

Determinan Perilaku Konsumtif Pengguna *E-Wallet*: Analisis Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri pada Masyarakat Kabupaten Bogor

Rifa Ul Jannah,¹ Maya Apriyana,² Lilis Fauziah Balgis,³

Universitas Djuanda Bogor,¹⁻³

rifauljannah5@gmail.com,¹ maya.apriyana@unida.ac.id,² lilis.fauziah@unida.ac.id,³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat usia produktif (15–64 tahun) di Kabupaten Bogor. Metodologi pada penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Ukuran sampel ditetapkan sebanyak 100 responden yang dipilih melalui teknik *simple random sampling* berdasarkan perhitungan rumus Slovin dengan *margin of error* 10%. Data primer dihimpun menggunakan kuesioner terstruktur berskala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, pemahaman literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kecenderungan belanja konsumtif. Sebaliknya, orientasi gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi pendorong paling dominan dalam memicu perilaku konsumtif. Sementara itu, kemampuan kontrol diri memperlihatkan pengaruh negatif dan signