ana Pratiwi, M.S.A.
NIP.198809232019032003


Mohammad Mirza Pratama, S.ST., M.M
NIP.199112052023211022

Anggota :

1. Dr. Hj. Nurul Widyawati Islami Rahayu, S, Sos., M.Si.
2. Fatimatuzzahro, S.H.I., M.SEI.

Menyetujui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M.Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا ﴿٣٦﴾

Artinya : “Janganlah engkau mengikuti sesuatu yang tidak kauketahui. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan, dan hati nurani, semua itu akan diminta pertanggungjawabannya.” (Q.S. Al-Isra’: 36).*



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

* Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan Q.S. Al-Isra’ ayat 36 diakses pada 22 Juli 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=1&to=111>.

PERSEMBAHAN

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat serta senantiasa mengilhamkan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, karya ini saya persembahkan untuk:

1. Orang tua tercinta Ibu Titin Supartini dan Bapak Suwito yang selalu mendoakan, mendukung, dan menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah saya. Terima kasih atas doa yang tak henti – hentinya di panjatkan untuk saya dan terimakasih telah mendukung saya untuk mendapatkan pendidikan yang lebih baik.
2. Keluarga besar saya, terimakasih karena selalu memberikan dukungan serta selalu memberikan semangat kepada saya agar bisa segera menyelesaikan tugas akhir skripsi ini.
3. Segenap guru – guru TK hingga perguruan tinggi yang telah memberikan ilmu kepada saya. Tanpa jasa kalian, saya tidak mungkin sampai pada jenjang pendidikan perguruan tinggi.
4. Sahabat saya, Saqina Maulita pradewi, yang telah berperan penting dalam proses pengerjaan tugas akhir ini. Terimakasih telah memberikan semangat, dukungan, bantuan, serta doa kepada saya.
5. Sahabat – sahabat dekat saya, Alfiera Talita Rahma, Siti Ainun Zahriya, Ananda Dheya P.N, Ely Eka Saputri, Wahyu Firnanda, yang selalu memberi dukungan, mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
6. Teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah 2 angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan kerja samanya selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas kebersamaannya.
7. Mahasiswa program studi Perbankan Syariah angkatan 2021 yang telah menjadi informan saya, terimakasih karena tanpa kalian saya tidak dapat menyelesaikan penelitian saya.

8. Almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu dan pengalaman bagi penulis.
9. Terimakasih untuk seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu atas bantuan sehingga terselesaikannya skripsi ini dengan baik.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, atas segala puja dan puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang mana telah melimpahkan segala Rahmat, karunia dan hidayah – Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGGUNAAN APLIKASI DANA TANPA KANTOR FISIK PERSPEKTIF PRINSIP OPERASIONAL PERBANKAN SYARIAH”**. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kepada junjungan besar yaitu Nabi kita, Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta pengikutnya, yang telah memberikan suri tauladan kebenaran kepada kita semua. Semoga kita termasuk orang – orang yang mendapatkan syafaat -Nya di dunia maupun di akhirat kelak Aamiin. Skripsi ini disusun dalam upaya memenuhi tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, tahun 2025.

Skripsi ini tidak akan selesai tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih sebesar – besarnya kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
4. Ana Pratiwi, S.E., M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah
5. Siti Indah Purwaning Y., S.Si., M.M selaku Dosen Pendamping Akademik (DPA) yang telah mendampingi dari awal kuliah sampai saat ini
6. Fatimatuazzahro, S.H.I., M.SEI. selaku dosen pembimbing yang telah memberi arahan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran penulisan skripsi ini.

7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah mendidik dan memberi ilmu pengetahuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran selalu penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah pengembangan khazanah keilmuan kita semua.



Jember, 6 Oktober 2025

Lisa Maretha Wulandari

212105010009

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

ABSTRAK

Lisa Maretha Wulandari, Fatimatuzzahro, 2025: *Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah.*

Kata Kunci: Perilaku Konsumen, Prinsip Operasional Perbankan Syariah, Aplikasi DANA.

Perkembangan teknologi finansial mendorong munculnya dompet digital seperti DANA yang menawarkan kemudahan transaksi tanpa memerlukan kantor fisik. Namun, hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai perilaku konsumen, khususnya mahasiswa program studi Perbankan Syariah, dalam menggunakan aplikasi tersebut. Selain itu, penting untuk mengetahui bagaimana mereka menilai kesesuaian layanan DANA dengan prinsip operasional perbankan syariah yang menekankan aspek kehalalan, transparansi, dan keadilan dalam setiap transaksi.

Fokus penelitian ini adalah: 1) Bagaimana perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik? 2) Bagaimana mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip operasional perbankan syariah?

Tujuan Penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik. 2) Untuk mengetahui mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip operasional perbankan syariah..

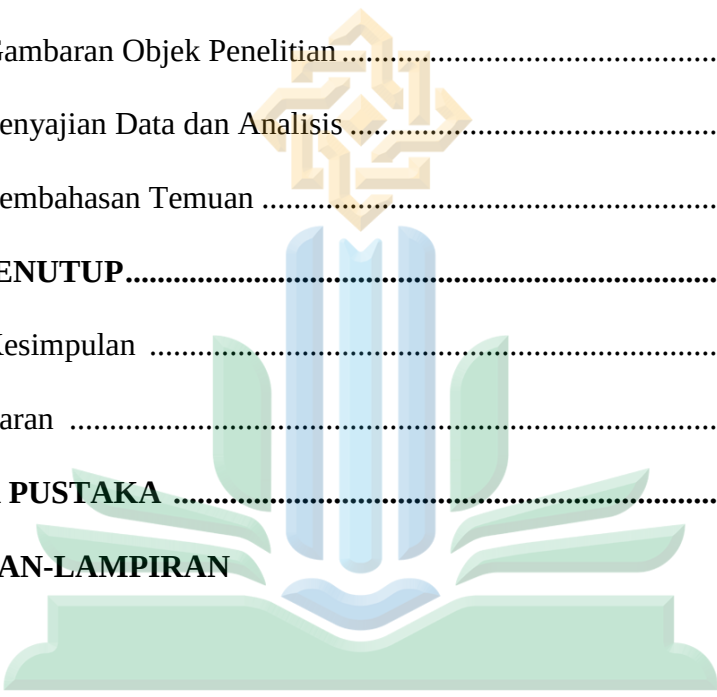
Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dari sisi budaya, aplikasi DANA mencerminkan nilai budaya masyarakat Indonesia melalui kemudahan, gotong royong, serta keamanan transaksi. Faktor sosial terlihat dari pengaruh teman sebaya, komunitas, dan keluarga. Faktor pribadi menunjukkan perbedaan pengalaman, di mana sebagian merasa lebih hemat karena dapat mengatur keuangan, sementara sebagian lain justru lebih boros akibat kemudahan transaksi serta promo. Faktor psikologis berupa pengetahuan syariah membuat konsumen lebih kritis dalam menilai kesesuaian layanan. Keempat faktor ini, terutama faktor pribadi terkait perilaku hemat atau boros, menjadi penentu utama dalam keputusan penggunaan aplikasi DANA. 2) Aplikasi DANA pada dasarnya telah sesuai dengan sebagian prinsip dasar operasional perbankan syariah, terutama dalam aspek transparansi, keamanan, dan manfaat transaksi. Namun, masih terdapat potensi ketidaksesuaian, seperti pada promo berbentuk undian, fitur PayLater, serta belum jelasnya akad pada setiap layanan. Oleh karena itu, meskipun dinilai praktis dan bermanfaat, pengembangan fitur berbasis syariah serta kejelasan akad masih diperlukan agar DANA lebih sesuai dengan prinsip perbankan syariah secara menyeluruh.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Definisi Istilah	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
A. Penelitian Terdahulu	17
B. Kajian Teori	29
BAB III METODE PENELITIAN	63
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	63
B. Lokasi Penelitian.....	64
C. Subyek Penelitian.....	65

D. Teknik Pengumpulan Data	68
E. Analisis Data	70
F. Keabsahan Data	74
G. Tahap-tahap Penelitian	75
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	78
A. Gambaran Objek Penelitian	78
B. Penyajian Data dan Analisis	88
C. Pembahasan Temuan	105
BAB V PENUTUP	118
A. Kesimpulan	118
B. Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN-LAMPIRAN	


 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

DAFTAR TABEL

No Uraian	Hal
1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	2
1.2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia	4
1.3 Presentase Pengguna Aplikasi Dompot Digital di Indonesia	6
2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	25
3.1 Daftar Subyek Penelitian	63
4.1 Hasil Perilaku Konsumen Mahasiswa Perbankan Syariah	112
4.2 Hasil Penilaian Mahasiswa terhadap Aplikasi DANA	117



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Logo Aplikasi DANA	80
Gambar 4.2 Fitur atau Layanan Pada Aplikasi DANA	84



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan sektor industri tentunya dapat berdampak positif pada suatu negara, salah satunya adalah peningkatan perekonomian. Adanya teknologi digital memungkinkan suatu negara untuk mengubah ekonominya ke arah yang digital. Dengan berkembangnya teknologi informasi, hampir seluruh proses bisnis di setiap lapisan masyarakat memanfaatkan digitalisasi.

Era ekonomi digital sudah berlangsung sejak tahun 1980-an, ketika penggunaan *personal computer* (PC) dan internet sebagai teknologi penting untuk efisiensi bisnis menjadi awal perkembangan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. Dengan kemajuan teknologi, era lama ekonomi digital berakhir dan berubah menjadi era baru. Era baru ditandai dengan penggunaan teknologi *cloud*, akses internet yang tidak terbatas, dan teknologi *mobile banking*.¹

Kemajuan pengguna internet menunjukkan peningkatan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan semakin luasnya akses jaringan, meningkatnya jumlah pengguna aktif, serta beragamnya layanan digital yang digunakan masyarakat. Internet tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga berperan penting dalam kegiatan ekonomi, pendidikan, hiburan, hingga layanan keuangan digital. Perkembangan ini

¹ Sindy Lita Kumala, "Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia," *Journal Of Economics And Regional Science* Vol. 1 No. 2 (September 2021) : 110.

memberikan peluang besar bagi penelitian untuk mengkaji perilaku, kebutuhan, dan pola pemanfaatan internet oleh masyarakat, khususnya dalam konteks inovasi teknologi dan layanan berbasis digital.

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tahun	Jumlah Pengguna
2020	175,4 juta
2021	202,6 juta
2022	204,7 juta
2023	212,9 juta
2024	221,5 juta

Sumber: Tabel jumlah pengguna internet di Indonesia Tahun 2020-2024, GoodStats, Tahun 2024.

Berdasarkan data tersebut penggunaan internet di Indonesia kian meningkat dibandingkan dengan tahun lalu. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Persentase kenaikan tersebut sebesar 1,03 persen. Bahkan, penggunaan internet di Indonesia meningkat dalam lima tahun terakhir.² Di era digital ini, akses untuk melakukan kegiatan investasi menjadi lebih mudah, terutama berinvestasi di bursa saham Indonesia. Kecanggihan teknologi menciptakan kemudahan akses untuk menggali informasi apapun di media sosial.³

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran telah menggantikan peran uang tunai ke dalam bentuk pembayaran non tunai. Sistem pembayaran non tunai bermacam-macam jenisnya seperti kartu debit, kartu kredit dan ada juga dompet elektronik atau dompet digital. Hal ini membuat banyak

² Naomi Adisty, "Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia," GoodStats, diakses pada tanggal 26 November 2024 <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>

³ Adil Siswanto, Muhammad Irfan Fatoni, dan Shivam Kakati, "The Effect of Dollar Exchange Rate of The Finance Performance in Indonesia," *Journal of Islamic Economic Perspectives (JIEP)* Vol. 6 No. 2 (2024): 1.

pengelola uang elektronik di Indonesia menggunakan smartphone untuk menawarkan layanan yang lebih baik melalui aplikasi dompet digital. Layanan berbasis aplikasi yang dikenal sebagai dompet digital memungkinkan berbagai macam transaksi pembayaran non tunai, seperti transfer uang, pembayaran tagihan, pembelian pulsa, dan pembayaran toko. Semua negara yang ada di dunia ini, baik negara maju maupun negara sedang berkembang selalu melaksanakan pembangunan ekonomi. Tujuan negara-negara tersebut mengadakan pembangunan ekonomi pada prinsipnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, menaikkan produktivitas dan menaikkan pendapatan per kapita.⁴

Pembayaran dengan dompet digital merupakan metode pembayaran yang baru muncul di negara maju dan berkembang yang semakin populer. Dompet digital terus berkembang dan dipengaruhi oleh banyak hal, seperti peningkatan distribusi, penetrasi perangkat seluler, inklusi keuangan, menjadikannya lebih nyaman, lebih cepat, dan lebih hemat biaya. Pembayaran digital sangat penting dalam membangun ekosistem ekonomi digital yang melibatkan lembaga keuangan, perusahaan yang mendukung transaksi digital, pengecer seperti minimarket, hingga konsumen pengguna dompet digital. Karena tidak perlu bersentuhan dengan uang, dompet digital semakin digunakan sebagai alat pembayaran selama pandemi COVID-19. Adanya pandemi Covid-19 menjadikan ekonomi menurun, ditambah lagi

⁴ Fatimatu Zahro, "Ekonomi Pembangunan," *Modul Perkuliahan* (Oktober 2022): 6.

penurunan ekonomi yang mengakibatkan Indonesia mengalami resesi.⁵ Hal ini sesuai dengan rekomendasi dari *World Health Organization* (WHO) untuk menjaga jarak atau menjaga jarak fisik, yang mendorong banyak pelanggan untuk melakukan aktivitas dengan kontak seminimal mungkin, seperti seperti melakukan pembayaran transaksi pada toko, restoran, maupun layanan jasa. Sifat dari dompet digital memang untuk menggantikan keberadaan dompet fisik dengan uang kertas, koin, kartu, dan lain sebagainya.⁶

Tabel 1.2 Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia

Periode	Volume/Ribu Transaksi	Nilai/Rp Milyar
2021	887.926,4	79.806,53
2022	1.395.821,19	142.966,71
2023	1.609.944,01	184.629,31
2024	1.835.100,56	220.874,9

Sumber: Data Bank Indonesia Jumlah Transaksi Uang Elektronik di Indonesia, Tahun 2024

Data diatas merupakan data dari jumlah atau nominal transaksi uang elektronik dari nasabah di Indonesia berdasarkan data dari Bank Indonesia. Dapat dilihat dari data diatas bahwa pengguna transaksi uang elektronik di Indonesia terus meningkat dari tahun 2021 sampai tahun 2024 per Agustus. Transaksi uang elektronik terbesar adalah untuk isi ulang *top up* dan belanja. Rinciannya sebagai berikut, *Reload/top up*: Rp847,05 triliun, Belanja: Rp372,91 triliun, Transfer antar-uang elektronik: Rp350,44 triliun, *Initial* (isi pertama kali): Rp13,86 triliun, Tarik tunai uang elektronik: Rp8,32 triliun, dan *Reedem*: Rp10,34 triliun. Menjamurnya *marketplace* seiring berubahnya

⁵ Nita Andriani, Moch. Chotib, dan Nurul Widyawati Islami Rahayu, "Urgensi Implementasi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infak, Dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Dana Di Era Normal Baru," *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* Vol. 5 No. 1 (Juni 2022): 43.

⁶ Sisca Aulia, "Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital," *Jurnal Komunikasi* Vol. 12, No. 2 (Desember 2020): 312.

cara belanja masyarakat dari *offline* ke *online* memberi dampak meningkatnya transaksi uang elektronik di Tanah Air. Belanja makanan serta adanya layanan transportasi *online* juga turut memicu melonjaknya nilai transaksi uang elektronik.⁷

DANA sebagai bagian dari ekosistem ekonomi digital, ikut merasakan fenomena yang sama akan pemanfaatan transaksi digital ini. Masyarakat yang semakin mengerti akan kemudahan bertransaksi digital, terpantau mulai mempercayakan DANA sebagai solusi keuangan modern pilihannya. Jumlah pengunduh aplikasi DANA terus meningkat secara berkala, hingga menembus angka 170 juta pengguna pada tahun 2023 lalu.

Pertumbuhan ini juga ditangkap oleh perusahaan data AI terpadu pertama, yang mengakui perusahaan seluler paling sukses di seluruh dunia melalui *Top Publisher Awards*. Tahun ini, DANA sukses meraih peringkat pertama untuk *Top Publisher Awards 2024* kategori *Top Indonesia HQ'd Apps Powered by Mobile Performance Score (Finance Genre)*. Penghargaan ini diberikan untuk DANA berdasarkan pada perkiraan jumlah unduhan aplikasi, baik di *iOS App Store* dan *Google Play* dari seluruh dunia. Dalam peringkat tersebut, DANA ikut bersanding bersama-sama dengan layanan perbankan dan digital bank terkemuka lainnya di Indonesia.

Semakin banyaknya pengguna, banyak perusahaan teknologi mulai mengembangkan dan membuat aplikasi *e-wallet* dengan fitur dan keunggulan

⁷ Viva Budy Kusnandar, "Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai Rp1,6 Kuadriliun pada Januari-Agustus 2024," databoks, diakses pada tanggal 12 Desember 2024 <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/673216a38c1bc/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp16-kuadriliun-pada-januari-agustus-2024>

yang berbeda-beda. Tapi dari banyaknya aplikasi dompet digital yang beredar, hanya 41 platform *e-wallet* yang resmi disetujui oleh regulator pemerintah Indonesia. Dari 41 platform tersebut, hanya ada 5 aplikasi dengan jumlah pengguna lebih dari 30 persen.

Tabel 1.3 Presentase Pengguna Aplikasi Dompet Digital di Indonesia

NO	Aplikasi	Persentase Konsumen
1.	Gopay	88%
2.	DANA	83%
3.	OVO	79%
4.	ShopeePay	76%
5.	LinkAja	30%
6.	i.Saku	7%
7.	OCTO Mobile	5%
8.	DOKU	4%
9.	Sakuku	3%
10.	Jak One Mobile	2%

Sumber: Data dikutip dari Laporan Populix, Tahun 2024

Berdasarkan data diatas, aplikasi dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Gopay (88%), Dana (83%), OVO (79%), ShopeePay (76%), dan LinkAja! (30%). Selain kelima aplikasi di atas, ada beberapa aplikasi *e-wallet* lain yang juga digunakan oleh masyarakat, seperti i.Saku, OCTO Mobile, DOKU, Sakuku, dan JakOneMobile. Namun, jumlah pengguna aplikasi-aplikasi tersebut tidak sebanyak pengguna LinkAja. Frekuensi penggunaan aplikasi tersebut adalah sebanyak 2-3 kali seminggu. Adapun jenis transaksi yang sering dilakukan adalah, 85% melakukan pembelian di *e-commerce*, 71% menggunakannya untuk biaya transportasi umum, dan 69% menggunakan aplikasi *e-wallet* untuk membeli pulsa atau kuota. Penggunaan aplikasi dompet digital ini hampir sama seperti menggunakan aplikasi *mobile banking*. Bedanya,

aplikasi ini tidak membutuhkan proses yang terlalu ribet seperti membuat rekening baru di bank.⁸

Peneliti melihat penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tania Yulista Pratiwi, Tahun 2023 dengan judul *"Pengaruh Motivasi Gaya Hidup dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN KHAS Jember"* menunjukkan bahwa dompet digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian tersebut memberikan gambaran penting bahwa keberadaan teknologi keuangan digital, termasuk dompet digital, telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Namun, penelitian tersebut belum secara khusus membahas bagaimana perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi dompet digital seperti DANA yang beroperasi tanpa kantor fisik dilihat dari perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

Dengan demikian, penelitian ini menjadi relevan untuk dilakukan guna memperluas kajian tentang perilaku konsumen, khususnya dalam penggunaan layanan DANA, serta mengevaluasi kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip perbankan syariah. Selain itu, penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif dan telah memberikan gambaran awal mengenai *"Pengaruh Motivasi Gaya Hidup dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember"*. Namun, hasil penelitian tersebut dirasa kurang meyakinkan bagi masyarakat karena hanya

⁸ Indira Lintang, "Data: 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia," INSIDER, diakses pada tanggal 26 November 2024 <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia>

menyajikan data dalam bentuk angka tanpa mendalami alasan, konteks, dan pengalaman subjektif dari para responden. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menggali lebih dalam tentang perilaku konsumen dalam penggunaan DANA tanpa kantor fisik, khususnya dalam perspektif prinsip operasional perbankan syariah, sehingga diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan relevan bagi masyarakat luas.

Meskipun di Indonesia terdapat berbagai aplikasi dompet digital seperti GoPay, OVO, ShopeePay, dan LinkAja, penelitian ini berfokus pada DANA karena memiliki karakteristik operasional yang unik dan relevan dengan tujuan penelitian. DANA merupakan aplikasi keuangan digital yang beroperasi sepenuhnya tanpa kantor fisik, namun tetap mampu memberikan layanan keuangan yang luas kepada masyarakat. Hal ini menjadikan DANA menarik untuk dikaji dari sisi kepercayaan dan persepsi pengguna terhadap sistem keuangan digital yang tidak memiliki bentuk fisik lembaga. Selain itu, berdasarkan laporan Populix tahun 2024, DANA menempati posisi kedua dengan jumlah pengguna tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 83%. Keunggulan DANA dalam hal keamanan transaksi, kemudahan akses, serta fitur-fitur yang mendukung gaya hidup digital masyarakat modern menjadikannya objek yang representatif untuk meneliti perilaku konsumen, terutama dalam perspektif kesesuaian dengan prinsip operasional perbankan syariah.

Subjek penelitian ini difokuskan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah karena mereka memiliki pemahaman akademik yang lebih mendalam mengenai prinsip-prinsip syariah dalam sistem keuangan. Mahasiswa dengan latar belakang pendidikan ini dinilai memiliki kemampuan untuk menilai apakah suatu layanan keuangan digital sesuai dengan prinsip operasional perbankan syariah, seperti keadilan, kehalalan transaksi, dan bebas riba. Berbeda dengan mahasiswa dari program studi lain seperti Ekonomi Syariah atau Akuntansi Syariah yang cenderung menyoroti aspek ekonomi makro atau pelaporan keuangan, mahasiswa Perbankan Syariah lebih fokus pada praktik lembaga keuangan dan sistem pembayaran yang sesuai dengan syariat Islam. Dengan demikian, pandangan mereka terhadap penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik dapat memberikan hasil penelitian yang lebih terarah dan mendalam dalam konteks penerapan prinsip syariah dalam layanan keuangan digital.

UIN Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember dipilih sebagai lokasi penelitian karena universitas ini merupakan salah satu perguruan tinggi Islam negeri yang memiliki fokus pengembangan pada kajian ekonomi dan keuangan syariah di wilayah tapal kuda Jawa Timur. Mahasiswa di lingkungan UIN KHAS Jember juga dikenal aktif dalam penggunaan teknologi keuangan digital untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, seperti pembayaran kuliah, belanja daring, maupun kegiatan sosial. Selain itu, dibandingkan dengan universitas lain di Jember atau perguruan tinggi Islam lainnya di Indonesia, UIN KHAS Jember memiliki karakteristik yang unik,

yaitu perpaduan antara nilai-nilai keislaman dan keterbukaan terhadap inovasi digital. Kondisi ini menjadikan UIN KHAS Jember sebagai lokasi yang ideal untuk mengkaji perilaku konsumen terhadap aplikasi DANA dalam perspektif prinsip operasional perbankan syariah, karena mencerminkan keseimbangan antara pemahaman keagamaan dan adaptasi terhadap kemajuan teknologi finansial.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Adapun fokus penelitiannya sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik?
2. Bagaimana mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian ini harus mengacu pada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya. Maka, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik.
2. Untuk mengetahui mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang alternatif solutif apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan berupa kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi peneliti, instansi, dan masyarakat (nasabah) secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis. Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis atau praktis.⁹ Masing-masing manfaat dijelaskan sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan sumbangan pemikiran terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang perbankan terutama terkait dengan analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah, serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya guna penelitian di kemudian hari, sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.

⁹ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember, 2021), 91.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Manfaat penelitian ini bagi peneliti yaitu penelitian ini sebagai informasi dan ilmu baru yang nantinya akan menambah pengalaman dalam hal teori dan praktik terkait dengan analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah, dan dapat menjadi pengalaman sesuai dengan jurusan untuk nanti dalam hal suatu pengorganisasian.

b. Bagi Almamater UIN KHAS Jember

Manfaat penelitian ini yaitu mendorong pengembangan ilmu pengetahuan dan inovasi yang dapat memajukan instansi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menumbuhkan minat civitas akademik untuk mengkaji lebih dalam tentang perbankan dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, khususnya pada penelitian yang terkait dengan analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

c. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengambilan keputusan yang terkait dengan analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian atau istilah – istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana yang dimaksud oleh peneliti. Adapun hal – hal yang didefinisikan antara lain:

1. Analisis

Analisis merupakan kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan.¹⁰

2. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat dipahami sebagai proses yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam menentukan pilihan, melakukan pembelian, menggunakan, hingga mengelola suatu produk, jasa, atau ide tertentu dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginan mereka.¹¹

3. Aplikasi DANA

Aplikasi DANA merupakan dompet digital yang sudah terdaftar di Bank Indonesia dengan memiliki empat lisensi yaitu, uang elektronik, Likuiditas Keuangan Digital (LKD), kirim uang serta terakhir dompet digital yaitu penyimpanan uang. Menurut Phan dan Oktavius, DANA juga

¹⁰ Irfan Al Rasyid, Doni Winarso, dan Rudy Asrianto, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Learning Management System (Lms) Ujian Online Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : SMA Muhammadiyah Bangkinang),” : 81.

¹¹ Jefri Putri Nugraha, dkk, *Teori Perilaku Konsumen* (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021), 1.

memiliki tiga pilar yaitu, *trusted* yang berarti DANA menjamin transaksi antar pengguna secara keseluruhan, kedua *friendly* yang berarti DANA menjadi platform yang dapat menghubungkan sesama pengguna, serta terakhir adanya pilar *accessible* dimana DANA memberikan cara mudah bagi pengguna untuk melakukan dan mengakses pembayaran non tunai dengan *smartphone*.¹²

4. Mahasiswa

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang pernah mengenyam pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi, Institut, dan Akademi, baik yang berstatus negeri maupun swasta, memiliki identitas diri. Identitas mahasiswa dibangun dari citra diri sebagai makhluk religius, manusia dinamis, makhluk sosial, dan manusia mandiri.

Mahasiswa adalah anggota masyarakat yang berada pada level elit karena kelebihanannya yang memiliki keunikan fungsi, peran, dan tanggung jawab. Dari identitasnya, mahasiswa sekaligus memiliki tanggung jawab intelektual, tanggung jawab sosial, dan tanggung jawab moral. Berdasarkan berbagai potensi dan peluang yang dimiliki oleh mahasiswa, maka kurang tepat jika seorang mahasiswa hanya mementingkan kebutuhannya sendiri tanpa memberikan kontribusi bagi bangsa dan negaranya.¹³

¹² Sri Afdiani, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Menggunakan Dompot Digital (Aplikasi DANA)” (Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2022): 25.

¹³ Riswan Jaenudin, dkk, *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University Terhadap Permasalahan Sosial : Penelitian di Indonesia dan Sudan* (Palembang: Bening Media Publishing, 2020): 20.

5. Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah

Beberapa pedoman mendasar untuk mengelola operasi bisnis perbankan Islam sudah mapan ketika datang untuk mengoperasionalkan perbankan Islam. Berikut ini adalah beberapa contoh gagasan dasar garis besar:

a. Bebas *Maghrib* (*Maysir, Gharar, Riba*)

Istilah "*maysir*" menggambarkan akumulasi uang yang cepat atau perolehan kekayaan hanya berdasarkan keberuntungan, apakah itu melibatkan pelanggaran hak orang lain atau tidak.

Dalam pandangan Islam, *gharar* merujuk pada bentuk transaksi ekonomi yang di dalamnya terdapat unsur ketidakjelasan, penipuan, atau tindakan yang merugikan pihak lain. Unsur ini dianggap dapat menimbulkan ketidakadilan dan bertentangan dengan prinsip kejujuran dalam muamalah.

Sementara itu, istilah *riba* dalam Al-Qur'an dipahami sebagai suatu bentuk pertambahan atau peningkatan yang bersifat berlebihan. Makna ini mencakup pengambilan keuntungan yang tidak wajar sehingga menimbulkan ketidakseimbangan dan bertentangan dengan prinsip keadilan dalam sistem ekonomi Islam..

Prinsip kepercayaan dan kehati-hatian dalam pengelolaan kegiatan perbankan syariah. Untuk mencapai kepercayaan masyarakat, semua

kewajiban bank harus dijamin oleh pemilik, manajemen, dan otoritas bank yang terlibat dalam mengatur pengawasan

b. Prinsip kontrak

Semua transaksi harus didukung oleh akad syariah, yaitu perjanjian tertulis antara bank dengan pihak lain yang berisi penawaran dan akseptasi yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak berdasarkan syariat Islam. Jika semuanya dilakukan sesuai, perjanjian tersebut dianggap asli.¹⁴



¹⁴ Nur Izzati, dan Muhammad Yazid, "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah," *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business* Vol. 04 No. 01 (April 2024): 2-4.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya).¹⁶

Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Tiara Ledy Afista, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, dan Fitri Ayu Nofirda, Universitas Muhammadiyah Riau, Tahun 2024 dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA”¹⁷

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perilaku konsumtif gen Z terhadap digital e-wallet DANA.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga alasan mendasar yang mendukung perilaku konsumtif gen Z saat, yaitu pelayanan dan fitur yang menarik, kenyamanan, dan kemudahan penggunaan e-wallet itu sendiri.

¹⁶ Tim penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: UIN KHAS Jember, 2021),93.

¹⁷ Tiara Ledy Afista, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, dan Fitri Ayu Nofirda, “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA,” *Jurnal Pendidikan Tambusai* Vo. 8 No. 1 (2024): 3344.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Iyus Wiadi dan Mohamad Sajili, Universitas Paramadina, Tahun 2023 dengan judul “Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digita”¹⁸

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen untuk pembelian cepat dan tidak terencana (pembelian impulsif) tergantung pada kampanye produk dan metode pembayaran yang digunakan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Covid-19 mengarah pada peningkatan perilaku belanja saat menggunakan dompet digital. Selain itu, terjadi perubahan karena tuntutan dan kebutuhan era digital serta perubahan budaya baru dari pembayaran tradisional ke pembayaran elektronik. Keempat faktor yaitu budaya, sosial, pribadi, dan faktor psikologi tersebut mempengaruhi terjadinya perubahan pada perilaku konsumen dalam menggunakan dompet digital untuk transaksi sehari-hari.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Zulfetri, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, Tahun 2022 dengan judul “Analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi DANA dalam Transaksi Sehari-Hari pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh”¹⁹

¹⁸ Iyus Wiadi dan Mohamad Sajili, “Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digita,” *Jurnal IDEAS* Vol. 9 No. 1 (Februari 2023): 221.

¹⁹ Zulfetri, “Analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari-Hari Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh” (Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2022), 64.

Penelitian ini berfokus untuk mengetahui respon pengguna dompet digital aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-raniry dalam transaksi sehari-hari serta mengetahui faktor apa saja yang menjadi penyebab penggunaan dompet digital aplikasi DANA.

Hasil dari penelitian ini bahwa penggunaan dompet digital terkhusus pada aplikasi DANA mampu memberikan pelayanan terbaik dan kemudahan bagi pengguna dalam bertransaksi sehingga memunculkan kepuasan dari konsumen, khususnya kalangan mahasiswa yang kerap melakukan transaksi retail.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Miftkhul Ummah, Tahun 2022 dengan judul “Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi dengan Kehadiran Digital Payment sebagai Alat Pembayaran oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember”²⁰

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui digital payment sebagai alat pembayaran dan pergeseran pola konsumsi dengan kehadiran digital payment sebagai alat pembayaran.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam penggunaan digital payment bagi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember diterima dengan baik. Dikarenakan pembayaran digital payment memberikan kemudahan transaksi bagi penggunanya dan digital payment juga memberikan penawaran berupa chasback, diskon, gratis ongkir

²⁰ Miftkhul Ummah, “Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi dengan Kehadiran Digital Payment sebagai Alat Pembayaran oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember,” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022), 8.

sehingga bisa menghemat pengeluaran dibandingkan melakukan pembayaran secara offline. Peneliti juga menilai dengan adanya digital payment, sebagian para pengguna khususnya mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember bisa mengukur efektifitas pembelian dari barang yang mereka beli namun sebagian yang lain mereka lakukan pembelian atas dasar suka-suka, dan pola konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terhadap hadirnya digital payment mengalami peningkatan pemakaian. Hal ini disebabkan karena ada 2 pola konsumsi pengguna yaitu pengeluaran untuk makanan pokok dan pengeluaran non makanan pokok. Pergeseran pola konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember bukan disebabkan perubahan suatu barang melainkan kemudahan akses digital payment dalam genggam tangan. Faktor yang mendominasi berubahnya pola konsumsi digital payment adalah pendapatan dari penggunanya, semakin banyak pendapatan maka semakin kuatnya keinginan untuk memiliki barang itu.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Rini Idayanti, dan Pepi Ulandari, IAIN Bone, dengan judul “Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital”²¹

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran aplikasi dompet digital DANA dalam memudahkan masyarakat melakukan pembayaran secara digital.

²¹ Rini Idayanti, dan Pepi Ulandari, “Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital”.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peran dompet digital Indonesia (DANA) yakni memudahkan masyarakat melakukan pembayaran digital dikarenakan tidak perlu lagi keluar rumah untuk melakukan transaksi, membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya dikarenakan bisa diakses dimanapun dan kapanpun, meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap aplikasi pembayaran digital yang diawasi oleh Bank Indonesia karena privasi sangat dijaga keamanannya, memberikan pelayanan berupa respon yang baik jika penggunanya mengalami masalah pembayaran digital.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Mumtaz Syabits Fathoni, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2024 yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta”²²

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana penggunaan dompet digital mempengaruhi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Disamping itu penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang berperan dalam pembentukan sikap konsumtif di kalangan mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menegaskan bahwa kemudahan dan manfaat penggunaan dompet digital berkontribusi signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sesuai dengan konsep *perceived usefulness* dan *ease of use* dalam TAM. Penelitian ini menggaris bawahi

²² Mumtaz Syabits Fathoni, “Pengaruh Penggunaan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024): 7.

pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana untuk menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan dan manfaat teknologi.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Ervina Berliana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, Tahun 2023 yang berjudul “Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam”²³

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak dompet digital (*e-wallet*) bagi masyarakat di desa pekalongan kecamatan pekalongan lampung timur dan untuk mengetahui bagaimana perspektif ekonomi Islam mengenai dompet digital (*e wallet*).

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *e-wallet* memberikan dampak terhadap masyarakat Desa Pekalongan. Dampak signifikan yang dirasakan masyarakat yaitu kemudahan yang di dapat saat melakukan transaksi (efektif, efisien, praktis), banyaknya promo yang diperoleh, keamanan yang terjamin, serta informasi yang lengkap. Selain kemudahan, terdapat dua dampak yang merugikan masyarakat yaitu meningkatnya gaya hidup konsumtif dan ketergantungan pada gawai/*smartphone*. Kemudian perspektif ekonomi Islam terhadap transaksi masyarakat dalam menggunakan *e-wallet* adalah: tidak mengandung *masysir* (judi), tidak menimbulkan *riba* (mengambil keuntungan tambahan), tidak adanya *Tadlis* (penipuan), dan tidak

²³ Ervina Berliana, “Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Skripsi, IAIN Metro, 2023): 5.

mendorong *Israf* (pengeluaran yang berlebihan) dalam setiap transaksinya.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Tania Yulista Pratiwi, UIN KHAS Jember, Tahun 2023 yang berjudul “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember”²⁴

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah motivasi, gaya hidup, dan dompet digital apakah berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.

Hasil dari penelitian diketahui bahwa Motivasi, Gaya Hidup, Dompot Digital berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Yuni Maulidatul Mukarromah, UIN KHAS Jember, Tahun 2023 dengan judul “Problematika Sistem Pembayaran Aplikasi DANA sebagai *E-Wallet* di Indonesia Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”²⁵

²⁴ Tania Yulista Pratiwi, “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember” (Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023): 8.

²⁵ Yuni Maulidatul Mukarromah, “Problematika Sistem Pembayaran Aplikasi DANA sebagai E-Wallet di Indonesia Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah”(Skripsi, UIN KHAS Jember):6.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sistem pembayaran Aplikasi DANA sebagai *e wallet* di Indonesia berdasarkan PBI No.18/40/PBI/2016 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Hasil dari penelitian ini bahwa analisis sistem pembayaran aplikasi DANA berdasarkan Peraturan Bank Indonesia nomor 18/40/PBI/2016 sudah sesuai dengan yang tercantum dalam pasal 2, namun masih belum memenuhi semua aturan dalam pasal 21 yang menjelaskan mengenai diwajibkannya penyelenggara untuk segera melaksanakan pengembalian dana (*refund*) kepada pengguna Dompet Elektronik, dan berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah termasuk dalam pasal yang berhubungan dengan akad *wadi'ah* untuk transaksi top up saldo, jual beli untuk transaksi pembelian produk dan sewa (*ijarah*) untuk transaksi pelayanan jasa.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Nawang Syh, Anugrah Nurila Anwar, dan Hariz Safiudin Riqqo, UIN Sunan Ampel Surabaya, Tahun 2024 yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia”²⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumen dalam pemilihan produk perbankan syariah di Indonesia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor- faktor seperti tingkat religiusitas, kepercayaan, sikap, dan persepsi masyarakat berpengaruh besar terhadap minat konsumen. Penghambat seperti

²⁶ Sri Nawang Syh, Anugrah Nurila Anwar, dan Hariz Safiudin Riqqo, “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia,” *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 2 No. 1 (2024): 77.

kurangnya kesadaran, efektivitas sosialisasi, dan tekanan pengaruh materi juga memengaruhi keputusan konsumen. Proses pengambilan keputusan melibatkan faktor eksternal dan internal, termasuk kepercayaan, pengetahuan, lokasi bank, biaya, dan kepuasan.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

NO	PENELITI	JUDUL	PERSAMAAN	PERBEDAAN
1.	MIFTAK HUL UMMAH (2022)	Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi dengan Kehadiran Digital Payment Sebagai Alat Pembayaran oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember	a. Sama-sama meneliti terkait aplikasi dompet digital pada mahasiswa. b. Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. c. Lokasi penelitian sama-sama di UIN KHAS Jember.	a. Penelitian terdahulu menganalisis perilaku konsumsi sedangkan penelitian saya menganalisis perilaku konsumen. b. Penelitian terdahulu fokus pada digital payment saja sedangkan penelitian saya fokus pada aplikasi DANA.
2.	Zulfitri (2022)	Analisis Penggunaan Dompet Digital Aplikasi DANA dalam Transaksi Sehari-Hari pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh	a. Sama-sama meneliti aplikasi dompet digital DANA. b. Fokus penelitian sama-sama meneliti terkait penggunaan aplikasi dompet digital DANA dalam transaksi sehari-hari oleh mahasiswa. c. Menggunakan metode penelitian kualitatif.	a. Lokasi penelitian terdahulu terletak pada UIN Ar-Raniry Banda Aceh sedangkan lokasi penelitian saya terletak pada UIN KHAS Jember.
3.	Yuni Maulidatul	Problematika Sistem	a. Sama-sama meneliti aplikasi	a. Metode penelitian terdahulu

	Mukarromah (2023)	Pembayaran Aplikasi DANA sebagai <i>E-Wallet</i> di Indonesia Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah	dompet digital DANA. b. Lokasi penelitian sama-sama terletak di UIN KHAS Jember.	menggunakan pendekatan empiris sedangkan penelitian saya menggunakan metode kualitatif. b. Fokus penelitian terdahulu berfokus pada sistem pembayaran aplikasi DANA berdasarkan Peraturan Bank Indonesia sedangkan penelitian saya berfokus pada dampak penggunaan aplikasi DANA terhadap perilaku konsumen.
4.	Iyus Wiadi dan Mohamad Sajili (2023)	Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Dompet Digital	a. Sama-sama meneliti perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi dompet digital. b. Metode penelitian yang digunakan sama-sama metode kualitatif.	a. Subjek penelitian terdahulu yaitu pada Generasi Milenial sedangkan subjek penelitian saya pada Mahasiswa Perbankan Syariah. b. Penelitian terdahulu meneliti dompet digital sedangkan penelitian saya lebih spesifik pada dompet digital aplikasi DANA.
5.	Rini Idayanti, Pepi Ulandari (2023)	Peran Aplikasi Dompet Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital	a. Sama-sama meneliti terkait dengan aplikasi dompet digital DANA. b. Metode penelitian yang digunakan sama-sama metode kualitatif.	a. Penelitian terdahulu berfokus pada peran aplikasi DANA sedangkan penelitian saya berfokus pada perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA. b. Subjek penelitian terdahulu pada masyarakat sedangkan subjek

				penelitian saya pada mahasiswa.
6.	Ervina Berliana (2023)	Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam	a. Sama-sama meneliti dampak penggunaan <i>E-Wallet</i> atau dompet digital. b. Metode penelitian yang digunakan sama-sama kualitatif.	a. Lokasi penelitian terdahulu di Desa Pekalongan Kec.Pekalongan Kab.Lampung Timur sedangkan penelitian saya terletak di Jember tepatnya di UIN KHAS Jember. b. Subjek penelitian terdahulu yaitu pada masyarakat desa secara menyeluruh sedangkan penelitian saya pada mahasiswa UIN KHAS Jember saja.
7.	Tania Yulista Pratiwi (2023)	Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompet Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember	a. Sama-sama meneliti dompet digital pada mahasiswa. b. Lokasi penelitian sama-sama di UIN KHAS Jember.	a. Metode penelitian terdahulu menggunakan metode kuantitatif sedangkan penelitian saya menggunakan metode kualitatif. b. Subjek penelitian terdahulu yaitu pada seluruh mahasiswa FEBI UIN KHAS Jember sedangkan penelitian saya pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah saja.
8.	Mumtaz Syabits Fathoni (2024)	Pengaruh Penggunaan Dompet Digital terhadap	a.Sama-sama meneliti aplikasi dompet digital DANA di kalangan	a. Subjek penelitian terdahulu yaitu mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

		Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	mahasiswa.	sedangkan sebjek penelitian saya yaitu pada mahasiswa Perbankan Syariah UIN KHAS Jember. b. Metode penelitian terdahulu yaitu metode kuantitatif sedangkan penelitian saya menggunakan metode kualitatif.
9.	Sri Nawang Syh , Anugrah Nurila Anwar, dan Hariz Safiudin Riqqo (2024)	Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia	Sama-sama menganalisis tetang perilaku konsumen	a. Fokus penelitian terdahulu yaitu menganalisis perilaku konsumen dalam memilih produk perbankan syariah sedangkan penelitian saya berfokus pada perilaku konsumen dalam penggunaan dompet digital. b. Subjek penelitian terdahulu pada masyarakat luas sedangkan penelitian saya pada mahasiswa perbankan syariah.
10.	Tiara Ledy Afista, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, dan Fitri Ayu Nofirda (2024)	Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA	a.Sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. b.Sama-sama meneliti aplikasi DANA.	a.Subjek peneitian terdahulu yaitu pada Gen-Z sedangkan penelitian saya pada Mahasiswa Perbankan Syariah. b.Penelitian terdahulu menganalisis perilaku konsumtif sedangkan penelitian saya menganalisis perilaku konsumen.

Sumber: Data yang diolah dari penelitian terdahulu, Tahun 2024

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan fokus dan tujuan penelitian. Adapun kajian teori dalam penelitian ini, antara lain:

1. Analisis

a. Pengertian Analisis

Analisis jika dalam bahasa Indonesia diartikan sebagai penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan dan lain sebagainya) untuk mengetahui sebenarnya (sebab-musabahnya, duduk perkaranya dan sebagainya). Namun menurut para ahli mendefinisikan makna analisis berbeda - beda tapi tetap dengan satu tujuan yang sama. Berikut ini beberapa definisi analisis menurut para ahli:

- 1) Analisis dapat dipahami sebagai proses berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian kecil agar setiap komponennya dapat dikenali dan dipahami fungsinya secara utuh. Pandangan ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Yuni Septiani (2021) yang menjelaskan bahwa analisis

mencakup upaya memecah suatu unit menjadi unsur-unsur yang lebih sederhana agar mudah dipelajari keterkaitannya.²⁷

2) Analisis dapat diartikan sebagai proses menguraikan suatu pokok permasalahan ke dalam bagian-bagian tertentu agar setiap komponen dapat ditelaah secara mendalam. Melalui penguraian ini, hubungan antarbagian dapat dipahami dengan lebih jelas sehingga memberikan gambaran yang utuh terhadap keseluruhan makna dari objek yang diteliti.

3) Analisis juga dapat dipahami sebagai kegiatan meneliti dan memilah suatu hal untuk dikelompokkan berdasarkan keterkaitan dan maknanya. Proses ini melibatkan upaya penguraian dan pengklasifikasian data atau konsep agar dapat ditafsirkan secara tepat sesuai dengan tujuan penelitian.²⁸

4) Analisis dapat dimaknai sebagai suatu proses penyelidikan yang bertujuan untuk menemukan dan memahami fakta-fakta yang berkaitan dengan suatu peristiwa atau tindakan tertentu. Melalui kegiatan ini, peneliti berupaya menelusuri asal-usul, penyebab, serta hubungan antarunsur yang membentuk peristiwa tersebut agar memperoleh pemahaman yang lebih akurat.

5) Analisis juga dapat diartikan sebagai kegiatan menelusuri dan mengkaji suatu peristiwa atau fenomena dengan tujuan mengetahui

²⁷ Yuni Septiani, Edo Arribe, dan Risnal Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual," *Jurnal Teknologi Dan Open Source* Vol. 3 No. 1 (Juni 2020): 133.

²⁸ Yadi, "Analisa Usability Pada Website Traveloka," *Jurnal Ilmiah Betrik* Vol. 9 No. 2 (Desember 2018): 174.

kondisi sebenarnya, termasuk faktor penyebab dan duduk perkaranya. Proses ini membantu peneliti memahami situasi secara lebih mendalam serta mengungkap makna di balik setiap kejadian yang diteliti.²⁹

6) Analisis dapat diartikan sebagai proses pemecahan suatu permasalahan ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan. Melalui pemecahan ini, setiap komponen dapat dipelajari fungsinya serta bagaimana keterhubungannya membentuk suatu kesatuan yang utuh.

7) Analisis merupakan kegiatan berpikir yang sistematis untuk menelusuri pola dan hubungan antarunsur dalam suatu objek kajian. Melalui proses ini, peneliti berupaya memahami keterkaitan antara bagian-bagian tersebut dengan keseluruhan struktur agar dapat menarik kesimpulan yang logis dan menyeluruh.³⁰

8) Analisis dapat dipahami sebagai proses menguraikan suatu sistem yang utuh menjadi bagian-bagian komponennya dengan tujuan untuk mengenali dan menilai permasalahan, peluang, serta hambatan yang ada. Melalui proses ini, peneliti dapat menentukan

²⁹ Indra Foreman Onsu, Michael S. Mantiri, dan Frans Singkoh, "Analisis Pelaksanaan Tugas Pokok Dan Fungsi Camat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Di Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa," *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* Vol. 3 No. 3 (2019): 2-3.

³⁰ Darmawati, "Analisis Manajemen Pembelajaran Pendidikan Pancasila dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai-Nilai Pancasila pada Mahasiswa Semester I Prodi Pendidikan Jasmani Unimerz Tahun 2022," *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge* Vol. 2 No. 10 (Maret 2023): 3939.

kebutuhan yang diperlukan serta merumuskan usulan perbaikan yang lebih tepat dan efektif.

Dari beberapa pendapat diatas dapat ditarik disimpulkan bahwa analisis merupakan kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen dengan maksud untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi permasalahan, kesempatan, hambatan yang terjadi dan kebutuhan yang diharapkan sehingga dapat diusulkan perbaikan.³¹

2. Prilaku Konsumen

a. Pengertian Perilaku Konsumen

Berbicara mengenai manusia sebagai konsumen, pasti memiliki kebutuhan maupun keinginan didalam hidupnya. Kebutuhan maupun keinginan para konsumen sangat beragam dan dapat berubah-ubah sesuai dengan pertumbuhan zaman dan dipengaruhi oleh banyak faktor yang memengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Maka dari itu, yang bertugas dalam melakukan pemasaran harus dapat menguasai dan memahami akan perilaku konsumen agar aktivitas pemasaran yang direalisasikan mampu berjalan dengan praktis dan sukses, sehingga target perusahaan dapat tercapai.

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai tindakan- tindakan yang dilakukan konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa

³¹ Irfan Al Rasyid, Doni Winarso, dan Rudy Asrianto, “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Learning Management System (Lms) Ujian Online Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : SMA Muhammadiyah Bangkinang),”: 81.

melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.³²

Beberapa definisi dari perilaku konsumen yang ditafsirkan oleh beberapa para ahli diantaranya ialah sebagai berikut. Berdasarkan penafsiran Hasan, perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan berdasarkan penafsiran Sunyoto perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatankegiatan tersebut.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut: “*The term consumer behavior refers to the behavior that consumers display in searching for, purchasing, using, evaluating, and disposing of products and services that they expect will satisfy their needs*” (istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka).

³² Siska Yuli Anita dkk., *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2023): 7.

Menurut Engel, Blackwell dan Miniard, “*We define consumer behavior as those activities directly involved in obtaining, consuming and disposing of products and services, including the decision processes that precede and follow these action*” (kami mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini).

Dari pengertian-pengertian perilaku konsumen di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa definisi perilaku konsumen adalah suatu perilaku atau tindakan individu maupun kelompok (konsumen) dalam membeli atau mempergunakan produk ataupun jasa yang melibatkan proses pengambilan keputusan sehingga mereka akan mendapatkan produk ataupun jasa yang diinginkan oleh seorang konsumen.³³

b. Perilaku Konsumen dalam Islam

1) Pengertian Perilaku Konsumen dalam Islam

Perilaku konsumen dalam Islam berupaya memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani, dengan tetap berpegang teguh pada norma-norma syariat Islam. Hal ini mencakup evaluasi apakah barang dan jasa yang dimakan mematuhi hukum makanan Islam (*halal*) atau dilarang (*haram*), niat di balik konsumsi seorang

³³ Jefri Putri Nugraha dkk., *Teori Perilaku Konsumen*, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021): 1-4.

Muslim, aspek etika dan moral konsumsi, dan hubungan antara perilaku konsumsi seorang Muslim dengan lingkungan sekitarnya.

Ekonomi Islam berpusat pada studi tentang sikap manusia terhadap kekayaan, yang meliputi tindakan yang dilakukan individu untuk memperoleh kekayaan (produksi), mengelolanya (pengelolaan kekayaan), dan memanfaatkan kekayaan (konsumsi). Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen dipandu oleh kerangka kerja etika yang lengkap yang mencakup seluruh proses pemilihan, penggunaan, dan perolehan manfaat dari berbagai hal. Konsumen Muslim harus menahan diri untuk tidak mengadopsi pola konsumsi yang hanya didorong oleh kesenangan, yang kadang-kadang disebut sebagai *Tarf*, karena bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dan dapat memiliki konsekuensi yang merugikan bagi kehidupan individu.

Dalam Islam, perilaku konsumen dipengaruhi oleh perbedaan yang jelas antara halal (diperbolehkan) dan haram (dilarang). Menggabungkan yang halal dengan yang haram sangat dilarang dalam setiap usaha bisnis. Hal ini berkaitan dengan batasan-batasan konsumsi dalam kerangka perilaku konsumen Muslim. Konsumen Muslim diharuskan untuk memilih barang halal dan menjauhkan diri dari mengonsumsi produk haram. Pemilihan barang halal juga mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Prinsip utama perilaku konsumen dalam sistem ekonomi islam yang ada di AlQur'an adalah:

- a) Hidup sederhana dan menghindari kemewahan (*tarf*) Hal ini menyiratkan bahwa satusatunya tujuan kegiatan ekonomi adalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*).
- b) Mengimplementasikan zakat, infak, dan shodaqoh. Mengalokasikan pendapatan untuk amal sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Salah satu penyeimbang dari alur kebutuhan individu juga dikenal sebagai alur konsumsi sosial adalah zakat, infak, shadaqah, dan praktik-praktik sejenisnya. Tidak ada penyaluran lain yang seperti ini dalam Ekonomi Islam.
- c) Larangan *riba* akan digantikan dengan program bagi hasil yang menggabungkan instrumen mudharabah dan musyarakah dalam transaksi bisnis.
- d) Mengoperasikan bisnis yang halal: segala sesuatu mulai dari barang atau komoditas hingga proses produksi dan distribusi harus mematuhi peraturan halal. Perusahaan tidak boleh berurusan dengan kegiatan spekulatif (*gharar*) dan perjudian (*maisir*).³⁴

2) Teori Perilaku Konsumen Muslim

Berbagai teori perilaku konsumsi muncul dari prinsip-prinsip dasar konsumsi, seperti:

³⁴Nurul Wahida Aprilya, Idris Parakkasi, dan Sudirman, "Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam," ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 7 No. 2 (Juli 2024): 160-162.

a) Konsep Keberkahan; Perilaku pembelian konsumen Muslim dipengaruhi oleh pandangan spiritual mengenai *barakah*, yaitu keyakinan bahwa setiap transaksi atau kegiatan ekonomi sebaiknya membawa keberkahan serta nilai-nilai kebaikan yang diridai oleh Allah. Jaminan keberkahan ini secara eksplisit telah dijamin oleh Allah dalam Al-Qur'an, yaitu pada surat Al A'raf ayat 96, yang menyatakan:

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ ﴿٩٦﴾

Artinya: “Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, niscaya Kami akan membukakan untuk mereka berbagai keberkahan dari langit dan bumi. Akan tetapi, mereka mendustakan (para rasul dan ayat-ayat Kami). Maka, Kami menyiksa mereka disebabkan oleh apa yang selalu mereka kerjakan.”³⁵

Masyarakat menerima kesejahteraan sebagai hasil dari karunia yang Allah limpahkan melalui bumi. Konsumen yang memprioritaskan manfaat memiliki tingkat kesejahteraan yang lebih tinggi dibandingkan yang tidak. Kandungan keberkahan dari suatu produk merupakan faktor yang signifikan dalam keputusan konsumen Muslim untuk mengonsumsinya, bukan semata-mata perihal harga. Konsep keberkahan ini tidak dapat diubah dalam konteks praktik bisnis Muslim. Memasukkan keberkahan ke

³⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan Q.S. Al-A'raf ayat 96 diakses pada 20 Januari 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=1&to=111>.

dalam atribut produk yang dijual produsen akan mendorong peningkatan permintaan.

b) Konsep Konsumsi Sosial. Perilaku konsumen Muslim memiliki ciri khas tersendiri karena tidak hanya berorientasi pada kepentingan pribadi, tetapi juga mempertimbangkan aspek sosial melalui kegiatan seperti zakat dan sedekah. Kegiatan tersebut menjadi sarana untuk menjaga keseimbangan antara kebutuhan individu dan tanggung jawab sosial. Selain itu, perilaku konsumsi umat Islam dibatasi oleh ketentuan hukum syariah yang melarang praktik riba. Dalam konteks ini, terdapat hubungan yang berlawanan antara riba dan aktivitas sosial seperti sedekah atau zakat ketika praktik riba meningkat, kecenderungan untuk berbagi menurun, dan sebaliknya.

c) Konsep Kemanfaatan (*maslahah*). Ekonomi konvensional menganggap utilitas sebagai tujuan dari konsumsi, sedangkan ekonomi Islam dipandu oleh prinsip *maslahah*. Perbedaannya terletak pada kualitas subyektif dari utilitas, yang ditentukan oleh kepuasan keinginan, sedangkan *maslahah* lebih obyektif karena bergantung pada kepuasan kebutuhan. Dalam Al-Quran, *maslahah* sering disebut sebagai manfaat atau *manafi'*, yang mencakup kesejahteraan yang nyata dan psikologis, dan dikaitkan dengan keuntungan di kehidupan sekarang dan akhirat. Gagasan *maslahah* memiliki arti penting dalam perilaku konsumen

Muslim, termasuk segala sesuatu yang bermanfaat bagi individu, baik dalam hal memberikan pahala maupun mencegah bahaya. Menurut Shatibi, *maslahah* mengacu pada perolehan atau pengendalian sumber daya atau jasa yang melindungi prinsip-prinsip dasar dan tujuan eksistensi manusia. Seorang Muslim terlibat dalam perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhannya dengan tujuan memaksimalkan manfaat bagi kehidupannya dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip hukum Islam. Kebutuhan seseorang dapat berbeda tergantung pada variabel seperti usia, status sosial, dan keadaan eksternal lainnya.³⁶

c. Pentingnya Perilaku Konsumen

Alasan dalam melakukan aktivitas pemasaran adalah bertujuan untuk menarik perhatian serta membuat konsumen terpengaruh agar konsumen tertarik untuk membeli barang ataupun jasa yang ditawarkan.

Metode pemasaran di zaman sekarang ini sudah lebih modern, disini konsumen dijadikan sebagai sasaran untuk diperhatikan terutama mengenai perilaku konsumen.

Alasan dalam mempelajari perilaku konsumen ini dikarenakan sangat penting dalam melakukan pemasaran suatu produk yang dihasilkan dan diperlukan karena di dunia ini perkembangan tren yang sering berubah-ubah dan secara otomatis konsumen juga akan mengikuti perkembangan di sekitarnya. Sehingga dengan memahami

³⁶ Nurul Wahida Aprilya, Idris Parakkasi, dan Sudirman, "Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam," ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah Vol. 7 No. 2 (Juli 2024): 165-166.

perubahan-perubahan tersebut pemasar akan lebih muda dalam mencapai pemasaran yang sukses.³⁷

d. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Dengan mempelajari perilaku konsumen akan sangat bermanfaat bagi para pemasar untuk penunjang suksesnya perusahaan dalam memasarkan produknya kepada konsumen. Perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting yang harus diketahui oleh suatu perusahaan.³⁸ Menurut Kotler, faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi dan faktor psikologi, berikut adalah rinciannya:

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

a) *Culture* (Budaya)

Adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Anak memperoleh serangkaian nilai (*values*), persepsi, preferensi, dan perilaku melalui keluarganya dan institusi-institusi utama lainnya. Seorang anak yang dibesarkan di Asia mendapat nilai-nilai berikut: hubungan

³⁷ Jefri Putri Nugraha dkk., *Teori Perilaku Konsumen*, (Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021): 5-6.

³⁸ Jefri Putri Nugraha dkk., 6-10.

keluarga dan pribadi, kepatuhan, kepercayaan (*trust*), menghormati pada orang yang lebih tua, dan kesalehan.

b) Kelas Sosial

Semua masyarakat manusia menunjukkan stratifikasi sosial. Stratifikasi kadang-kadang berupa sistem kasta seperti di masyarakat India tradisional, dimana anggota dari kasta yang berbeda dibesarkan untuk peranan-peranan tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Yang lebih sering adalah stratifikasi dalam bentuk kelas sosial. Kelas sosial adalah divisi atau kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat yang tersusun secara hirarki dan anggota anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

2) Faktor Sosial

Perilaku seorang konsumen yang dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti perilaku kelompok acuan (kelompok referensi), keluarga, serta peran dan status sosial dari konsumen.

a) Kelompok Acuan

Kelompok acuan seseorang terdiri dari semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau pengaruh tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Kelompok-kelompok yang mempunyai pengaruh langsung terhadap seseorang disebut kelompok keanggotaan (*membership groups*). Ini merupakan kelompok di mana orang tersebut ikut

serta dan berinteraksi. Sebagian merupakan kelompok primer, seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, yang mana orang tersebut secara terus menerus berinteraksi dengan mereka. Kelompok primer cenderung bersifat informal. Seseorang juga termasuk dalam kelompok sekunder, seperti kelompok religius, kelompok profesi. Kelompok asosiasi perdagangan, yang cenderung bersifat lebih formal dan mempunyai interaksi yang tidak begitu rutin.

b) Keluarga

Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang saling berpengaruh. Kita bisa membedakan dua keluarga dalam kehidupan pembeli. Keluarga orientasi (*family of orientation*) terdiri dari orang tua seseorang. Dari orang tua, seseorang memperoleh orientasi terhadap agama, politik, dan ekonomi serta pemahaman atas ambisi pribadi, penghargaan pribadi, dan cinta. Bahkan jika pembeli sudah tidak lagi terlalu sering berinteraksi dengan orang tuanya, pengaruh orang tua terhadap perilaku pembeli tersebut bisa saja tetap signifikan. Di negara-negara di mana orang tua hidup bersama anak-anak mereka yang sudah dewasa, pengaruh mereka dapat saja bersifat substansial.

c) Peran dan Status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contoh Direktur akan memakai pakaian yang mahal dan mengendarai mobil *Mercedes Benz*.

3) Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu usia pembeli dan tahap siklus hidup pembeli, pekerjaan, kondisi ekonomi. Gaya hidup, serta kepribadian dan kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.

a) Usia dan Tahap Siklus Hidup

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan bertambahnya usia. Pembelian dibentuk oleh tahap siklus hidup keluarga, sehingga pemasar perlu memperhatikan perubahan minat pembelian yang berhubungan dengan daur siklus hidup manusia.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Dengan demikian, pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan

seseorang terhadap minatnya akan produk atau jasa yang akan dibelinya.

c) Kondisi Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi seseorang. Kondisi ekonomi meliputi pendapatan yang bisa dibelanjakan (tingkat pendapatan, stabilitas, dan pola waktunya), tabungan dan kekayaan (termasuk persentase yang likuid), utang, kemampuan untuk meminjam, dan sikap terhadap belanja versus menabung.

d) Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub-kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, akan dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Setiap orang memiliki kepribadian sendiri yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan

tetap terhadap lingkungannya. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan secara kepercayaan diri, dominasi, otonomi, rasa hormat, keramahan atau suka bergaul, defensif, dan kemampuan beradaptasi. Kepribadian bisa menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis perilaku konsumen bila tipe-tipe kepribadian dapat diklasifikasikan dan jika terdapat korelasi yang kuat antara tipe kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi pula oleh empat faktor psikologis utama, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan (*learning*), serta keyakinan dan sikap.

a) Motivasi

Seseorang memiliki banyak kebutuhan pada setiap waktu tertentu. Sebagian kebutuhan bersifat biogenik. Kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi/ketegangan seperti lapar, haus, tidak senang. Kebutuhan yang lain bersifat psikogenik, kebutuhan yang demikian berasal dari keadaan psikologis berkaitan dengan tensi seperti kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa kepemilikan. Sebagian besar kebutuhan psikogenik tidak cukup kuat untuk memotivasi orang tersebut untuk bertindak secara langsung. Suatu kebutuhan menjadi motif bila telah mencapai tingkat

intensitas yang memadai. Motif dan dorongan adalah kebutuhan yang cukup untuk mendorong untuk mendorong seseorang agar bertindak. Pemuasan kebutuhan tersebut akan mengurangi rasa ketegangan.

b) Persepsi

Seseorang yang termotivasi akan siap untuk bertindak, namun bagaimana ia benar-benar bertindak sangat dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu. Dalam proses bertindak, seseorang akan belajar dan memperoleh pengetahuan, karena sebagian besar perilaku manusia terbentuk melalui pengalaman. Dari pengalaman tersebut, lahirlah keyakinan dan sikap yang kemudian memengaruhi perilaku pembelian. Perusahaan tentu sangat berkepentingan terhadap keyakinan yang dimiliki konsumen mengenai produk dan jasa mereka, karena keyakinan tersebut membentuk citra produk atau merek yang menjadi dasar tindakan konsumen. Jika terdapat keyakinan yang keliru dan menghambat pembelian, produsen biasanya akan meluncurkan kampanye untuk memperbaikinya.³⁹

e. Jenis Perilaku Konsumen

Jenis-jenis perilaku konsumen sendiri memiliki perbedaan antara konsumen yang satu dengan konsumen lainnya dan juga bermacam-macam modelnya. Contohnya ketika konsumen akan

³⁹ Siska Yuli Anita dkk., *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2023): 7-13.

membeli atau sebelum melakukan pembelian terhadap produk furniture, konsumen akan melihat terlebih dahulu bahannya dari apa, tingkat ketahanan jangka panjang, harga, kegunaan, bahkan termasuk juga estetika dari furniture tersebut. Intinya konsumen akan melakukan apa yang disebut sebagai perilaku konsumen. Menurut Peter dan Olson, terdapat dua jenis perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen yang bersifat rasional dan perilaku konsumen yang bersifat irrasional. Dari kedua jenis perilaku konsumen tersebut mempunyai ciri masing-masing.

Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat rasional:

- 1) Konsumen menentukan produk menurut kebutuhan.
- 2) Produk yang diambil konsumen memiliki manfaat yang optimal untuk konsumen.
- 3) Konsumen memastikan produk yang kualitasnya terjaga dengan baik.
- 4) Konsumen membeli produk yang harganya menyesuaikan dengan kemampuan konsumen.

Ciri-ciri perilaku konsumen yang bersifat irrasional:

- 1) Konsumen sangat mudah tergoda dengan iklan dan promosi dari media cetak ataupun elektronik.
- 2) Konsumen tertarik untuk membeli produk-produk bermerek atau *branded* yang sudah beredar luas dan sangat populer.

- 3) Konsumen membeli produk bukan karena menurut kebutuhan, melainkan karena status berkelas dan gengsi yang tinggi.

Dari penjelasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yang bersifat rasional merupakan tindakan perilaku konsumen saat pembelian suatu barang dan jasa yang lebih mengutamakan aspek-aspek konsumen secara umum, contohnya seperti tingkat kebutuhan yang mendesak, kebutuhan primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen. Selanjutnya adalah perilaku konsumen yang bersifat irrasional, merupakan perilaku konsumen yang gampang terpengaruh oleh rayuan-rayuan diskon dari sebuah produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan yang bersifat penting.⁴⁰

3. Aplikasi DANA

a. Pengertian Aplikasi DANA

Era digital saat ini, akses untuk melakukan kegiatan investasi menjadi lebih mudah, terutama berinvestasi di bursa saham Indonesia. Kecanggihan teknologi menciptakan kemudahan akses untuk menggali informasi apapun di media sosial.⁴¹

Aplikasi DANA merupakan dompet digital non-bank yang cukup populer di Indonesia. Aplikasi DANA didirikan oleh PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (Emtek) dan telah bekerja sama dengan berbagai merchant dan perusahaan di Indonesia. Pengguna aplikasi DANA dapat

⁴⁰ Jefri Putri Nugraha dkk., 10-12.

⁴¹ Adil Siswanto, Muhammad Irfan Fatoni, dan Shivam Kakati, "The Effect of Dollar Exchange Rate of The Finance Performance in Indonesia," *Journal of Islamic Economic Perspectives (JIEP)* Vol. 6 No. 2 (2024): 1.

melakukan pembayaran di merchant-merchant yang bekerja sama, mengirim dan menerima uang, membeli pulsa, membayar tagihan, serta melakukan transaksi lainnya. Aplikasi DANA juga terintegrasi dengan aplikasi Gojek, sehingga pengguna dapat menggunakan saldo DANA untuk membayar layanan Gojek. Aplikasi DANA juga memiliki fitur cashback dan promo yang menarik bagi pengguna setianya.⁴²

Aplikasi DANA merupakan salah satu produk finansial digital yang dikembangkan di Indonesia dengan dukungan tenaga ahli lokal serta investasi dari perusahaan berskala internasional. Platform ini berada di bawah naungan PT Elang Mahkota Teknologi Tbk sebagai pemegang saham utama bersama Ant Financial. Dari sisi teknologi, DANA memiliki sistem keamanan yang setara dengan standar keamanan perbankan. Selain itu, keberadaan *Data Center* (DC) dan *Data Recovery Center* (DRC) di Indonesia memperkuat kinerjanya dalam menjaga stabilitas dan keandalan transaksi dalam jumlah besar. Karena tuntutan konsumen, saat ini pemasaran berbasis digital marketing semakin dibutuhkan, karena itu sosial media marketing lebih diminati konsumen.⁴³

Ada beberapa kekurangan aplikasi DANA yaitu merchant yang masih terbatas. Bila dibandingkan dengan kompetitor lainnya, seperti OVO, Go-pay dan LinkAja. Merchant yang telah bekerja sama dengan

⁴² Suyatno, *Mengenal Dompet Digital di Indonesia* (Banten: CV. AA. RIZKY, 2023), 29-30.

⁴³ M.F. Hidayatullah, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah, "Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id," *Human Falah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Juni 2023): 127.

DANA jauh lebih sedikit dan juga belum menjangkau pedagang kecil, seperti pedagang kaki lima. Padahal aplikasi OVO dan Go-pay telah menjangkau ke sektor-sektor yang lebih kecil dalam sejauh ini.

Aplikasi DANA memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan platform sejenis, salah satunya adalah proses registrasi yang dapat disetujui secara *realtime*. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk segera mengaktifkan akun tanpa harus menunggu lama, sehingga memberikan pengalaman penggunaan yang lebih cepat dan efisien. Aplikasi DANA telah mendapatkan empat lisensi Bank Indonesia (BI) yaitu perizinan penggunaan *e-wallet* dan *e-payment*. Lembaga keuangan digital serta transfer uang online agar meyakinkan para nasabah atau pelanggan bahwa aplikasi DANA aman untuk bertransaksi. Dengan menggunakan DANA masyarakat yang sedang sulit untuk mendapatkan akses perbankan bisa memakai DANA dalam kegiatan transaksinya.

Aplikasi DANA tidak hanya berfungsi sebagai dompet digital, tetapi juga menyediakan layanan pembayaran melalui perangkat seluler yang memudahkan pengguna dalam melakukan berbagai transaksi keuangan. Kemudahan ini semakin meningkat karena DANA telah menjalin kerja sama dengan beragam sektor bisnis, sehingga pengguna dapat melakukan pembayaran secara praktis di berbagai layanan dan merchant yang terintegrasi. Metode pembayaran yang paling populer di Indonesia adalah sistem *mobile banking* khususnya melalui *smartphonebased apps* yang berarti sistem pembayaran dilakukan

melalui aplikasi di perangkat seluler yang dapat di unduh (*download*) melalui *playstore* ataupun *appstore*. Fenomena ini membuat para pebisnis di Indonesia berlomba-lomba memulai bisnis membuat platform pembayaran berbasis aplikasi smartphone. Teknologi seluler tidak hanya berkembang dengan cepat, tetapi juga memiliki keuntungan menjangkau konsumen bagi perusahaan.

DANA merupakan salah satu perusahaan rintisan di bidang teknologi finansial asal Indonesia yang menyediakan layanan dan infrastruktur untuk mendukung sistem pembayaran digital. Melalui platform ini, masyarakat dapat melakukan transaksi secara non-tunai maupun tanpa kartu, baik secara daring maupun luring, dengan cara yang cepat, praktis, dan tetap terjaga keamanannya.⁴⁴ Tujuan negara-negara tersebut mengadakan pembangunan ekonomi pada prinsipnya dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu, menaikkan produktivitas dan menaikkan pendapatan per kapita.⁴⁵

4. Mahasiswa

a. Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang pernah mengenyam pendidikan tinggi di Perguruan Tinggi, Institut, dan Akademi, baik yang berstatus negeri maupun swasta, memiliki identitas diri. Identitas

⁴⁴Afidah Hissi Heryanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment)," *Journal on Education* Vol. 05 No. 03 (Maret-April 2023): 8081-8084, <http://jonedu.org/index.php/joe>.

⁴⁵Fatimatuzzahro, "Ekonomi Pembangunan," *Modul Perkuliahan* (Oktober 2022): 6.

mahasiswa dibangun dari citra diri sebagai makhluk religius, manusia dinamis, makhluk sosial, dan manusia mandiri.

Kata mahasiswa terbentuk dari dua kata esensial yaitu "maha" dan "siswa". Maha artinya unggul atau tinggi, sedangkan siswa berarti orang yang sedang belajar. Kombinasi dari dua kata ini mengacu pada keuntungan khusus bagi orang yang menyandanginya. Dalam PP No. 30 Tentang Pendidikan Tinggi disebutkan bahwa mahasiswa adalah mahasiswa terdaftar yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi perorangan, yaitu lembaga pendidikan yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi anggota masyarakat yang memiliki keterampilan akademis dan profesional dapat menerapkan, mengembangkan dan / atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi atau seni. Dengan demikian, mahasiswa adalah anggota masyarakat yang bertanggung jawab atas ilmu dan masyarakat yang melekat pada dirinya sendiri, mengikuti "Tridarma Perguruan Tinggi".

Mahasiswa adalah anggota masyarakat yang berada pada level elit karena kelebihanannya yang memiliki keunikan fungsi, peran, dan tanggung jawab. Dari identitasnya, mahasiswa sekaligus memiliki tanggung jawab intelektual, tanggung jawab sosial, dan tanggung jawab moral. Berdasarkan berbagai potensi dan peluang yang dimiliki oleh mahasiswa, maka kurang tepat jika seorang mahasiswa hanya mementingkan kebutuhannya sendiri tanpa memberikan kontribusi bagi bangsa dan negaranya. Siswa bukan lagi tugasnya untuk belajar di kelas

saja, bukan juga masyarakatnya, bukan pemerintah. Mahasiswa mendapat tempatnya di masyarakat, tetapi ia tidak boleh memisahkan dirinya dari masyarakat. Oleh karena itu perlu dirumuskan peran, fungsi, dan kedudukan siswa untuk menentukan arah perjuangan dan kontribusi siswa.⁴⁶

b. Peran Mahasiswa

Mahasiswa memiliki peran:

- 1) Memperdalam dan mengembangkan diri dalam bidang karya ilmiah yang dipraktikkannya sehingga ia memiliki kemampuan memikul tanggung jawab intelektual,
- 2) Menjadi jembatan antara dunia akademis dan dunia empiris dalam arti pemetaan dan pemecahan masalah kehidupan, khususnya menurut bidangnya,
- 3) Mahasiswa adalah perubahan dinamis dalam masyarakat menuju pembangunan yang lebih baik (agen perubahan),
- 4) Pada saat yang sama, kendalikan perubahan sosial yang sedang dan akan berlangsung.

Mahasiswa harus terus membaca. Membaca teori, dan juga membaca situasi dan kondisi lingkungan. Karena mahasiswa merupakan jembatan antara teori dan kenyataan dengan jangkauan wawasan yang lebih luas, mereka akan mampu menjadi Pemecah Masalah. Sejarah pemikiran dan tindakan siswa sangat penting untuk

⁴⁶Riswan Jaenudin, dkk, *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University Terhadap Permasalahan Sosial : Penelitian di Indonesia dan Sudan* (Palembang: Bening Media Publishing, 2020): 20-21.

dipahami karena merupakan cerminan dari siapa mereka. Sebagai generasi muda, Mahasiswa memiliki cita-cita yang tinggi sebagai pemikiran dan tindakan intelektual Indonesia di era penjajahan dan imperialisme. Pemimpin pemuda yang berlatar belakang besar dan berpendidikan rela menghadapi ancaman kematian saat mereka membina persatuan dan mencerdaskan bangsa agar tidak terus tertindas.⁴⁷

5. Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah

Beberapa pedoman mendasar untuk mengelola operasi bisnis perbankan Islam sudah mapan ketika datang untuk mengoperasionalkan perbankan Islam. Berikut ini adalah beberapa contoh gagasan dasar garis besar:

a. Bebas *Maghrib* (*Maysir*, *Gharar*, *Riba*).

- 1) *Maysir* (spekulasi); menurut Muhammad Ayub, *maysir* dan *qimar* setara dalam bahasa Arab. Istilah "*maysir*" menggambarkan akumulasi uang yang cepat atau perolehan kekayaan hanya berdasarkan keberuntungan, apakah itu melibatkan pelanggaran hak orang lain atau tidak. Transaksi yang bergantung pada kondisi yang tidak pasti atau nirlaba disebut sebagai *maiysir*, menurut Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang perbankan syariah (UU No. 21, 2008). Kesimpulan: *Maysir* adalah transaksi yang bergantung pada ketidakpastian dan menggabungkan aspek perjudian, taruhan, atau

⁴⁷ Riswan Jaenudin, dkk, 21-22.

aktivitas berisiko, yang semuanya secara tegas dilarang (*haram*) menurut hukum Islam.

2) *Gharar*; Secara harfiah berarti akibat, bencana, bahaya, risiko, dan sebagainya. Menurut Ascarya&Yumanita dalam Islam, *gharar* adalah semua transaksi ekonomi yang melibatkan unsur-unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan. Dalam Al-Qur'an kata *gharar* dan turunannya disebutkan 27 kali dalam QS Ali-Imran:185 dan Al-Anfal:49. Dapat disimpulkan bahwa *gharar* adalah transaksi yang mengandung ketidak jelasan dan keraguan.

3) *Riba*; Makna etimologis *riba* adalah "penambahan" atau "kelebihan". Ungkapan "meningkat," "tumbuh," dan "berkembang" semuanya memiliki arti yang sama dalam bahasa Arab Lisanul, menurut Ibnu Manzur (n.d.). Menurut Abdullah Saeed, yang namanya *riba* dalam AlQur'an, kata *riba* memiliki arti tumbuh, meningkat, naik, bengkak, meningkat, dan menjadi besar dan tinggi, seperti yang dilaporkan oleh Latifa M. Algaoud dan Mervyn K. Lewis. Selain itu digunakan untuk merujuk ke sebuah bukit kecil. Menurut Lewis dan Algaoud, semua penggunaan ini tampaknya memiliki arti yang sama, yaitu penambahan kualitas dan kuantitas. Sebaliknya, *riba* adalah tambahan khusus yang dimiliki oleh salah satu dari dua pihak yang terlibat tanpa menerima kompensasi khusus, seperti yang didefinisikan oleh yurisprudensi. Sayyid Sabiq mendefinisikan *riba* sebagai peningkatan modal, terlepas dari

berapa banyak itu. *Riba* adalah praktik kesombongan dan sumber pendapatan tidak sah yang ditambahkan ke transaksi, apakah itu berkualitas tinggi atau rendah. Dalam arti sempit, penolakan risiko keuangan tambahan yang terkait dengan transaksi uang dan jual beli yang dikenakan pada satu pihak saja sementara pihak lain dijamin keuntungannya adalah inti dari larangan *riba* Islam. Islam secara khusus melarang tirani (*zulm*) yang ada di *riba*.

b. Prinsip kepercayaan dan kehati-hatian dalam pengelolaan kegiatan perbankan syariah

Menerima deposito dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro merupakan salah satu tanggung jawab industri perbankan. Bank membutuhkan uang tunai ini untuk mengoperasikan bisnis mereka karena mereka tidak bisa hanya mengandalkan modal bank. Untuk alasan ini, bank juga bertujuan untuk memodernisasi layanan perbankannya untuk menarik dana dari masyarakat umum. Selain itu, bank merupakan salah satu elemen yang menjaga keseimbangan antara pembangunan dan kesatuan ekonomi nasional, oleh karena itu melakukan bisnis membutuhkan kepercayaan masyarakat, dalam hal ini klien atau nasabah. Dalam perekonomian yang semakin modern, pihak perbankan dituntut untuk mengikuti perubahan zaman dengan cara

memudahkan para nasabah baik untuk mengambil uang maupun meminjam uang serta berbagai macam transaksi lainnya.⁴⁸

Hal ini sebagai upaya untuk menjaga stabilitas industri perbankan dengan kepercayaan masyarakat dan nasabah terhadap sektor tersebut. Kejelasan hukum dalam pengaturan dan pengawasan bank, bersama dengan jaminan bank atas simpanan konsumen, dapat membantu membangun kepercayaan. Untuk mencapai kepercayaan masyarakat, semua kewajiban bank harus dijamin oleh pemilik, manajemen, dan otoritas bank yang terlibat dalam mengatur pengawasan.

c. Prinsip Kontrak

Semua transaksi harus didukung oleh akad syariah, yaitu perjanjian tertulis antara bank dengan pihak lain yang berisi penawaran dan akseptasi yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak berdasarkan syariat Islam. Jika semuanya dilakukan sesuai, perjanjian tersebut dianggap asli. Tujuan kontrak, lafaz kontrak, dan kehadiran dua pihak atau lebih adalah tiga pilar kontrak. Dalam perbankan Islam, istilah "akad" tidak diragukan lagi menyinggung gagasan pembagian keuntungan, yang menyerukan keuntungan bersama baik di sisi manajemen maupun klien. Hal tersebut tercantum dalam Al-Quran surat Al-Maidah ayat 1:

⁴⁸ Ana Pratiwi, Kuni Zakiyyatul Laila, dan Daru Anondo, "Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia," *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis* Vol.2 No.1 (Juli 2022): 61.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١١١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji! Dihalalkan bagimu hewan ternak, kecuali yang akan disebutkan kepadamu (keharamannya) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang berihram (haji atau umrah). Sesungguhnya Allah menetapkan hukum sesuai dengan yang Dia kehendaki.”⁴⁹

Menurut ayat diatas, umat manusia dituntut untuk memenuhi perjanjian. Dalam hal ekonomi, ini juga benar. Perjanjian harus ditandatangani sebelum transaksi, yang membuat pelaksanaannya lebih mulus. Akibatnya, kesepakatan akan selalu tercapai selama proses transaksi, dimulai dengan penentuan harga barang, kualitas, ketentuan jual beli, dan masalah terkait lainnya.

Ini berguna dalam memastikan bahwa setiap pihak dalam transaksi memiliki hak mereka dilindungi oleh kontrak. Karena keterbukaan dan transparansi Akad, itu bisa menghentikan seseorang dari kehilangan. Berikut ini adalah beberapa contoh bagaimana prinsip-prinsip kontrak dapat digunakan dalam bisnis atau perbankan Islam:

- 1) Inisiatif penggalangan dana; Bank dapat melakukan inisiatif ini menggunakan saluran Giro, deposito, dan tabungan. Tabungan dan giro, khususnya untuk bank syariah, dibagi menjadi dua kategori: tabungan dan giro berbasis *wadiah*, dan tabungan berbasis *mudharabah* dan giro.

⁴⁹ Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Quran dan Terjemahan Q.S. Al-Maidah ayat 1 diakses pada 20 Januari 2025, <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/17?from=1&to=111>.

2) Kegiatan yang melibatkan pencairan uang; Bank syariah dapat terlibat dalam kegiatan ini dalam bentuk *murabahah*, *mudharabah*, *musyarakah*, atau *qard*.

3) Layanan bank: Menurut Yusman Alim, kegiatan usaha bank di bidang jasa meliputi penawaran bank garansi (*kafalah*), *hiwalah*, *wakalah*, dan jual beli mata uang asing.⁵⁰

d. Konsep Operasional Perbankan Syariah

Ketika melakukan semua kegiatan bisnisnya saat bekerja, konsep operasionalnya mirip dengan konsep perbankan. Berikut adalah gagasan operasional perbankan syariah sebagaimana dijelaskan dalam situs resmi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) antara lain:

1) Penggalangan Dana

Penggalangan dana adalah proses di mana bank mengumpulkan sumbangan dari klien untuk mengelola atau memberikan kembali ke lingkungan. Berikut ini adalah contoh penerapan prinsip penggalangan dana:

a) Prinsip *Wadi'ah* menyatakan bahwa ketika sebuah bank dipercayakan dengan aset nasabah, ia harus memikul tanggung jawab penuh atas aset tersebut.

b) Prinsip *Mudharabah* adalah pedoman untuk melaksanakan ketentuan kontrak antara nasabah dan bank, yang berperan

⁵⁰ Nur Izzati, dan Muhammad Yazid, "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah," *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business* Vol. 04 No. 01 (April 2024): 2-4.

sebagai manajer investasi. Bank mengelola dana dari nasabahnya menggunakan sistem pembiayaan yang telah disepakati.

2) Distribusi Dana

Fungsi bank yang disebut penyebaran dana melibatkan perutean dana konsumen melalui sistem pembiayaan. Prinsip dapat dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu sebagai berikut:

a) Prinsip Jual-Beli

Prinsip ini tidak diragukan lagi diterapkan pada barang atau benda yang diperdagangkan. Keuntungan atau margin ditentukan di awal. Bank Syariah melakukan jual beli melalui penyediaan tiga jenis pembiayaan, yaitu Pembiayaan *murabahah* (*Murabahah* berarti keuntungan, diterapkan dalam kegiatan jual beli antara penjual dan pembeli, margin ditetapkan di awal saat membuat kontrak), Pembiayaan *Salam* (Dalam skenario ini, barang ditunda dan pembayaran dilakukan secara tunai bahkan jika vendor dan pelanggan terlibat dalam aktivitas pembelian dan penjualan), dan Pembiayaan *istishna'* (Mirip dengan pembiayaan *salam*, pembiayaan *istishna'* melibatkan bank yang membayar konsumen dalam bentuk angsuran).

b) Konsep Sewa

Jika ada pergerakan suatu benda atau benda dengan nilai menguntungkan, itu disebut sebagai prinsip sewa. Meskipun

objek yang digunakan sama sekali berbeda, premis leasing sangat mirip dengan prinsip jual beli.

c) Prinsip Bagi Hasil (*Syirkah*)

Menurut Bank Indonesia, konsep *syirkah* menyatakan bahwa pendapatan harus didistribusikan sesuai dengan ketentuan perjanjian kerja sama para pihak. Dua sumber utama pendanaan *syirkah* adalah, dibiayai oleh *Musarakah* untuk secara hati-hati mengembangkan aset yang dimiliki, seperti dengan mendirikan perusahaan koperasi dan Pembiayaan *Mudharabah* yaitu dengan mempercayakan sebagian uang tunai nasabah kepada manajer investasi dengan imbalan *dividen margin*.

3) Produk Bank Tambahan

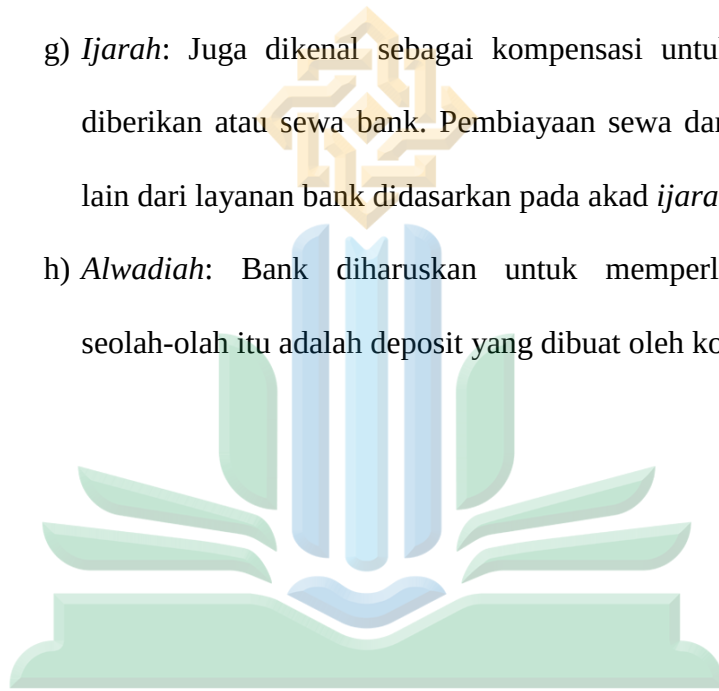
a) *Wakalah*: Dalam hukum Islam, *wakalah*, atau diwakili, mengacu pada pengalihan wewenang dari pihak pertama ke pihak kedua.

b) *Kafalah* adalah janji, berat, atau kewajiban asuransi yang dibuat kepada pihak ketiga untuk melaksanakan tanggung jawabnya.

c) *Sharf*: Menurut Hedi Sudarsono, *sharf* adalah kontrak untuk jual beli mata uang. Berdasarkan nilai tukar yang berlaku pada saat itu, jual beli ini dilakukan.

d) *Qardh*: Bank akan memberikan pinjaman kebutuhan mendesak kepada salah satu kliennya. tetapi sebagai jaring pengaman untuk beberapa persyaratan.

- e) *Rahn*: Perjanjian untuk memegang sepotong properti sebagai jaminan untuk pinjaman. *Rahn* biasanya adalah pion emas atau perhiasan.
- f) *Hiwalah*: Mentransfer hutang kepada pemasok untuk membantu mereka dengan biaya modal dikenal sebagai *hiwalah*.
- g) *Ijarah*: Juga dikenal sebagai kompensasi untuk layanan yang diberikan atau sewa bank. Pembiayaan sewa dan prinsip-prinsip lain dari layanan bank didasarkan pada akad *ijarah*.
- h) *Alwadiyah*: Bank diharuskan untuk memperlakukan deposit seolah-olah itu adalah deposit yang dibuat oleh konsumen.⁵¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁵¹ Nur Izzati, dkk, 4-5.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Barlian, penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial, dan lain-lain. Salah satu alasan menggunakan pendekatan kualitatif adalah pengalaman para peneliti dimana metode ini dapat digunakan untuk menemukan dan memahami apa yang tersembunyi dibalik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk dipahami secara memuaskan.

Harahap juga mengemukakan pada intinya penelitian kualitatif adalah penelitian yang perlu dilakukan seusai suatu masalah diteliti secara kuantitatif, tetapi belum terungkapkan penyelesaiannya. Boleh dikatakan, jika kita belum puas dan ingin mengetahui lebih mendalam tentang suatu masalah, padahal kita tidak bisa menduga atau sukarnya membuat asumsi-asumsi, maka penelitian kualitatif cocok dilakukan. Oleh karena itu, salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah sukarnya kita merumuskan hipotesis. Selain itu, karena kedalaman dan keintensifan penyelidikan suatu masalah, penelitian kualitatif mempunyai sampel yang sedikit, menghabiskan waktu

yang relatif lama (karena lebih memperhatikan proses daripada hasil), dan tidak adanya tes signifikansi.⁵²

Sedangkan jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif karena tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis, namun untuk mendeskripsikan suatu gejala atau keadaan yang diteliti secara apa adanya serta diarahkan untuk memaparkan fakta-fakta, kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat, serta bertujuan menggambarkan lebih ciri-ciri sesuatu.⁵³ Penelitian ini nantinya akan mendeskripsikan tentang analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian menunjukkan dimana lokasi peneliti tersebut akan melakukan penelitian seperti, wilayah penelitian yang pada umumnya memuat berbagai hal tentang lokasi, organisasi, peristiwa, teks, unit analisis dan sebagainya.⁵⁴ Dalam penelitian kali ini peneliti mengarahkan pada mahasiswa program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember, tepatnya di Jl. Mataram No.1, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Berdasarkan informasi yang didapat, ada beberapa mahasiswa yang menggunakan aplikasi dompet digital DANA. Pemeriksaan yang dilakukan bersifat penelitian

⁵² Muhammad Hasan, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Tahta Media Group, 2022), 8.

⁵³ Fenny Rita Fiantika, dkk, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), 88.

⁵⁴ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember, 2021), 47.

lapangan, sehingga peneliti langsung menganalisis objek eksplorasi. Kemudian peneliti akan menghubungkannya dengan permasalahan yang sedang digali.

C. Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah (PS) Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember Angkatan 2021. Subjek dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive*, yaitu penentuan subjek secara sengaja berdasarkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan teknik *purposive* karena tidak semua populasi memiliki pengalaman dan pengetahuan yang relevan dengan fokus penelitian. Melalui teknik ini, peneliti dapat memilih subjek secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa pengguna aktif aplikasi DANA. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh lebih mendalam, spesifik, dan sesuai dengan kebutuhan penelitian, terutama dalam menilai kesesuaian penggunaan aplikasi DANA dengan prinsip operasional perbankan syariah. Dengan demikian, teknik *purposive* dianggap tepat karena mampu menghasilkan informasi yang kaya dan relevan untuk menjawab rumusan masalah penelitian.

Peneliti memilih informan sebanyak 50 orang untuk dijadikan informan utama yang bertujuan untuk dimintai keterangan atau informasi tentang permasalahan penelitian. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Observasi

diperoleh dari wawancara berbagai pengguna aplikasi dompet digital DANA. Peneliti juga mendapatkan data berupa dokumentasi di lokasi penelitian. Sedangkan data sekunder berasal dari studi kepustakaan antara lain, seperti jurnal, artikel, buku, dan skripsi yang ada hubungannya dengan judul penelitian.

Kriteria informan adalah sebagai berikut:

1. Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021
2. Aktif menggunakan aplikasi DANA
3. Bersedia mengikuti jalannya penelitian

Dengan mewawancarai 50 informan pengguna aplikasi DANA dan merupakan mahasiswa program studi Perbankan Syariah UIN KHAS Jember Angkatan 2021, diharapkan peneliti mendapatkan data atau informasi terkait perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah. 50 informan yang bersedia untuk diwawancarai yaitu:

Tabel 3.1 Daftar Subyek Penelitian

NO	Nama	Jurusan	Angkatan
1.	Saqina Maulita Pradewi	Perbankan Syariah	2021
2.	Siti Ainun Zahriya	Perbankan Syariah	2021
3.	Ananda Dheya Septi P	Perbankan Syariah	2021
4.	Ely Eka Saputri	Perbankan Syariah	2021
5.	Rani Maulida Sari	Perbankan Syariah	2021
6.	Isna Farikh Nuzula	Perbankan Syariah	2021
7.	Fina Karmila	Perbankan Syariah	2021
8.	Tria Sughesti Adifa W	Perbankan Syariah	2021
9.	Desi Duwi Safitri	Perbankan Syariah	2021
10.	Risalatul Muawanah	Perbankan Syariah	2021
11.	Devita Izzatun Faizah	Perbankan Syariah	2021
12.	Della Nur Maulidya	Perbankan Syariah	2021
13.	Nadila Retno Anjani	Perbankan Syariah	2021

NO	Nama	Jurusan	Angkatan
14.	Zulfi Lailatul Hidayah	Perbankan Syariah	2021
15.	Bayu Aria Pratama	Perbankan Syariah	2021
16.	Yulia Nur Afifah	Perbankan Syariah	2021
17.	Mila Rosa	Perbankan Syariah	2021
18.	Venna Dwi Chandra	Perbankan Syariah	2021
19.	Adeliya Gita Silviana	Perbankan Syariah	2021
20.	Silvi Salavi Sauqina	Perbankan Syariah	2021
21.	Moh Lailul Ilham	Perbankan Syariah	2021
22.	Intan Mustikawati Putri	Perbankan Syariah	2021
23.	Novita Ningsih	Perbankan Syariah	2021
24.	Siti Elita	Perbankan Syariah	2021
25.	Lidya Yuli Ambarwati	Perbankan Syariah	2021
26.	Yoga Adi Saputra	Perbankan Syariah	2021
27.	Fitri Wulandari Faradita	Perbankan Syariah	2021
28.	Sofiatul Munawaroh	Perbankan Syariah	2021
29.	Atalia Martha Puspita	Perbankan Syariah	2021
30.	Nindita Muhafillah	Perbankan Syariah	2021
31.	Rahma Dwi Mayasari	Perbankan Syariah	2021
32.	Anisatul Kamilah	Perbankan Syariah	2021
33.	Bety Risqiyah	Perbankan Syariah	2021
34.	Luluk Budi Astutik	Perbankan Syariah	2021
35.	Riska Syoviana	Perbankan Syariah	2021
36.	Wildatun Hasanah	Perbankan Syariah	2021
37.	Moch Sandy Augusta R	Perbankan Syariah	2021
38.	Iffah Nabila	Perbankan Syariah	2021
39.	Izha Afkarina	Perbankan Syariah	2021
40.	Khayyike Firdausi	Perbankan Syariah	2021
41.	Nur Laily Maulidiana	Perbankan Syariah	2021
42.	Azzahra Nuril Firdaus	Perbankan Syariah	2021
43.	Firdiana	Perbankan Syariah	2021
44.	Miftahul Jannah	Perbankan Syariah	2021
45.	Adinda Bela Orcida	Perbankan Syariah	2021
46.	Nabila Nur Aisyah	Perbankan Syariah	2021
47.	Muhammad Irfan	Perbankan Syariah	2021
48.	Faizatul Ummah	Perbankan Syariah	2021
49.	Vina Arifatul Ilmi	Perbankan Syariah	2021
50.	Inggit Kusuma Dewi	Perbankan Syariah	2021

Sumber: Diolah Peneliti Tahun 2024

D. Teknik Pengumpulan Data

Pada bagian ini, diuraikan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penelitian sebagai berikut :

1. Observasi

Pengamatan dalam istilah sederhana adalah proses peneliti dalam melihat situasi penelitian. Teknik ini sangat relevan digunakan dalam penelitian kelas yang meliputi pengamatan kondisi interaksi pembelajaran, tingkah laku anak dan interaksi anak dan kelompoknya. Pengamatan dapat dilakukan secara bebas dan terstruktur. Alat yang bisa digunakan dalam pengamatan adalah lembar pengamatan, ceklis, catatan kejadian dan lain-lain. Beberapa informasi yang diperoleh dari hasil observasi adalah ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, perasaan. Alasan peneliti melakukan observasi adalah untuk menyajikan gambaran realistik perilaku atau kejadian, untuk menjawab pertanyaan, untuk membantu mengerti perilaku manusia, dan untuk evaluasi yaitu melakukan pengukuran terhadap aspek tertentu melakukan umpan balik terhadap pengukuran tersebut.⁵⁵

Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi guna mendapatkan data mengenai analisis perilaku konsumen dalam

⁵⁵ Muhammad Hasan, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Tahta Media Group, 2022), 12.

penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

2. Wawancara

Menurut Rachmawati wawancara merupakan alat rechecking atau pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Menurut Fitrah, wawancara atau *interview* adalah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan untuk-dijawab secara lisan pula. Ciri utama dari *interview* adalah kontak langsung dengan tatap muka (*face to face relationship*) antara si pencari informasi (*interviewer* atau *informan hunter*) dengan sumber informasi (*interviewer*).⁵⁶

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya- karya monumental dari seseorang. Tetapi perlu dicermati bahwa tidak semua dokumen

⁵⁶ Muhammad Hasan, dkk, 13.

memiliki kredibilitas yang tinggi. Sebagai contoh banyak foto yang tidak mencerminkan keadaan aslinya, karena foto dibuat untuk kepentingan tertentu. Demikian juga autobiografi yang ditulis untuk dirinya sendiri, sering subyektif.⁵⁷

Harahap, menjelaskan istilah dokumen dalam tiga pengertian, pertama dalam arti luas, yaitu yang meliputi semua sumber, baik sumber tertulis maupun lisan; kedua dalam arti sempit, yaitu yang meliputi semua sumber tertulis saja; ketiga dalam arti spesifik, yaitu hanya yang meliputi surat-surat resmi dan surat-surat Negara, seperti surat perjanjian, undangundang konsesi, hibah dan sebagainya.

Dari beberapa pengertian di atas, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar (foto), dan karya-karya monumental, yang semua itu memberikan informasi bagi proses penelitian.⁵⁸

E. Analisis Data

Penelitian kualitatif memungkinkan dilakukan analisis data pada waktu peneliti berada di lapangan maupun setelah kembali dari lapangan baru dilakukan analisis.

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori,

⁵⁷ Zuchri Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: CV. syakir Media Press , 2021), 149.

⁵⁸ Muhammad Hasan, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Tahta Media Group, 2022), 14.

menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah difaharni oleh diri sendiri maupun orang lain. Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan menjadi hipotesis. Berdasarkan hipotesis yang dirumuskan berdasarkan data tersebut, selanjutnya dicarikan data lagi secara berulang-ulang sehingga selanjutnya dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut diterima atau ditolak berdasarkan data yang terkumpul. Bila berdasarkan data yang dapat dikumpulkan secara berulang-ulang dengan teknik triangulasi, ternyata hipotesis diterima, maka hipotesis tersebut berkembang menjadi teori.⁵⁹ Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu, diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 245.

jenuh. Aktivitas dalam analisis data, yaitu data *reduction*, data *display*, dan *conclusion drawing/verification*.⁶⁰

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti. Seperti telah dikemukakan, semakin lama peneliti ke lapangan, maka jumlah data akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Untuk itu perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan fakta hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.⁶¹

3. Penyajian Data

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, *pie chart*, *pictogram* dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan

⁶⁰ Sugiyono, 246.

⁶¹ Sugiyono, 247.

sejenisnya. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan "*the most frequent form of display data for qualitative research data in the past has been narrative text*". Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Miles and Huberman juga mengemukakan "*looking at displays help us to understand what is happening and to do some thing-jurther analysis or caution on that understanding*". Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah difahami tersebut. Selanjutnya disarankan, dalam melakukan display data, selain dengan teks yang naratif, juga dapat berupa, grafik, *matrik*, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.⁶²

4. Penarikan Kesimpulan

Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi

⁶² Sugiyono, 249.

mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.⁶³

F. Keabsahan Data

Menurut Hardani,⁶³ meningkatkan ketekunan dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif adalah upaya yang dilakukan oleh peneliti untuk menguji keakuratan data penelitian. Peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap data yang sudah dikumpulkan agar tidak terjadi kesalahan. Dan data tersebut bermanfaat sesuai kebutuhan penelitian. Dengan ketekunan tentunya penelitian akan memberikan deskripsi data yang akurat serta sistematis berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan dengan teliti. Untuk memastikan keakuratan data tersebut peneliti membuat perbandingan dengan berbagai referensi baik buku maupun dokumen-dokumen terkait.

Untuk mengukur keakuratan data peneliti menggunakan triangulasi teknik. Data yang dikumpulkan dengan cara dokumentasi maka data tersebut dapat dicek keakuratanya dengan cara mengecek dengan data yang diperoleh lewat wawancara, observasi maupun memberikan kuesioner. Terjadi

⁶³ Sugiyono, 252-253.

crosscheck berdasarkan data yang diperoleh dengan teknik atau cara yang berbeda terhadap objek penelitian yang sama. Jika terdapat perbedaan dari ketiga teknik tersebut, untuk mendapatkan data yang akurat maka peneliti dapat melakukan diskusi terhadap orang terpercaya untuk menetapkan data yang dianggap benar.⁶⁴

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya, dan sampai pada penulisan laporan.⁶⁵

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini ada beberapa tahap yakni sebagai berikut :

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pertama yang dilakukan dalam hal ini oleh penulis adalah mencari beberapa masalah yang ada, setelah itu dilanjutkan dengan mencari referensi-referensi yang relevan dengan masalah yang ada. Peneliti mengambil permasalahan tentang analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

⁶⁴ Muhammad Hasan, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif* (Makassar: Tahta Media Group, 2022), 199.

⁶⁵ Tim penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember: UIN KHAS Jember, 2021), 48.

Adapun tahapan-tahapan Pra Lapangan adalah sebagai berikut:

a. Menyusun rancangan penelitian

Pada tahap ini peneliti terlebih dahulu membuat desain penelitian yang diawali dengan pengajuan judul kepada DPA selanjutnya ke Ketua Program Studi Perbankan Syariah yaitu Ana Pratiwi, M.S.A. kemudian menyusun proposal yang selanjutnya dikonsultasikan kepada dosen pembimbing yaitu Fatimatuzzahro, SHI, M.SEI.

b. Menentukan lokasi penelitian

Seorang peneliti harus terlebih dahulu memilih lapangan penelitian, sebelum melakukan penelitian. Peneliti memilih Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember untuk diteliti.

c. Menyiapkan perlengkapan yang dibutuhkan dalam penelitian

Setelah mendapatkan informan penelitian, langkah selanjutnya adalah mempersiapkan peralatan penelitian sebelum terjun ke lapangan, yakni menyiapkan kamera, perekam suara, buku catatan, bolpoin dan barang lainnya.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah melaksanakan tahap-tahap pra lapangan, peneliti akan memasuki objek penelitian dan langsung melakukan pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang valid terkait analisis perilaku konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional perbankan syariah.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah peneliti mendapatkan sebuah data, lalu dikumpulkan dan di analisis, langkah selanjutnya yakni mulai menyusun laporan penelitian dan mempertahankan hasil dan temuan penelitian.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Sejarah Aplikasi DANA

Sebelum memulai bisnis digital payment, langkah awal yang dilakukan adalah mencari investor yang memiliki minat terhadap potensi pasar di Indonesia. Pengembangan bisnis ini didasari oleh pengalaman yang cukup panjang di industri pembayaran digital, yang telah dimulai sejak tahun 2008. Pengalaman tersebut menghasilkan pemahaman bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar dalam sektor ini, mengingat layanan digital payment dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan transaksi, baik secara online maupun offline, termasuk dalam e-commerce, jasa, dan sektor lainnya. Berdasarkan analisis terhadap peluang pasar yang ada, pada Mei 2017, dukungan dari sejumlah investor berhasil diperoleh, yang kemudian menjadi tonggak awal dalam pengembangan bisnis digital payment di Indonesia.⁶⁶

Chief Executive Officer (CEO) DANA Vincent Iswara adalah pendiri dompet digital DANA. Sejak 2018 DANA dibentuk sebagai aplikasi untuk melakukan pembayaran, memungkinkan pengguna mendapatkan poin loyalitas, dan layanan keuangan yang didukung oleh lengan digital KMK Online. DANA mendapat izin untuk beroperasi

⁶⁶ Puput Ady Sukarno dan Fitri Sartina Dewi, "CEO DANA Vincent Iswara : "Slogan Kami, Ganti Dompet" Jakarta, 9 September 2019, <https://teknologi.bisnis.com/read/20190909/266/1146101/ceo-dana-vincent-iswara-slogan-kami-ganti-dompet>.

sebagai perusahaan *fintech* di seluruh Indonesia pada 5 Desember 2018. Lewat DANA, pengguna memungkinkan melakukan transaksi mulai dari pembayaran tagihan, *top up* game online, kredit atau DANA Paylater, transaksi menggunakan *barcode scan*, hingga *e-commerce*.

Vincent memulai DANA setelah mengenyam berbagai pengalaman di industri pembayaran digital. Pria lulusan *Strategic Management Waseda University* itu sempat menjadi CEO Polaris 3D pada 2001 - 2007. Selanjutnya, dia pernah mendirikan perusahaan pembayaran digital untuk para gamer melalui Indomog pada 2007 - 2015. Dia kemudian melanjutkan kariernya di bidang pembayaran digital dengan menjadi *Country Head Alipay* di Indonesia pada 2015 - 2017. Melihat peluang besar pengembangan produk keuangan elektronik di Indonesia, Vincent kemudian membangun DANA pada 2017 dan resmi diluncurkan pada 2018.

Mengutip catatan Bisnis, Vincent mengatakan, meski banyak yang ragu untuk menyimpan kartu debit atau kreditnya di DANA, karena khawatir terhadap keamanannya. Namun, pihaknya meyakinkan mereka bahwa sebenarnya dengan menyimpan kartu debit/kredit mereka di DANA, akan lebih aman. "Ini karena semuanya kami jaga, bahkan jika ada kehilangan kami menjamin mengembalikan 100 persen dananya. Kami punya risiko ini sangat rendah, bahkan bisa dibilang lebih rendah jika dibandingkan dengan yang lainnya," ujarnya. Meski kehilangan ponsel

pun, akun pengguna bisa tetap aman bersama saldonya, karena nomor di kartunya tidak bisa terbaca.⁶⁷

DANA dikembangkan oleh perusahaan startup yang merupakan badan hukum Indonesia. Investor utama Dana tersebut adalah PT Elang Sejahtera Mandiri dengan porsi kepemilikan sebesar 99%. Elang Sejahtera Mandiri merupakan anak perusahaan Emtek . Emtek bekerja sama dengan Ant Financial. Dengan kerja sama antara Emtek dan Ant Financial, DANA mendapatkan dukungan teknologi dari Ant Financial . Teknologi Alipay telah mendapatkan pengakuan dalam hal keamanan dan keandalan di dunia transaksi digital. DANA bekerja sama dengan bank-bank nasional, seperti Bank Mandiri , BCA, dan BRI. DANA dikembangkan sebagai dompet untuk menyimpan dana dalam jumlah terbatas sesuai dengan peraturan dan standar keamanan Bank Indonesia. Sejak peluncuran produk pada 11 November 2018, hingga akhir Juni 2019, DANA telah memiliki 20 juta pengguna, dan mencapai 1,5 juta transaksi per hari.⁶⁸

Gambar 4.1 Logo Aplikasi DANA



Sumber: Wikipedia, Logo DANA blue.

⁶⁷ Mutiara Nabila, "Simak Profil Pendiri Dompet Digital DANA, Sejak Awal Tak Pernah Diawasi OJK" *Jakarta*, 22 September 2023

https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230922/265/1697635/simak-profil-pendiri-dompet-digital-dana-sejak-awal-tak-pernah-diawasi-ojk#goog_rewarded.

⁶⁸ Arthur Gideon, "Hal yang Perlu Diketahui Soal Dana, Dompet Digital Besutan Anak Negeri," *Jakarta*, 8 Desember, 2018, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3802191/hal-yang-perlu-diketahui-soal-dana-dompet-digital-besutan-anak-negeri>.

Logo aplikasi DANA adalah sebuah lingkaran berwarna biru dengan tulisan "DANA" berwarna putih di dalamnya. Di bagian bawah lingkaran terdapat garis putih yang sedikit melengkung, memberikan kesan dinamis pada logo tersebut. Secara keseluruhan, logo ini terkesan modern, simpel, dan mudah dikenali.

2. Visi dan Misi Aplikasi DANA

a. Visi

Mentransformasi masyarakat untuk memiliki gaya hidup finansial yang sehat dan menjadi jembatan menuju inklusi keuangan untuk mewujudkan Indonesia Cashless Society.

b. Misi

Meningkatkan kesejahteraan finansial masyarakat Indonesia melalui inovasi teknologi keuangan.⁶⁹

3. Cara Aktivasi Aplikasi DANA

Pengguna DANA dapat membuka akun DANA pertama kali dengan cara:

- a. Mengunduh Aplikasi DANA secara langsung melalui Perangkat Telekomunikasi yang dimiliki sebagaimana yang tersedia di Google Playstore (untuk Android) dan Apple-App Store (untuk IOS) dan melakukan instalasi DANA pada Perangkat Telekomunikasi;
- b. Setelah melakukan instalasi DANA pada Perangkat Telekomunikasi, Pengguna dapat melakukan proses aktivasi dengan mengikuti

⁶⁹ "DANA," Tentang Kami, diakses pada tanggal 22 Juli, 2025, <https://www.dana.id/corporate/>.

petunjuk dan menyediakan informasi, antara lain: a. Nama akun dari Pengguna; b. PIN (6 angka) yang dipilih sendiri oleh Pengguna; Proses aktivasi dan verifikasi dilaksanakan dengan terlebih dahulu memilih layanan yang disediakan oleh DANA dan mengikuti instruksi yang diarahkan pada Aplikasi DANA.

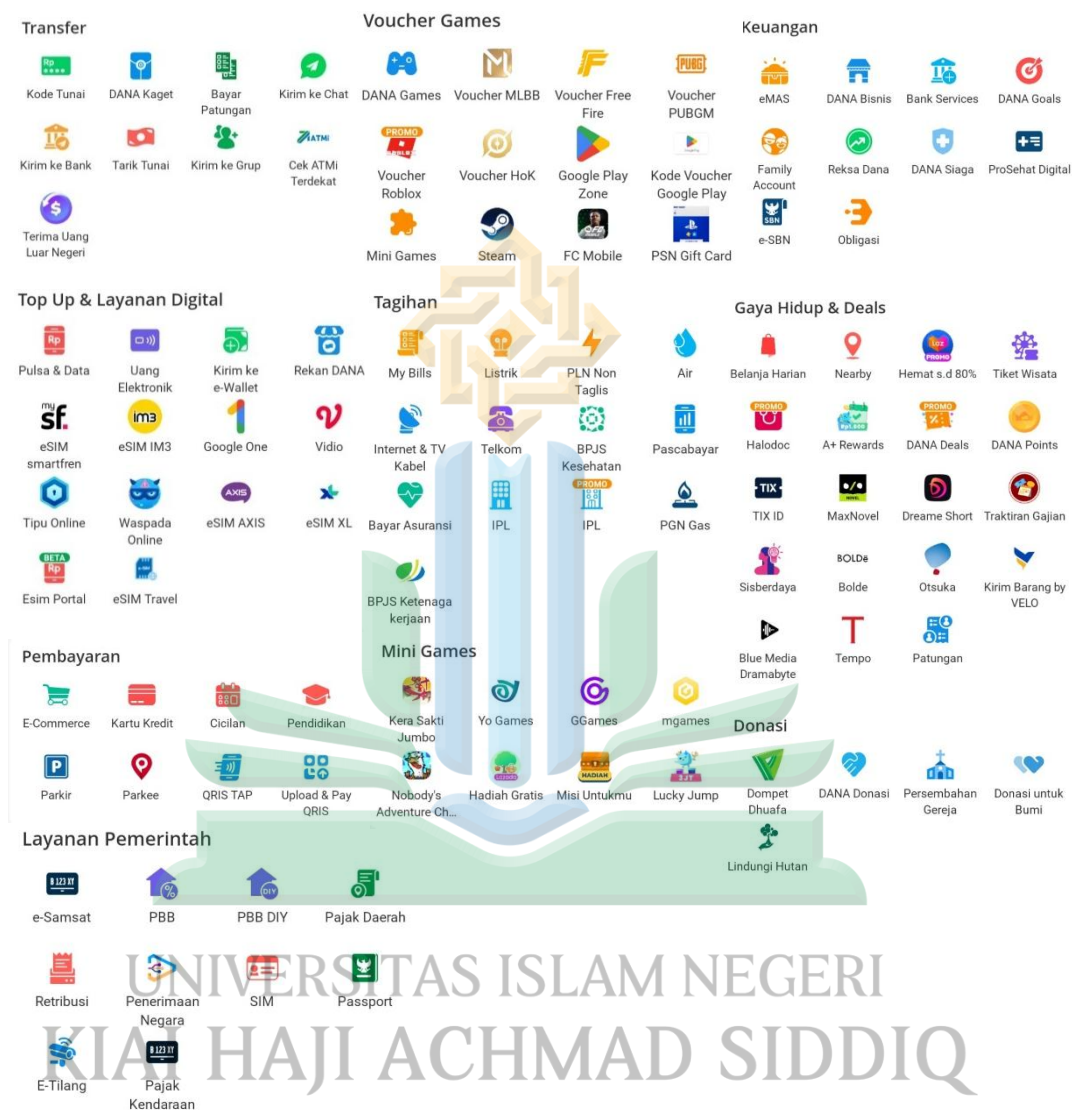
- c. Apabila Pengguna bermaksud meningkatkan status Akun DANA Pengguna menjadi menjadi Akun Premium, maka Pengguna akan diminta dan bersedia untuk mengunggah foto wajah dan KTP pada akun Pengguna DANA. Setiap permintaan pendaftaran Akun Premium tersebut akan dianggap sebagai permintaan yang sah dari Pengguna.
- d. Seluruh data atau informasi yang Pengguna kirimkan untuk pendaftaran Akun Premium akan disimpan oleh EDIK dalam rangka melakukan verifikasi terhadap permintaan Akun Premium dari Pengguna, dan akan digunakan untuk metode otentikasi Verifikasi Wajah sebagaimana diatur dalam Syarat dan Ketentuan IV angka 3.
- e. Persetujuan dan/atau penolakan atas permohonan verifikasi Pengguna merupakan kewenangan mutlak EDIK dengan memperhatikan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. EDIK dapat, menunda, menolak atau membatalkan persetujuan atas permohonan verifikasi Pengguna apabila ditemukan adanya antara lain:

- 1) Penyalahgunaan identitas Pengguna
 - 2) Identitas yang tidak sesuai dengan ketentuan hukum dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Status verifikasi Pengguna dan keperluan kelengkapan dokumen lainnya untuk tujuan verifikasi akan diinformasikan kepada Pengguna melalui halaman Akun DANA.
- f. Pengguna wajib menjamin kebenaran dan keakuratan seluruh data dan informasi yang disampaikan Pengguna dalam rangka aktivasi akun DANA maupun verifikasi Akun Premium DANA. Pengguna bertanggung jawab secara penuh apabila di kemudian hari ditemukan bahwa terdapat data dan informasi yang disampaikan Pengguna yang tidak akurat, salah, dan/atau palsu.
- g. Dengan melakukan aktivasi akun DANA dan/atau verifikasi Akun Premium DANA, Pengguna mengerti dan menyetujui untuk memberikan akses kepada EDIK terhadap nama ataupun kontak nomor handphone pada perangkat elektronik Pengguna untuk digunakan sehubungan dengan aktivitas pada Aplikasi DANA yaitu fitur Feed, Kirim Uang (Send Money), pembelian pulsa serta fitur lainnya.⁷⁰

⁷⁰ "DANA," Syarat dan Ketentuan Pengguna DANA, diakses pada tanggal 23 Juli, 2025, <https://www.dana.id/terms>.

4. Fitur pada Aplikasi DANA

Gambar 4.2 Fitur atau Layanan Pada Aplikasi DANA



Sumber: Screenshot pada aplikasi DANA

Aplikasi DANA menawarkan berbagai fitur yang mempermudah transaksi keuangan harian. Mulai dari pembayaran tagihan hingga pembelian pulsa dan investasi, berikut adalah fitur-fitur unggulan yang dapat mempermudah kegiatan finansial, antara lain :

a. DANA pay

Fitur ini memberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran melalui saldo DANA, kartu debit, atau kartu kredit di merchant yang telah mendukung DANA Pay, sehingga aktivitas berbelanja atau makan menjadi lebih praktis.

b. Bayar Perpanjang STNK Online

DANA telah terintegrasi dengan Samsat Digital Nasional (Signal) untuk mempermudah pembayaran STNK. Cukup masukkan nomor tagihan dan bayar menggunakan saldo DANA pada kategori Biller. Fitur ini tersedia untuk STNK kendaraan roda dua dan roda empat.

c. DANA Bisnis Enterprise

DANA Bisnis membantu pembayaran non-tunai dan meningkatkan produktivitas bisnis, sedangkan DANA Enterprise menyediakan solusi lengkap untuk sistem pembayaran serta memantau perkembangan bisnis secara menyeluruh.

d. Kirim dan Minta DANA

Fitur ini memudahkan proses pengiriman dan permintaan uang secara digital melalui berbagai opsi yang fleksibel dan praktis:

1) Kirim ke DANA

Pengguna dapat mengirim uang secara gratis ke sesama pengguna aplikasi DANA. Proses pengiriman sangat cepat dan

hanya memerlukan nomor ponsel penerima yang terdaftar di DANA.

2) Kirim ke Bank

Fitur ini memungkinkan pengiriman uang antar bank secara gratis (tergantung pada syarat dan ketentuan yang berlaku). Cukup masukkan nomor rekening bank tujuan, nama bank, dan nominal yang akan dikirimkan.

3) Kirim ke Link

Uang bisa dikirim melalui tautan (link) yang dapat dibagikan lewat aplikasi chat seperti WhatsApp, Telegram, atau media sosial. Penerima cukup membuka link dan mengikuti instruksi untuk mengklaim dana.

4) Minta DANA

Memungkinkan pengguna untuk meminta uang dari orang lain secara langsung melalui aplikasi. Pengguna dapat menentukan nominal yang diminta dan mengirimkan permintaan ke kontak yang sudah menggunakan DANA.

5) DANA Kaget

Fitur unik yang memungkinkan pengguna membagikan saldo DANA secara acak atau merata ke beberapa orang sekaligus melalui link yang bisa dibagikan di grup chat atau media sosial. Maksud secara acak yaitu setiap penerima akan mendapatkan jumlah

berbeda, sedangkan secara merata yaitu semua penerima mendapatkan jumlah yang sama.⁷¹

e. Tarik Saldo (*Cash Out*)

Tarik Saldo (*Cash Out*) adalah fitur yang memungkinkan pengguna menarik saldo dari akun DANA melalui beberapa cara, yaitu: (1) ke rekening bank yang sudah terdaftar di aplikasi DANA, (2) melalui agen *Cash Out* yang bekerja sama dengan DANA, (3) melalui mesin ATM, atau (4) melalui metode lainnya yang akan diinformasikan oleh pihak DANA (*EDIK*) dari waktu ke waktu, dengan nominal mulai dari Rp 50.000 hingga Rp 5.000.000.

f. Pembelian Isi Ulang Pulsa dan Pembayaran Tagihan

Pembelian pulsa dari berbagai operator telekomunikasi dapat dilakukan melalui aplikasi DANA, sesuai dengan nominal yang tersedia atau berdasarkan petunjuk yang ditampilkan dalam aplikasi. Selain itu, pembayaran tagihan pascabayar maupun tagihan rutin bulanan seperti listrik, air, internet, Telkom, dan layanan berlangganan lainnya juga dapat dilakukan melalui aplikasi DANA secara praktis.

g. *Family Account* (Rekening Keluarga)

Family Account (Rekening Keluarga) adalah fitur yang memungkinkan Pengguna DANA Terverifikasi untuk berperan sebagai Organizer dan membentuk grup di dalam aplikasi DANA dengan mengundang hingga 5 (lima) Akun DANA lainnya sebagai Anggota.

⁷¹ “DANA,” Kenali Lebih Dalam Aplikasi DANA, Dari Mulai Fungsi, Fitur Hingga Manfaat, diakses pada tanggal 23 Juli, 2025, <https://www.dana.id/blog/kenali-lebih-dalam-aplikasi-dana-dari-mulai-fungsi-fitur-hingga-manfaat/>.

Anggota dalam grup tersebut dapat melakukan transaksi pengiriman uang ke akun DANA lain atau ke rekening bank, dengan persetujuan dari Organizer terlebih dahulu. Fitur ini dapat digunakan oleh seluruh Pengguna DANA, baik yang memiliki hubungan keluarga maupun yang tidak memiliki hubungan keluarga.⁷²

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data merupakan bagian yang memuat data-data yang dihasilkan dalam penelitian, sesuai dengan rumusan masalah dan analisis data yang relevan. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi sebagai alat pendukung penelitian ini. Dibawah ini merupakan data hasil temuan penelitian terkait dengan fokus penelitian.

1. Perilaku Konsumen Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik

Secara umum, perilaku konsumen mahasiswa perbankan syariah dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik menunjukkan kecenderungan yang tinggi terhadap kemudahan, kecepatan, dan efisiensi transaksi digital. Meskipun latar belakang mereka berbasis syariah, mayoritas tetap menggunakan aplikasi ini karena faktor praktis dan kebutuhan sehari-hari, seperti pembayaran kuliah, belanja online, dan transfer uang. Namun, sebagian dari mereka mulai mempertimbangkan aspek kesesuaian dengan prinsip syariah, terutama terkait transparansi,

⁷² “DANA,” Syarat dan Ketentuan Pengguna DANA, diakses pada tanggal 23 Juli, 2025, <https://www.dana.id/terms>.

riba, dan kejelasan akad dalam fitur-fitur aplikasi. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran awal untuk menyeimbangkan kemajuan teknologi finansial dengan nilai-nilai perbankan syariah. Penelitian ini mengidentifikasi empat faktor yang memengaruhi perilaku konsumen dan dijadikan sebagai indikator, yaitu:

a. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor yang sangat memengaruhi perilaku konsumen, termasuk mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik. Latar belakang budaya yang berbasis nilai-nilai Islam membuat mahasiswa cenderung mempertimbangkan aspek kesesuaian layanan dengan prinsip syariah. Misalnya, adanya preferensi untuk memilih layanan yang transparan, bebas riba, serta mendukung transaksi halal. Selain itu, norma budaya di lingkungan akademik juga mendorong mahasiswa untuk terbiasa menggunakan layanan keuangan digital yang praktis dan modern, sehingga mereka tidak hanya melihat fungsi aplikasi, tetapi juga nilai budaya yang melekat di dalamnya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya sih, DANA itu udah cukup nyambung sama kebiasaan orang Indonesia ya, soalnya gampang dipakai, praktis, terus bisa bikin urusan sehari-hari jadi lebih ringan. Kayak ada nuansa gotong royongnya juga, misalnya kalau patungan sama teman jadi lebih simpel. Cuma kalau dari sisi syariah, kayaknya memang belum sepenuhnya sesuai. Soalnya saya belum lihat ada fitur khusus yang benar-benar syariah,

misalnya dompet digital syariah atau ada pengawasan langsung dari dewan syariah.”⁷³

“Kalau menurut saya, DANA itu belum bisa dibilang sepenuhnya sesuai sama nilai syariah. Soalnya di dalam aplikasinya banyak banget promo, diskon, sama voucher. Nah, hal-hal kayak gitu menurut saya agak susah kalau mau dianggap sesuai syariat Islam.”⁷⁴

“Menurut saya, DANA itu udah lumayan mencerminkan budaya orang Indonesia ya, soalnya fiturnya bikin transaksi jadi aman dan transparan. Cuma kalau soal syariah, menurut saya masih perlu ditingkatkan lagi, misalnya soal pengelolaan dana biar jelas bebas dari riba.”⁷⁵

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa aplikasi DANA dinilai sudah mencerminkan budaya masyarakat Indonesia melalui kemudahan, gotong royong, serta dukungan terhadap transaksi aman dan transparan dalam kehidupan sehari-hari. Namun, dari sisi nilai budaya Islam (syariah), sebagian informan menilai DANA belum sepenuhnya sesuai karena belum ada fitur khusus berbasis syariah, belum ada pengawasan dewan syariah, serta masih adanya promo seperti diskon dan voucher yang dianggap kurang sejalan dengan prinsip syariat. Hal ini menggambarkan bahwa faktor budaya, khususnya nilai-nilai keislaman, menjadi pertimbangan penting dalam menilai kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan konsumen muslim.

⁷³ Adeliya Gita, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

⁷⁴ Rani Maulida Sari, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

⁷⁵ Fina Karmila, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

b. Faktor Sosial

Faktor sosial juga berperan penting dalam membentuk perilaku konsumen. Mahasiswa sering kali dipengaruhi oleh lingkungan sosial seperti teman sebaya, keluarga, maupun komunitas kampus. Rekomendasi dari teman dan pengalaman bersama dalam menggunakan aplikasi DANA dapat mendorong mahasiswa lebih percaya untuk menggunakannya. Selain itu, status sosial sebagai generasi digital native membuat mahasiswa ingin menunjukkan bahwa mereka mampu mengikuti perkembangan teknologi keuangan. Dengan demikian, penggunaan aplikasi DANA tidak hanya dilihat dari segi kebutuhan transaksi, tetapi juga sebagai bentuk interaksi sosial dan penyesuaian diri terhadap lingkungannya. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya perannya lumayan besar ya, soalnya info dari media sosial sama komunitas kampus sering banget jadi sumber rekomendasi dan bikin tren. Dari situ akhirnya banyak orang jadi penasaran terus nyobain aplikasi kayak DANA ini.”⁷⁶

“Kalau ada rekomendasi dari teman atau komunitas, rasanya saya jadi lebih yakin buat coba. Dari situ akhirnya saya pakai juga aplikasi DANA.”⁷⁷

Dalam menganalisis perilaku konsumen perbankan syariah berdasarkan teori Kotler dan Keller, faktor sosial menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi keputusan mahasiswa dalam

⁷⁶ Risalatul Muawanah, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

⁷⁷ Devita Izzatun Faizah, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 8 Agustus 2025.

menggunakan aplikasi keuangan digital tanpa kantor fisik, termasuk DANA. Lingkungan sekitar, baik keluarga maupun komunitas kampus, dapat membentuk persepsi, kepercayaan, serta kebiasaan mahasiswa dalam memilih layanan keuangan. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Di kampus, kebanyakan mahasiswa merasa DANA itu praktis, aman, dan sangat membantu buat transaksi kecil sehari-hari, misalnya beli jajanan, fotokopi, atau iuran bareng. Mereka juga menganggap aplikasi ini pas banget sama gaya hidup cashless. Sementara di lingkungan keluarga, pandangannya juga cenderung positif meskipun pemakaiannya nggak sebanyak di kampus. Ada yang pakai untuk bayar tagihan atau belanja online, tapi ada juga yang masih kurang familiar dan melihatnya sekadar sebagai inovasi baru yang memudahkan anak muda. Jadi, secara keseluruhan, baik di kampus maupun di keluarga, DANA dipersepsikan secara positif.”⁷⁸

“Secara umum, di kampus maupun di keluarga saya, orang-orang menilai DANA itu positif. Mereka lihat aplikasi ini praktis, cepat, dan cukup aman buat dipakai dalam transaksi sehari-hari.”⁷⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa persepsi positif terhadap aplikasi DANA dipengaruhi kuat oleh faktor sosial. Di lingkungan kampus, teman sebaya dan komunitas berperan sebagai sumber rekomendasi, informasi, sekaligus pembentuk tren yang mendorong mahasiswa untuk mencoba dan menggunakan aplikasi tersebut. Di lingkungan keluarga, meskipun intensitas penggunaan lebih terbatas, dukungan dan penerimaan keluarga juga

⁷⁸ Siti Ainun Zahriya, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 6 Agustus 2025.

⁷⁹ Bayu Aria Pratama diwawancarai oleh Penulis, Jember, 8 Agustus 2025.

memperkuat pandangan bahwa DANA adalah aplikasi praktis dan bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa pendapat, rekomendasi, serta kebiasaan kelompok sosial menjadi faktor penting dalam membentuk sikap dan keputusan konsumen untuk menggunakan DANA.

c. Faktor Pribadi

Selain budaya dan sosial, faktor pribadi juga sangat menentukan perilaku mahasiswa dalam menggunakan aplikasi DANA. Karakteristik pribadi seperti usia muda, tingkat pendidikan, gaya hidup, serta motivasi untuk mencari kemudahan dan efisiensi menjadi alasan utama mereka memilih aplikasi digital tanpa kantor fisik. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Sekarang kan gaya hidup orang cenderung serba cepat dan pengennya efisien, jadi wajar kalau banyak yang cari cara bayar yang praktis. Nah, DANA ini menurut saya ngebantu banget, soalnya bisa dipakai buat bayar cepat dan gampang, baik online maupun offline, tanpa harus repot bawa uang tunai atau kartu.”⁸⁰

“Gaya hidup saya sekarang lebih ke arah digital dan serba praktis. Saya sering belanja online, pesan makanan lewat aplikasi, dan biasanya juga pakai pembayaran non tunai. Makanya, aplikasi kayak DANA jadi pilihan, karena bisa bikin transaksi lebih cepat dan saya nggak perlu repot bawa uang cash.”⁸¹

Faktor pribadi mencakup pengalaman, gaya hidup, dan preferensi individu yang memengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan suatu produk atau layanan. Pada konteks mahasiswa

⁸⁰ Mila Rosa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 6 Agustus 2025.

⁸¹ Zulfi Lailatul, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

perbankan syariah, pengalaman pribadi saat menggunakan aplikasi DANA menjadi penting untuk melihat bagaimana mereka menilai aspek kenyamanan, keamanan, serta kesesuaian dengan prinsip syariah. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya DANA itu nyaman dipakai, transaksinya juga cepat dan aman. Cuma harapannya ke depan ada fitur yang lebih jelas supaya semua layanannya benar-benar sesuai sama prinsip syariah.”⁸²

Dalam konteks faktor pribadi, kondisi ekonomi menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi perilaku konsumen. Kondisi finansial yang dialami mahasiswa, seperti keterbatasan uang saku dan kebutuhan sehari-hari, membuat mereka harus bijak dalam mengatur pengeluaran. Kehadiran aplikasi DANA dapat memberikan dua dampak yang berbeda. Di satu sisi, DANA berpotensi membantu mahasiswa menjadi lebih hemat karena adanya fitur pencatatan transaksi dan kemudahan pembayaran yang terkontrol. Namun, di sisi lain, kemudahan akses serta adanya promo dan cashback juga bisa mendorong perilaku konsumtif sehingga membuat mahasiswa lebih boros. Oleh karena itu, menarik untuk mengetahui bagaimana mahasiswa menilai pengaruh penggunaan DANA terhadap kebiasaan keuangan mereka, apakah lebih mendukung pola hidup hemat atau justru memicu pengeluaran berlebih. Maka peneliti melakukan

⁸² Isna Farikh Nuzula, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 6 Agustus 2025.

wawancara dengan beberapa mahasiswa pengguna aplikasi DANA dan mendapatkan hasil wawancara sebagai berikut:

“Menurut saya, pakai DANA itu agak membingungkan. Di satu sisi, saya jadi lebih hemat karena bisa langsung cek riwayat transaksi, jadi sadar kalau pengeluaran sudah banyak. Tapi di sisi lain, karena ada promo sama cashback, saya jadi suka beli barang yang sebenarnya nggak terlalu butuh. Jadi bisa dibilang DANA bikin saya hemat secara pencatatan, tapi boros secara perilaku konsumsi.”⁸³

“Kalau menurut saya malah lebih boros, bukan karena aplikasinya, tapi karena rasanya ‘nggak berasa’ uang keluar. Kalau pakai cash kan kelihatan uang fisiknya berkurang, tapi kalau di DANA tinggal klik aja. Jadi lebih gampang kebablasan, apalagi kalau top up saldo tinggal sekali klik. Itu yang bikin saya jadi lebih susah kontrol pengeluaran.”⁸⁴

“Menurut saya DANA bisa bikin hemat sekaligus boros, tergantung cara kita pakai. Saya pakai DANA justru untuk menghindari boros. Misalnya, saya bikin satu akun DANA khusus buat bayar tagihan dan kebutuhan pokok, jadi kayak dompet digital versi ‘uang wajib’. Jadi bukan sekadar alat bayar, tapi saya manfaatkan sebagai cara budgeting. Nah, mungkin jarang orang yang pakai DANA kayak gini, tapi buat saya justru jadi alat kontrol keuangan.”⁸⁵

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan DANA dipengaruhi oleh faktor pribadi, terutama gaya hidup digital yang serba cepat, praktis, dan efisien. Sebagian besar informan merasa DANA memudahkan transaksi karena cepat, aman, dan nyaman digunakan dalam aktivitas sehari-hari, baik online maupun offline. Namun, dari sisi perilaku konsumsi, pengalaman pengguna berbeda-beda: ada yang merasa lebih hemat karena bisa memantau riwayat transaksi dan menggunakan DANA sebagai alat pengelolaan keuangan, sementara

⁸³ Ananda Dheya, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 11 Agustus 2025.

⁸⁴ Saqina Maulita Pradewi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 13 Agustus 2025.

⁸⁵ Ely Eka Saputri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 11 Agustus 2025.

ada pula yang merasa lebih boros akibat promo, cashback, atau karena transaksi digital membuat uang terasa “tidak berkurang secara nyata.” Hal ini menunjukkan bahwa dampak penggunaan DANA terhadap pola konsumsi sangat bergantung pada gaya hidup dan kebiasaan individu masing-masing.

d. Faktor Psikologis

Faktor psikologis menjadi salah satu aspek penting yang memengaruhi perilaku mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA. Menurut Kotler, faktor ini mencakup motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan sikap konsumen. Mahasiswa termotivasi menggunakan DANA karena adanya kebutuhan akan kemudahan dan kecepatan dalam bertransaksi sehari-hari, seperti pembayaran, transfer, maupun pembelian produk digital. Persepsi mahasiswa terhadap keamanan aplikasi juga memengaruhi keputusan mereka, di mana sebagian besar menilai DANA cukup aman dan praktis meskipun tidak memiliki kantor fisik. Selain itu, keyakinan dan sikap mereka sebagai mahasiswa perbankan syariah mendorong adanya kehati-hatian dalam menilai kesesuaian fitur aplikasi dengan prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor psikologis berperan penting dalam membentuk pola penerimaan dan perilaku mahasiswa terhadap aplikasi keuangan digital. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Pengetahuan saya tentang perbankan syariah cukup berpengaruh dalam menilai DANA itu sesuai syariah atau nggak. Soalnya di perbankan syariah ada prinsip-prinsip utama yang harus dijaga, misalnya larangan riba atau bunga, gharar atau ketidakjelasan, maysir atau unsur judi, sama transaksi yang ada hal-hal haram. Dari situ saya jadi lebih hati-hati ngelihat fitur-fitur yang ada di DANA.”⁸⁶

“Karena saya punya pengetahuan tentang perbankan syariah, jadi lebih gampang buat menilai DANA sesuai syariah atau nggak. Saya bisa lihat apakah fitur atau layanannya ada unsur riba, gharar, atau maysir, soalnya saya sudah paham aturan dasarnya.”⁸⁷

“Menurut saya, pengetahuan tentang perbankan syariah lumayan berpengaruh. Jadi saya bisa tahu mana fitur DANA yang sesuai sama aturan Islam dan mana yang mungkin belum sesuai.”⁸⁸

Kesimpulan hasil dari beberapa wawancara menunjukkan bahwa pengetahuan tentang perbankan syariah sangat memengaruhi cara informan menilai aplikasi DANA. Dengan pemahaman terhadap prinsip larangan riba, gharar, maysir, dan transaksi haram, mereka mampu menilai apakah fitur atau layanan DANA sesuai dengan syariah atau tidak. Hal ini berkaitan dengan faktor psikologis, khususnya aspek pengetahuan dan pemahaman individu, yang membentuk sikap, persepsi, dan keputusan dalam menggunakan aplikasi keuangan digital.

⁸⁶ Venna Dwi Chandra, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 4 Agustus 2025.

⁸⁷ Della Nur Maulidia, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 6 Agustus 2025.

⁸⁸ Nadilla Retno, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 6 Agustus 2025.

2. Penilaian Mahasiswa Perbankan Syariah terhadap Kesesuaian Aplikasi DANA dengan Prinsip Perbankan Syariah

Penilaian terhadap kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip-prinsip perbankan syariah menunjukkan pandangan yang beragam. Secara umum, mahasiswa menilai bahwa meskipun DANA memberikan kemudahan dalam bertransaksi digital, masih terdapat beberapa aspek yang diragukan kesesuaiannya dengan prinsip syariah. Keraguan tersebut terutama berkaitan dengan belum adanya kejelasan akad dalam setiap layanan, serta kerja sama DANA dengan lembaga keuangan konvensional yang berpotensi mengandung unsur riba. Namun, sebagian mahasiswa juga melihat adanya sisi positif dari aplikasi ini, seperti fitur zakat, infaq, dan sedekah, serta aspek transparansi dan keamanan yang dianggap mendukung nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian mahasiswa terhadap aplikasi DANA tidak sepenuhnya menolak keberadaannya, tetapi menuntut adanya penyesuaian agar lebih sejalan dengan prinsip perbankan syariah. Penelitian ini mengidentifikasi tiga prinsip dasar operasional perbankan syariah yang dijadikan sebagai indikator, yaitu:

a. Bebas *Mahgrib* (*Maysir*, *Gharar*, *Riba*)

Dalam teori yang dikemukakan oleh Nur Izzati dan Muhammad Yazid pada jurnal *Al-Maqhosid*, prinsip dasar operasional perbankan syariah menekankan pentingnya kebebasan dari praktik *maghrib*, yaitu *maysir* (judi/spekulasi), *gharar* (ketidakjelasan), dan *riba*. Berikut

adalah penjelasan dan hasil wawancara dari bebas *maghrib* (*maysir*, *gharar*, *riba*).

1) *Maysir* (Judi/Spekulasi)

Terkait aspek *maysir*, mahasiswa menilai bahwa secara umum aplikasi DANA tidak menampilkan fitur yang menyerupai perjudian, undian berbayar, ataupun spekulasi. Namun, sebagian mahasiswa tetap memberikan catatan kritis terhadap kemungkinan munculnya fitur promosi atau undian berhadiah yang berpotensi mendekati praktik *maysir*. Hal ini menunjukkan adanya kehati-hatian mahasiswa perbankan syariah dalam menilai aplikasi keuangan digital agar tetap sejalan dengan prinsip bebas judi dan spekulasi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Selama saya pakai DANA sih belum pernah nemuin fitur yang jelas-jelas kayak judi atau undian berbayar yang arahnya ke *maysir*. Biasanya saya cuma pakai fitur utama kayak transfer uang, bayar tagihan, top up saldo, atau beli produk digital, dan semuanya jelas manfaatnya. Cuma, saya pernah lihat ada promo undian atau hadiah acak, walaupun biasanya bentuknya cuma cashback atau diskon kecil. Menurut saya sih kelihatannya ringan, tapi tetap perlu hati-hati, apalagi kalau ada syarat harus keluar biaya dulu padahal hasilnya nggak pasti. Dari sisi syariah, hal kayak gini bisa bikin ragu karena agak mendekati *maysir*. Jadi menurut saya lebih baik kalau promo dibuat transparan aja, misalnya *reward* langsung, biar nggak kesannya spekulasi.”⁸⁹

⁸⁹ Lidya Yuli Ambarwati, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 11 Agustus 2025.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa secara umum fitur utama DANA seperti transfer, pembayaran tagihan, top up, dan pembelian produk digital dinilai tidak mengandung unsur *maysir* karena manfaatnya jelas dan langsung. Namun, beberapa promo berbentuk undian atau hadiah acak dianggap berpotensi mendekati praktik *maysir*, terutama jika mengharuskan pengguna mengeluarkan biaya tanpa kepastian hasil. Hal ini berkaitan dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah berlandaskan pada kebebasan dari unsur *maysir*, di mana setiap transaksi harus terhindar dari spekulasi atau perjudian agar tetap sesuai syariah.

2) *Gharar* (Ketidakjelasan)

Dari sisi *gharar*, sebagian besar mahasiswa berpendapat bahwa akad atau ketentuan transaksi di aplikasi DANA sudah cukup jelas, terutama dalam hal biaya administrasi, top-up,

maupun penggunaan saldo. Meskipun demikian, ada juga yang menilai bahwa beberapa informasi terkait syarat dan ketentuan promosi atau layanan tambahan masih kurang transparan.

Pandangan ini menggambarkan bahwa kejelasan akad menjadi aspek penting bagi mahasiswa perbankan syariah untuk memastikan tidak adanya ketidakjelasan dalam transaksi. Hal ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya, akad atau aturan transaksi di DANA itu cukup transparan, soalnya syarat dan ketentuan udah

ditampilkan jelas di aplikasinya, termasuk soal biaya, limit, sama proteksi transaksi. Cuma buat sebagian orang yang awam, bahasanya kadang agak ribet karena terlalu hukum atau teknis, jadi masih bisa bikin salah paham sedikit. Jadi secara umum udah jelas, tapi menurut saya tetap perlu disederhanakan biar benar-benar bebas dari kesan *gharar*.”⁹⁰

Hasil wawancara menunjukkan bahwa akad atau ketentuan transaksi di DANA dinilai relatif transparan karena syarat, biaya, limit, dan proteksi transaksi ditampilkan secara jelas dalam aplikasi. Namun, penggunaan bahasa hukum dan teknis yang rumit berpotensi menimbulkan kesalahpahaman bagi sebagian pengguna awam. Hal ini berkaitan dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah yang menekankan keterhindaran dari *gharar*, yaitu memastikan akad dan transaksi bebas dari ketidakjelasan agar tidak merugikan salah satu pihak.

3) *Riba*

Pada aspek *riba*, mahasiswa memberikan pandangan yang lebih kritis. Sebagian besar menilai bahwa penggunaan saldo utama DANA untuk transaksi sehari-hari tidak menimbulkan praktik *riba*. Namun, kekhawatiran muncul pada fitur tambahan yang memungkinkan adanya bunga atau keuntungan dari simpanan dana yang mengendap. Dengan demikian, mahasiswa menekankan pentingnya adanya kepastian bahwa aplikasi tersebut terbebas dari praktik *riba* agar lebih sesuai dengan prinsip perbankan syariah. Hal

⁹⁰ Rahma Dwi Mayasari, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 13 Agustus 2025.

ini sesuai dengan hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa perbankan syariah pengguna aplikasi DANA yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya, penggunaan DANA buat fitur dasar kayak *top up* saldo, transfer, atau simpan saldo itu nggak ada unsur *riba*. Soalnya saldo di DANA sifatnya cuma alat tukar digital, nilainya tetap, nggak nambah sendiri, dan juga nggak ada bunga. *Top up* juga cuma mindahin dana dari rekening atau sumber lain ke aplikasi tanpa tambahan biaya berbunga. Tapi yang perlu diwaspadai itu fitur kayak *PayLater* atau pinjaman digital, karena biasanya ada biaya tambahan yang mirip bunga kalau telat bayar. Nah, itu jelas bertentangan sama prinsip syariah. Jadi walaupun transaksi utama di DANA relatif aman dari *riba*, pengguna tetap harus selektif biar nggak dibawa ke layanan yang ada bunganya.”⁹¹

Hasil wawancara menunjukkan bahwa penggunaan fitur dasar DANA seperti *top up*, transfer, dan penyimpanan saldo dinilai tidak mengandung unsur *riba* karena nilainya tetap, tidak bertambah dengan sendirinya, serta tidak ada bunga yang diberikan. Namun, potensi *riba* dapat muncul pada fitur tertentu seperti *PayLater* atau pinjaman digital, yang menerapkan biaya tambahan mirip bunga jika terjadi keterlambatan pembayaran. Hal ini berkaitan dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah yang menekankan keterhindaran dari *riba*, sehingga pengguna perlu selektif agar transaksi tetap sesuai dengan prinsip syariah.

⁹¹ Nindita Muhafillah, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 11 Agustus 2025.

b. Prinsip Kepercayaan dan Kehati-hatian dalam Pengelolaan Dana

Dalam teori yang dikemukakan oleh Nuir Izzati dan Muhammad Yazid pada jurnal *Al-Maqhosid*, salah satu prinsip penting dalam operasional perbankan syariah adalah kepercayaan (*trust*) dan kehati-hatian (*prudential principle*) dalam pengelolaan dana. Prinsip ini menekankan bahwa lembaga keuangan, termasuk layanan digital seperti aplikasi DANA, harus mampu menjaga keamanan dana dan memberikan rasa aman kepada penggunanya. Untuk menggali pandangan mahasiswa perbankan syariah terkait hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah yaitu sebagai berikut:

“Menurut saya, DANA udah cukup hati-hati ya, soalnya ada sistem keamanan berlapis kayak PIN, OTP, sama verifikasi biometrik. Terus ada notifikasi transaksi juga, jadi lebih transparan. Cuma menurut saya tinggal ditambah edukasi aja ke pengguna biar makin waspada sama penipuan.”⁹²

“Menurut saya, DANA udah cukup bagus dalam menerapkan prinsip kehati-hatian, terutama soal keamanan transaksi. Setiap kali saya bayar atau transfer, selalu ada konfirmasi lewat PIN, bahkan untuk transaksi tertentu juga pakai OTP yang dikirim via SMS atau notifikasi. Itu bikin saya merasa lebih aman, karena transaksi nggak bisa dilakukan sembarangan tanpa sepengetahuan pemilik akun. Ditambah lagi ada notifikasi real time setiap ada transaksi, jadi lebih transparan dan saya bisa langsung tahu kalau ada aktivitas mencurigakan. Tapi saya juga sadar, di dunia digital tetap ada risiko kejahatan siber. Jadi saya harap DANA terus tingkatkan sistem keamanannya dengan teknologi terbaru, biar risiko kayak penyalahgunaan akun, peretasan, atau penipuan bisa ditekan. Dengan begitu, kepercayaan pengguna ke DANA bisa tetap terjaga.”⁹³

⁹² Yulia Nur Afifah, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 9 Agustus 2025.

⁹³ Desi Duwi Safitri, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 9 Agustus 2025.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa aplikasi DANA dinilai sudah menerapkan prinsip kehati-hatian dan kepercayaan melalui sistem keamanan berlapis seperti PIN, OTP, verifikasi biometrik, serta notifikasi transaksi real time yang menjaga transparansi. Fitur-fitur ini memberikan rasa aman bagi pengguna dan memperkuat kepercayaan terhadap aplikasi. Namun, informan juga menekankan pentingnya peningkatan edukasi kepada pengguna serta pengembangan teknologi keamanan terbaru agar risiko penipuan dan kejahatan siber dapat diminimalisir. Hal ini sejalan dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah yang menekankan kepercayaan dan kehati-hatian dalam menjaga keamanan serta keandalan transaksi.

c. Prinsip Kontrak

Selain itu prinsip kontrak merupakan salah satu dasar penting dalam operasional perbankan syariah, di mana setiap akad harus jelas, adil, dan sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam konteks aplikasi keuangan digital seperti DANA, syarat dan ketentuan penggunaan menjadi bentuk akad yang mengikat antara penyedia layanan dan pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mengetahui bagaimana mahasiswa perbankan syariah menilai kesesuaian ketentuan tersebut dengan prinsip kontrak dalam perbankan syariah. Untuk itu, peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa perbankan syariah yaitu:

“Menurut saya, syarat dan ketentuan di DANA itu masih umum banget dan lebih ke arah praktik konvensional. Memang ada beberapa hal yang sudah sesuai sama prinsip syariah, misalnya transparansi dan nggak ada bunga di saldo. Tapi saya belum

lihat ada kejelasan akad syariah yang ditulis jelas di kontraknya. Jadi menurut saya, DANA belum bisa dibilang sepenuhnya sesuai dengan prinsip perbankan syariah.”⁹⁴

“Menurut saya, syarat dan ketentuan di DANA udah cukup jelas dan bentuknya mirip kontrak antara penyedia layanan sama pengguna. Soalnya, setiap orang yang daftar kan wajib setuju dulu dengan perjanjian itu sebelum bisa pakai aplikasi. Dari sisi hukum positif dan fintech, hal ini udah sesuai standar. Tapi kalau dilihat dari perspektif perbankan syariah, masih ada yang perlu diperbaiki. Misalnya, di kontrak nggak dijelasin secara detail akad apa yang dipakai di tiap layanan, jadi agak susah buat pengguna muslim memastikan apakah sudah sesuai prinsip syariah atau belum.”⁹⁵

Hasil wawancara menunjukkan bahwa syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi DANA dinilai sudah cukup jelas serta menyerupai kontrak antara penyedia layanan dan pengguna, sehingga sesuai dengan standar hukum positif dan praktik finansial konvensional. Namun, dari perspektif perbankan syariah, kontrak tersebut belum sepenuhnya memenuhi prinsip akad karena tidak dijelaskan secara rinci jenis akad yang digunakan pada setiap layanan. Hal ini berkaitan dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah yaitu prinsip kontrak, di mana setiap transaksi seharusnya memiliki kejelasan akad agar pengguna, khususnya muslim, dapat memastikan kesesuaiannya dengan syariah.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis data berdasarkan fokus masalah, maka perlu dilakukan pembahasan temuan yang ada di lapangan dengan bentuk interpretasi mengenai analisis perilaku

⁹⁴ Silvi Salavi Sauqina, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 14 Agustus 2025.

⁹⁵ Tria Sughesti Adifa Winata, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 12 Agustus 2025.

konsumen dalam penggunaan aplikasi DANA tanpa kantor fisik perspektif prinsip operasional Perbankan Syariah. Adapun rincian pembahasan antara lain sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumen Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik

Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai tindakan- tindakan yang dilakukan konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA mencerminkan adanya proses penilaian, pemilihan, dan penggunaan layanan digital sesuai dengan kebutuhan dan pertimbangan individu. Konsumen menilai DANA sebagai aplikasi yang praktis, cepat, dan aman untuk mendukung gaya hidup digital sehari-hari, baik dalam transaksi online maupun offline. Namun, perilaku konsumsi yang muncul tidak selalu sama: sebagian konsumen merasa lebih hemat karena dapat memanfaatkan fitur riwayat transaksi untuk mengontrol pengeluaran, sedangkan sebagian lainnya justru merasa lebih boros akibat promo, cashback, dan kemudahan bertransaksi tanpa uang tunai yang membuat uang terasa tidak berkurang secara nyata. Di sisi lain, konsumen juga menunjukkan perilaku selektif

⁹⁶ Siska Yuli Anita dkk., *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2023): 7.

dengan menilai kesesuaian fitur DANA terhadap prinsip syariah, terutama terkait larangan riba, gharar, dan maysir.

Temuan ini sejalan dengan teori perilaku konsumen menurut Siska Yuli Anita, dkk, yang menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan tindakan individu atau kelompok dalam menilai, memperoleh, dan menggunakan barang atau jasa melalui proses pertukaran yang diawali oleh pengambilan keputusan. Dengan demikian, perilaku konsumen terhadap DANA tidak hanya sekadar penggunaan layanan digital karena faktor kepraktisan, tetapi juga melibatkan proses pertimbangan nilai, pengalaman, serta persepsi individu sebelum mengambil keputusan untuk menggunakannya.

Ahli lain juga mengemukakan bahwa, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, ahli tersebut yaitu Kotler. Kotler menyebutkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi perilaku pembelian konsumen ada empat yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi. Berikut adalah penjelasan lengkap dari keempat faktor tersebut berdasarkan penjelasan Kotler:

a. Faktor Kebudayaan

Menurut Kotler, faktor kebudayaan memiliki pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen karena budaya, sub-budaya, dan kelas sosial membentuk dasar dari nilai, kepercayaan, serta pola hidup seseorang. Budaya menjadi faktor penentu utama yang membentuk keinginan dan perilaku sejak kecil

melalui keluarga maupun institusi sosial, misalnya nilai-nilai tentang hubungan keluarga, kepatuhan, kepercayaan, penghormatan kepada orang tua, dan kesalehan yang umumnya ditanamkan dalam budaya Asia. Selain itu, stratifikasi sosial juga berperan dalam membentuk perilaku konsumen, baik dalam sistem kasta yang kaku maupun dalam kelas sosial yang lebih umum, di mana setiap kelas memiliki nilai, minat, dan perilaku yang relatif serupa sehingga memengaruhi pola konsumsi anggotanya.

b. Faktor Sosial

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh faktor sosial, terutama melalui kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial yang melekat pada dirinya. Kelompok acuan, baik yang bersifat primer seperti keluarga, teman, tetangga, dan rekan kerja, maupun yang bersifat sekunder seperti kelompok religius atau profesi, memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku individu. Di antara kelompok tersebut, keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling signifikan karena sejak kecil individu memperoleh nilai, orientasi agama, politik, ekonomi, serta pandangan hidup dari orang tua, bahkan ketika interaksi berkurang pengaruhnya tetap bertahan. Selain itu, peran dan status seseorang dalam kelompok juga berpengaruh besar terhadap pola konsumsi, karena setiap peran membawa status sosial tertentu yang

biasanya tercermin dalam pilihan produk maupun gaya hidup yang dikaitkan dengan simbol penghargaan masyarakat.

c. Faktor Pribadi

Keputusan pembelian konsumen juga sangat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi yang mencakup usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, kondisi ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri. Seiring bertambahnya usia, kebutuhan dan preferensi konsumen akan berubah sesuai dengan tahap siklus hidupnya, sehingga pemasar perlu memperhatikan pola konsumsi yang terkait dengan perubahan tersebut. Pekerjaan juga menjadi faktor penting karena jabatan atau profesi tertentu memengaruhi minat terhadap produk maupun jasa. Selain itu, kondisi ekonomi, termasuk pendapatan, tabungan, utang, serta sikap terhadap konsumsi dan menabung, akan menentukan pilihan produk yang dibeli. Gaya hidup, yang tercermin dari aktivitas, minat, dan opini, meskipun berasal dari latar belakang sosial yang sama, tetap dapat berbeda antarindividu, sehingga pemasar harus jeli membaca perbedaan tersebut. Sementara itu, kepribadian dan konsep diri memberikan pengaruh yang konsisten terhadap perilaku pembelian, karena setiap individu memiliki ciri psikologis unik yang dapat dikaitkan dengan preferensi produk atau merek tertentu.

d. Faktor Psikologis

Pilihan pembelian konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, dan pribadi, tetapi juga oleh faktor psikologis

yang meliputi motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap. Motivasi muncul ketika kebutuhan, baik yang bersifat biogenik seperti rasa lapar dan haus maupun yang bersifat psikogenik seperti kebutuhan akan pengakuan dan penghargaan, mencapai tingkat intensitas tertentu sehingga mendorong seseorang untuk bertindak demi mengurangi ketegangan. Namun, cara seseorang bertindak sangat bergantung pada persepsinya terhadap situasi, karena persepsi membentuk bagaimana individu memaknai rangsangan yang diterimanya. Dalam proses tindakan tersebut, seseorang akan belajar melalui pengalaman sehingga memperoleh pengetahuan yang kemudian membentuk keyakinan dan sikap. Keyakinan dan sikap inilah yang akhirnya memengaruhi perilaku pembelian, di mana citra produk atau merek sangat dipengaruhi oleh apa yang diyakini konsumen. Oleh karena itu, jika keyakinan konsumen keliru atau menghambat pembelian, produsen biasanya berupaya memperbaikinya melalui strategi komunikasi atau kampanye pemasaran.⁹⁷

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA dipengaruhi oleh keempat faktor menurut Kotler, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dari sisi budaya, DANA dinilai mencerminkan nilai masyarakat Indonesia seperti kemudahan dan gotong royong, meskipun

⁹⁷ Siska Yuli Anita dkk., 7-13.

sebagian informan menilai belum sepenuhnya sesuai dengan nilai Islam. Dari sisi sosial, lingkungan kampus, teman sebaya, komunitas, serta dukungan keluarga terbukti berperan penting dalam membentuk persepsi positif dan mendorong penggunaan aplikasi. Dari sisi pribadi, gaya hidup digital yang serba cepat, praktis, dan efisien menjadikan DANA sebagai pilihan untuk memudahkan aktivitas keuangan sehari-hari. Sementara itu, dari sisi psikologis, persepsi dan pengalaman penggunaan menghasilkan dampak berbeda: ada yang merasa lebih hemat karena bisa mengatur keuangan dengan fitur DANA, tetapi ada pula yang merasa lebih boros karena promo dan kemudahan transaksi digital. Hal ini menegaskan bahwa perilaku konsumen terhadap DANA merupakan hasil interaksi keempat faktor tersebut yang saling memengaruhi dalam pengambilan keputusan.

Dengan demikian, perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA merupakan hasil dari interaksi antara faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis sebagaimana dijelaskan Kotler. Keputusan konsumen tidak hanya ditentukan oleh manfaat fungsional aplikasi, tetapi juga oleh nilai, lingkungan sosial, gaya hidup, serta pemahaman individu yang memengaruhi cara mereka menilai kesesuaian aplikasi dengan kebutuhan dan keyakinan.

Tabel 4.1 Hasil Perilaku Konsumen Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Penggunaan Aplikasi DANA berdasarkan Faktor Kotler

No	Indikator (Faktor Perilaku Konsumen Menurut Kotler)	Hasil Penelitian
1.	Faktor Kebudayaan	Mahasiswa perbankan syariah menggunakan DANA karena mengikuti budaya digital yang praktis dan transparan, namun tetap menilai bahwa aplikasi ini belum sepenuhnya sesuai dengan nilai budaya Islam, sehingga mereka lebih kritis dalam menimbang kesesuaiannya dengan syariat.
2.	Faktor Sosial	Perilaku mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan DANA dipengaruhi oleh teman sebaya, komunitas kampus, dan dukungan keluarga yang berperan sebagai sumber rekomendasi serta pembentuk tren.
3.	Faktor Pribadi	Mahasiswa perbankan syariah dipengaruhi faktor pribadi berupa gaya hidup digital yang serba cepat, praktis, dan efisien. Mereka menilai DANA memudahkan transaksi harian, namun dampaknya berbeda: ada yang merasa lebih hemat karena dapat memantau transaksi, sementara sebagian lain justru lebih boros akibat promo dan kemudahan transaksi digital.
4.	Faktor Psikologis	Pengetahuan mahasiswa tentang prinsip syariah (larangan riba, gharar, maysir) membentuk sikap kritis, persepsi, dan keputusan mereka dalam menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan syariah.

Sumber: Diolah Peneliti Tahun 2025

2. Penilaian Mahasiswa Perbankan Syariah terhadap Kesesuaian Aplikasi DANA dengan Prinsip Perbankan Syariah

Beberapa pedoman mendasar untuk mengelola operasi bisnis perbankan Islam sudah mapan ketika datang untuk mengoperasionalkan perbankan Islam. Berikut ini adalah beberapa prinsip dasar operasional perbankan syariah menurut Nur Izzati dan Muhammad Yazid pada jurnal *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, yaitu sebagai berikut:

a. Bebas *Maghrib* (*Maysir*, *Gharar*, *Riba*)

1) *Maysir* (Spekulasi), menurut Muhammad Ayub, *maysir* dan *qimar* setara dalam bahasa Arab. Istilah "*maysir*" menggambarkan akumulasi uang yang cepat atau perolehan kekayaan hanya berdasarkan keberuntungan, apakah itu melibatkan pelanggaran hak orang lain atau tidak.

2) *Gharar*, Secara harfiah berarti akibat, bencana, bahaya, risiko, dan sebagainya. Menurut Ascarya&Yumanita dalam Islam, *gharar* adalah semua transaksi ekonomi yang melibatkan unsur-unsur ketidakjelasan, penipuan atau kejahatan.

3) *Riba*, Makna etimologis *riba* adalah "penambahan" atau "kelebihan". Ungkapan "meningkat," "tumbuh," dan "berkembang" semuanya memiliki arti yang sama dalam bahasa Arab Lisanul, menurut Ibnu Manzur (n.d.). Menurut Abdullah Saeed, yang namanya *riba* dalam AlQur'an, kata *riba* memiliki arti tumbuh,

meningkat, naik, bengkak, meningkat, dan menjadi besar dan tinggi, seperti yang dilaporkan oleh Latifa M. Algaoud dan Mervyn K. Lewis.

b. Prinsip Kepercayaan dan Kehati-hatian dalam Pengelolaan Dana

Menerima deposito dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro merupakan salah satu tanggung jawab industri perbankan. Bank membutuhkan uang tunai ini untuk mengoperasikan bisnis mereka karena mereka tidak bisa hanya mengandalkan modal bank. Untuk alasan ini, bank juga bertujuan untuk memodernisasi layanan perbankannya untuk menarik dana dari masyarakat umum. Selain itu, bank merupakan salah satu elemen yang menjaga keseimbangan antara pembangunan dan kesatuan ekonomi nasional, oleh karena itu melakukan bisnis membutuhkan kepercayaan masyarakat, dalam hal ini klien atau nasabah.

Hal ini sebagai upaya untuk menjaga stabilitas industri perbankan dengan kepercayaan masyarakat dan nasabah terhadap sektor tersebut. Kejelasan hukum dalam pengaturan dan pengawasan bank, bersama dengan jaminan bank atas simpanan konsumen, dapat membantu membangun kepercayaan. Untuk mencapai kepercayaan masyarakat, semua kewajiban bank harus dijamin oleh pemilik, manajemen, dan otoritas bank yang terlibat dalam mengatur pengawasan.

c. Prinsip Kontrak

Semua transaksi harus didukung oleh akad syariah, yaitu perjanjian tertulis antara bank dengan pihak lain yang berisi penawaran dan akseptasi yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak berdasarkan syariat Islam. Jika semuanya dilakukan sesuai, perjanjian tersebut dianggap asli. Tujuan kontrak, lafaz kontrak, dan kehadiran dua pihak atau lebih adalah tiga pilar kontrak. Dalam perbankan Islam, istilah "akad" tidak diragukan lagi menyinggung gagasan pembagian keuntungan, yang menyerukan keuntungan bersama baik di sisi manajemen maupun klien.

Hal ini berguna dalam memastikan bahwa setiap pihak dalam transaksi memiliki hak mereka dilindungi oleh kontrak. Karena keterbukaan dan transparansi Akad, itu bisa menghentikan seseorang dari kehilangan.⁹⁸

Berdasarkan hasil wawancara, dapat disimpulkan bahwa penilaian mahasiswa terhadap kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah masih bersifat parsial. Menurut teori Nur Izzati dan Muhammad Yazid dalam jurnal *Al-Maqhasid*, prinsip dasar operasional perbankan syariah meliputi kebebasan dari unsur maysir, gharar, dan riba; penerapan prinsip kepercayaan dan kehati-hatian; serta kejelasan akad dalam setiap transaksi.

⁹⁸ Nur Izzati, dan Muhammad Yazid, "Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah," *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business* Vol. 04 No. 01 (April 2024): 2-4.

Dalam konteks maysir, mahasiswa menilai bahwa fitur utama DANA seperti transfer, pembayaran tagihan, dan top up relatif bebas dari praktik spekulatif, meskipun promo berupa undian dan hadiah acak masih dipandang berpotensi mendekati unsur perjudian. Dari sisi gharar, syarat dan ketentuan transaksi dinilai cukup jelas dan transparan, meskipun penggunaan bahasa hukum yang rumit dapat menimbulkan ketidakjelasan bagi pengguna awam. Terkait riba, mahasiswa menilai fitur dasar DANA bebas dari bunga, tetapi fitur seperti PayLater dianggap bermasalah karena menyerupai praktik riba melalui biaya tambahan.

Dari aspek kepercayaan dan kehati-hatian, mahasiswa menilai bahwa sistem keamanan berlapis pada DANA sudah cukup baik dalam memberikan rasa aman, meskipun masih diperlukan edukasi dan peningkatan teknologi keamanan untuk meminimalisir risiko kejahatan digital. Sementara itu, dari perspektif akad, mahasiswa menilai bahwa kontrak dalam aplikasi belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip syariah karena tidak menjelaskan jenis akad yang mendasari setiap layanan.

Dengan demikian, mahasiswa menilai bahwa meskipun aplikasi DANA secara umum dianggap praktis, aman, dan bermanfaat dalam mendukung gaya hidup digital, kesesuaiannya dengan prinsip dasar operasional perbankan syariah masih dipertanyakan. Hal ini menegaskan pentingnya pengembangan fitur berbasis syariah,

kejelasan akad, serta pengawasan dari dewan syariah agar aplikasi ini lebih sesuai dengan kebutuhan konsumen muslim dan dapat diterima secara luas dalam perspektif syariah.

Tabel 4.2 Hasil Penilaian Mahasiswa terhadap Aplikasi DANA berdasarkan Indikator Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah

No	Indikator Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Bebas <i>Maghrib</i> (<i>Maysir</i> , <i>Gharar</i> , <i>Riba</i>)	Mahasiswa perbankan syariah menilai fitur utama DANA bebas dari <i>maysir</i> , <i>gharar</i> , dan <i>riba</i> karena manfaatnya jelas, akad relatif transparan, dan saldo tidak berbunga. Namun, promo undian dinilai berpotensi <i>maysir</i> , bahasa hukum rumit menimbulkan <i>gharar</i> , dan layanan PayLater menyerupai <i>riba</i> .
2.	Prinsip Kepercayaan & Kehati-hatian	Mahasiswa perbankan syariah menilai DANA sudah menerapkan prinsip kepercayaan & kehati-hatian melalui keamanan berlapis (PIN, OTP, biometrik, notifikasi <i>real time</i>) yang memberi rasa aman dan transparansi, namun tetap perlu edukasi serta inovasi keamanan agar sesuai dengan prinsip syariah.
3.	Prinsip Kontrak	Mahasiswa perbankan syariah menilai syarat dan ketentuan DANA sudah cukup jelas sesuai standar hukum positif dan mekanisme layanan keuangan digital, namun belum sepenuhnya memenuhi prinsip akad syariah karena jenis akad tidak dijelaskan secara rinci pada setiap layanan.

Sumber: Diolah Peneliti Tahun 2025

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan. Peneliti dapat menyampaikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumen dalam menggunakan aplikasi DANA dipengaruhi oleh empat faktor utama, yaitu budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Dari sisi budaya, DANA dianggap sesuai dengan nilai praktis masyarakat Indonesia, meski belum sepenuhnya memenuhi prinsip syariah. Faktor sosial terlihat dari peran teman sebaya, komunitas, dan keluarga yang mendorong penggunaan aplikasi. Faktor pribadi menjadi temuan penting karena menunjukkan perbedaan pengalaman pengguna: sebagian merasa lebih hemat karena dapat memantau riwayat transaksi dan mengelola keuangan lebih teratur, sementara sebagian lain justru merasa lebih boros akibat kemudahan transaksi digital serta adanya promo dan cashback yang mendorong konsumsi lebih besar. Sementara itu, faktor psikologis berupa pengetahuan tentang perbankan syariah membuat konsumen lebih kritis dalam menilai kesesuaian DANA dengan prinsip Islam. Dengan demikian, keempat faktor tersebut, khususnya faktor pribadi terkait perilaku hemat atau boros, menjadi kunci dalam membentuk persepsi dan keputusan mahasiswa dalam memanfaatkan aplikasi DANA.
2. Aplikasi DANA pada dasarnya telah sesuai dengan sebagian prinsip dasar operasional perbankan syariah, terutama dalam aspek transparansi,

keamanan, dan manfaat transaksi. Namun, masih terdapat potensi ketidaksesuaian, seperti pada promo berbentuk undian, fitur PayLater, serta belum jelasnya akad pada setiap layanan. Oleh karena itu, meskipun dinilai praktis dan bermanfaat, pengembangan fitur berbasis syariah serta kejelasan akad masih diperlukan agar DANA lebih sesuai dengan prinsip perbankan syariah secara menyeluruh.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa solusi yang diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan pertimbangan yaitu:

1. Bagi Pengguna (Mahasiswa), mahasiswa diharapkan semakin kritis dalam menilai produk dan layanan keuangan digital, termasuk dompet digital seperti DANA. Pemahaman yang baik tentang prinsip syariah seperti larangan riba, gharar, dan maysir penting agar mahasiswa dapat memilih dan menggunakan aplikasi secara bijak serta sesuai dengan nilai-nilai Islam.
2. Bagi pihak aplikasi DANA, aplikasi DANA diharapkan dapat mengembangkan fitur yang lebih ramah syariah, seperti adanya pilihan akun syariah, transparansi sistem transaksi, serta kerja sama dengan lembaga atau dewan pengawas syariah. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan dan minat mahasiswa perbankan syariah maupun masyarakat muslim secara umum.

3. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian berikutnya dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan responden dari latar belakang yang lebih beragam, misalnya masyarakat umum atau pengguna dari berbagai program studi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, Naomi. “Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia,” GoodStats, diakses pada tanggal 26 November 2024 <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>.
- Afdiani, Sri. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Perbankan Syariah dalam Menggunakan Dompot Digital (Aplikasi DANA).” Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2022.
- Afista, Tiara Ledy, Aysyah Lulu Fuadina, Rizki Aldi, dan Fitri Ayu Nofirda. “Analisis Perilaku Konsumtif Gen-Z Terhadap Digital E-wallet DANA.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* Vol. 8 No. 1 (2024): 3344.
- Al Rasyid, Irfan, Doni Winarso, dan Rudy Asrianto. “Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Learning Management System (Lms) Ujian Online Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: SMA Muhammadiyah Bangkinang).”: 81.
- Andriani, Nita, Moch. Chotib, dan Nurul Widyawati Islami Rahayu. “Urgensi Implementasi Fundraising Lembaga Amil Zakat Infak, Dan Sedekah Nahdlatul Ulama (LAZISNU) Kabupaten Jember Dalam Meningkatkan Jumlah Pendapatan Dana Di Era Normal Baru.” *Indonesian Journal of Islamic Economics & Finance* Vol. 5 No. 1 (Juni 2022): 43.
- Anita, Siska Yuli dkk. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Cv. Intelektual Manifes Media, 2023.
- Aprilya, Nurul Wahida, Idris Parakkasi, dan Sudirman. “Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam.” *ADILLA: Jurnal Ekonomi Syariah* Vol. 7 No. 2 (Juli 2024): 160-162.
- Aulia, Sisca. “Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompot Digital.” *Jurnal Komunikasi* Vol. 12, No. 2 (Desember 2020): 312.
- Berliana, Ervina. “Analisis Dampak Penggunaan E-Wallet Terhadap Transaksi Masyarakat Dalam Perspektif Ekonomi Islam.” Skripsi, IAIN Metro, 2023.
- “DANA.” Kenali Lebih Dalam Aplikasi DANA. Dari Mulai Fungsi, Fitur Hingga Manfaat. Diakses pada tanggal 23 Juli, 2025, <https://www.dana.id/blog/kenali-lebih-dalam-aplikasi-dana-dari-mulai-fungsi-fitur-hingga-manfaat/>.

- “DANA.” Syarat dan Ketentuan Pengguna DANA. Diakses pada tanggal 23 Juli, 2025. <https://www.dana.id/terms>.
- “DANA.” Tentang Kami. Diakses pada tanggal 22 Juli, 2025. <https://www.dana.id/corporate/>.
- Darmawati. “Analisis Manajemen Pembelajaran Pendidikan Pancasila dalam Meningkatkan Pemahaman Nilai-Nilai Pancasila pada Mahasiswa Semester I Prodi Pendidikan Jasmani Unimerz Tahun 2022.” *JIRK Journal of Innovation Research and Knowledge* Vol. 2 No. 10 (Maret 2023): 3939.
- Fathoni, Mumtaz Syabits. “Pengaruh Penggunaan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.” Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024.
- Fatimatuazzahro, “Ekonomi Pembangunan,” *Modul Perkuliahan* (Oktober 2022):6.
- Fiantika, Fenny Rita, dkk. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sumatera Barat: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Gideon, Arthur. “Hal yang Perlu Diketahui Soal Dana, Dompot Digital Besutan Anak Negeri.” *Jakarta*, 8 Desember, 2018. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3802191/hal-yang-perlu-diketahui-soal-dana-dompot-digital-besutan-anak-negeri>.
- Hasan, Muhammad, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Tahta Media Group, 2022.
- Heryanti, Afidah Hissi. “Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Melakukan Transaksi Secara Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment).” *Journal on Education* Vol. 05 No. 03 (Maret-April 2023): 8081-8084.
- Hidayatullah, M.F, Nathania Nur Rafidah, Nikmatul Masruroh, dan Nur Ika Mauliyah. “Strategi Digital Marketing Dengan Instagram Dan Tiktok Pada Butik Dot.Id.” *Human Falah Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* (Juni 2023): 127.
- Idayanti, Rini, dan Pepi Ulandari. “Peran Aplikasi Dompot Digital Indonesia (DANA) dalam Memudahkan Masyarakat Melakukan Pembayaran Digital”.
- Izzati, Nur dan Muhammad Yazid. “Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah.” *AL Maqashid : Journal of Economics and Islamic Business* Vol. 04 No. 01 (April 2024): 2-5.

- Jaenudin, Riswan, dkk. *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University Terhadap Permasalahan Sosial : Penelitian di Indonesia dan Sudan*. Palembang: Bening Media Publishing, 2020.
- Kumala, Sindy Lita. “Perkembangan Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia.” *Journal Of Economics And Regional Science* Vol. 1 No. 2 (September 2021) : 110.
- Kusnandar, Viva Budy. ”Nilai Transaksi Uang Elektronik Capai Rp1,6 Kuadriliun pada Januari-Agustus 2024,” databoks, diakses pada tanggal 12 Desember 2024 <https://databoks.katadata.co.id/keuangan/statistik/673216a38c1bc/nilai-transaksi-uang-elektronik-capai-rp16-kuadriliun-pada-januari-agustus-2024>
- Lintang, Indira. “Data: 10 Aplikasi E-Wallet Terpopuler di Indonesia,” INSIDER, diakses pada tanggal 26 November 2024 <https://www.inilah.com/aplikasi-e-wallet-terpopuler-di-indonesia>
- Mukarromah, Yuni Maulidatul. “Problematika Sistem Pembayaran Aplikasi DANA sebagai E-Wallet di Indonesia Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.” Skripsi, UIN KHAS Jember.
- Nabila, Mutiara “Simak Profil Pendiri Dompot Digital DANA, Sejak Awal Tak Pernah Diawasi OJK” *Jakarta*, 22 September 2023 https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230922/265/1697635/simak-profil-pendiri-dompot-digital-dana-sejak-awal-tak-pernah-diawasi-ojk#goog_rewarded.
- Nugraha, Jefri Putri. Dkk. *Teori Perilaku Konsumen*. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management, 2021.
- Onsu, Indra Foreman, Michael S. Mantiri, dan Frans Singkoh. “Analisis Pelaksanaan Tugas Pokok Dan Fungsi Camat Dalam Meningkatkan Pelayanan Publik Di Kecamatan Kawangkoan Barat Kabupaten Minahasa.” *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* Vol. 3 No. 3 (2019): 2-3.
- Pratiwi, Ana, Kuni Zakiyyatul Laila, dan Daru Anondo. “Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Perbankan Di Indonesia.” *Jurnal Akuntansi Terapan dan Bisnis* Vol.2 No.1 (Juli 2022): 61.
- Pratiwi, Tania Yulista. “Pengaruh Motivasi, Gaya Hidup, dan Dompot Digital terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Kiai Haji Achmad Siddiq (KHAS) Jember.” Skripsi, UIN KHAS Jember, 2023.

- Septiani, Yuni, Edo Arribe, dan Risnal Diansyah. "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual," *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE* Vol. 3 No. 1 (Juni 2020): 133.
- Siswanto, Adil, Muhammad Irfan Fatoni, dan Shivam Kakati. "The Effect of Dollar Exchange Rate of The Finance Performance in Indonesia." *Journal of Islamic Economic Perspectives (JIEP)* Vol. 6 No. 2 (2024): 1.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sukarno, Puput Ady dan Fitri Sartina Dewi, "CEO DANA Vincent Iswara : "Slogan Kami, Ganti Dompot" Jakarta, 9 September 2019, <https://teknologi.bisnis.com/read/20190909/266/1146101/ceo-dana-vincent-iswara-slogan-kami-ganti-dompot>.
- Suyatno. *Mengenal Dompot Digital di Indonesia*. Banten: CV. AA. RIZKY, 2023.
- Syh, Sri Nawang, Anugrah Nurila Anwar, dan Hariz Safiudin Riqqo. "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Memilih Produk Perbankan Syariah Indonesia." *Jurnal Manajemen Dakwah* Vol. 2 No. 1 (2024): 77.
- Tim Penyusun. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: UIN KHAS Jember, 2021.
- Ummah, Miftkhul. "Analisis Pergeseran Perilaku Konsumsi dengan Kehadiran Digital Payment sebagai Alat Pembayaran oleh Mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember." Skripsi, UIN KHAS Jember, 2022.
- Wardhana, Aditya. *Pengantar Perilaku Konsumen*. Purbalingga: EUREKA MEDIA AKSARA, 2024.
- Wiadi, Iyus, dan Mohamad Sajili. "Analisis Dampak Covid-19 terhadap Perilaku Konsumen Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digita." *Jurnal IDEAS* Vol. 9 No. 1 (Februari 2023): 221.
- Yadi. "Analisa Usability Pada Website Traveloka." *Jurnal Ilmiah Betrik* Vol. 9 No. 2 (Desember 2018): 174.
- Zufitri. "Analisis Penggunaan Dompot Digital Aplikasi Dana Dalam Transaksi Sehari-Hari Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Teknologi Informasi Uin Ar-Raniry Banda Aceh." Skripsi, UIN Ar-Raniry Darussalam-Banda Aceh, 2022.

MATRIKS PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah	1. Analisis 2. Perilaku Konsumen 3. Aplikasi Dana 4. Mahasiswa 5. Prinsip Dasar Operasional Perbankan Syariah	1. Pengertian 1. Perilaku Konsumen dalam Islam 2. Pentingnya Perilaku Konsumen 3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 1. Pengertian 1. Peran Mahasiswa 1. Bebas <i>Maghrib</i> (<i>Maysir, Gharar, Riba</i>) 2. Prinsip Kepercayaan dan Kehati-hatian dalam Pengelolaan Kegiatan Perbankan Syariah 3. Prinsip Kontrak	1. Data Primer a. Mahasiswa Perbankan Syariah Angkatan 2021 UIN KHAS Jember 2. Data Sekunder a. Buku b. Dokumen, Jurnal, dan Skripsi c. Website	1. Pendekatan Penelitian Kualitatif Deskriptif 2. Lokasi Penelitian: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KHAS Jember 3. Subjek Penelitian: <i>Purposive</i> 4. Teknik Pengumpulan Data a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 5. Teknik Analisis Data a. Pengumpulan Data b. Reduksi Data c. Penyajian Data d. Penarikan Kesimpulan 6. Teknik Keabsahan Data: Triangulasi Teknik	1. Bagaimana perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik? 2. Bagaimana mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip-prinsip operasional perbankan syariah?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisa Maretha Wulandari
NIM : 212105010009
Prodi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian yang berjudul **"Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah"** adalah benar-benar hasil karya saya kecuali kutipan-kutipan yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 6 Oktober 2025



Lisa Maretha Wulandari
NIM. 212105010009

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana perilaku konsumen mahasiswa program studi perbankan syariah dalam menggunakan aplikasi DANA tanpa kantor fisik?

- a. Menurut Anda, apakah aplikasi DANA sudah mencerminkan nilai-nilai budaya masyarakat Indonesia, khususnya nilai-nilai syariah?
- b. Seberapa besar peran media sosial atau komunitas kampus dalam memengaruhi Anda menggunakan aplikasi DANA?
- c. Bagaimana persepsi umum di lingkungan Anda (kampus atau keluarga) terhadap penggunaan aplikasi keuangan digital yang tidak memiliki kantor fisik?
- d. Bagaimana gaya hidup digital Anda (misalnya sering belanja online, pembayaran cepat) mendorong Anda menggunakan aplikasi seperti DANA?
- e. Bagaimana pengalaman pribadi Anda selama menggunakan aplikasi DANA dalam hal kenyamanan, keamanan, dan kesesuaian dengan prinsip syariah?
- f. Menurut Anda, apakah penggunaan aplikasi DANA membuat pengeluaran Anda menjadi lebih hemat atau justru lebih boros? Bisa diceritakan alasan yang melatarbelakanginya?
- g. Sejauh mana pengetahuan Anda tentang perbankan syariah memengaruhi cara Anda menilai apakah aplikasi DANA sesuai dengan prinsip syariah atau tidak? Apa alasannya?

2. Bagaimana mahasiswa program studi perbankan syariah menilai kesesuaian aplikasi DANA dengan prinsip-prinsip perbankan syariah?

- a. Apakah menurut Anda ada fitur dalam aplikasi DANA yang menyerupai perjudian, undian berbayar, atau spekulasi (maysir)?
- b. Bagaimana pendapat Anda mengenai kejelasan akad atau ketentuan dalam transaksi di aplikasi DANA, apakah sudah transparan atau masih ada ketidakjelasan (gharar)?
- c. Menurut Anda, apakah penggunaan aplikasi DANA berpotensi mengandung riba, misalnya pada fitur top-up atau penyimpanan saldo?

- d. Apakah menurut Anda aplikasi DANA sudah menjalankan prinsip kehati-hatian (prudential) dalam menjaga kepercayaan penggunanya, terutama dari sisi keamanan transaksi?
- e. Bagaimana penilaian Anda terhadap syarat dan ketentuan penggunaan aplikasi DANA, apakah sesuai dengan prinsip kontrak dalam perbankan syariah?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERMOHONAN IZIN PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : 309 / Un.22/D.5.WD.1/KM.05.00/03/2025 17 Maret 2025
Lampiran : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.
Dekan FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember,
Jawa Timur Kode Pos: 68136

Dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi, maka dengan ini saya :

Nama : Lisa Maretha Wulandari
NIM : 212105010009
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah

Mohon izin untuk mengadakan Penelitian/Riset pada tanggal 24 Maret - 20 Agustus 2025 mengenai Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi Dana Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Nurul Widyawati Islami Rahayu

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>

SURAT KETERANGAN

Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Lisa Maretha Wulandari
NIM : 212105010009
Semester : IX (Sembilan)
Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Perilaku Konsumen dalam Penggunaan Aplikasi DANA Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah

Telah melaksanakan penelitian untuk memenuhi tugas skripsi, terhitung tanggal 24 Maret-20 Agustus 2025 dengan mengambil data dari:

Mahasiswa FEBI UIN KHAS JEMBER

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 30 September 2025

A.n. Dekan
Ketua Jurusan Ekonomi Islam

Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Uraian Kegiatan
1.	2 September 2024	Pengajuan Judul Skripsi
2.	5 September 2024	Acc Judul Skripsi
3.	31 Oktober 2024	Penyusunan Proposal
4.	7 Februari 2025	Acc Proposal
5.	24 Maret-20 Agustus 2025	Proses Penelitian dan wawancara
6.	29 September 2025	Acc Sidang Skripsi
7.	30 September 2025	Pengambilan surat selesai penelitian



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI





UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KIAI HAJI AGHMAD SIDDIQ

J E B E

SURAT LULUS PLAGIASI



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Lisa Maretha Wulandari
NIM : 212105010009
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH
Judul : Analisis Perilaku Konsumen Dalam Penggunaan Aplikasi Dana Tanpa Kantor Fisik Perspektif Prinsip Operasional Perbankan Syariah(Pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Angkatan 2021)

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 9 Oktober 2025

Operator Turnitin
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

(Dr. Hersa Farida Qoriani, S.Kom., M.El)



SURAT SELESAI BIMBINGAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Nomor : 4081 /Un.22/D.5.KP.4/KM.05.00/09/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Perbankan Syariah,
menerangkan bahwa :

Nama : Lisa Maretha Wulandari

NIM : 212105010009

Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai
bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan
diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 30 September 2025

A.n. Dekan
Koordinator Prodi. Perbankan Syariah

Ana Pratiwi

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



SURAT KETERANGAN

Kami selaku pembimbing skripsi dengan ini menerangkan bahwa:

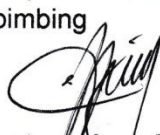
Nama : Lisa Maretha Wulandari
NIM : 212105010009
Program Studi/Fakultas : Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah melengkapi lampiran naskah skripsi sesuai ketentuan buku pedoman akademik dan berhak diverifikasi untuk mendaftar ujian skripsi, antara lain :

No	Lampiran	Ada	Tidak
1	Lembar persetujuan Pembimbing	✓	
2	Matrik Penelitian	✓	
3	Surat Pernyataan Keaslian Bermaterai dan ditandatangani	✓	
4	Pedoman Wawancara/ Angket Penelitian	✓	
5	Surat Izin Penelitian	✓	
6	Surat Keterangan Selesai Penelitian	✓	
7	Jurnal Kegiatan Penelitian	✓	
8	Dokumentasi Penelitian (Kualitatif dan Kuantitatif Data Primer)	✓	
9	Lampiran Data Sekunder (Hasil penghitungan SPSS dll atau penelitian kuantitatif data sekunder)		✓
10	Surat keterangan screening turnitin 25% (Bagian Akademik)	✓	
11	Surat Keterangan Selesai Bimbingan Skripsi	✓	
12	Mensitasi 5 artikel jurnal dosen FEBI (sesuai dengan topik penelitian)	✓	
13	Biodata	✓	

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 06 Oktober 2025
Pembimbing



Fatimatuzzahro, SHI, M. SEI
NIP.199508262020122007

BIODATA PENULIS



1. IDENTITAS DIRI

Nama : Lisa Maretha Wulandari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 11 Maret 2002
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Dusun Ajung Wetan RT004/RW016 Desa Ajung
Kec. Ajung, Jember
NIM : 212105010009
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan / Prodi : Perbankan Syariah
No. HP : 081259586503
Email : lisamaretha002@gmail.com

2. RIWAYAT PENDIDIKAN

TK Anggrek : 2007-2009
SDN Ajung 01 Jember : 2009-2015
SMP Plus Darussholah : 2015-2018
SMA Unggulan BPPT Darussholah : 2018-2021
UIN KHAS Jember : 2021-2025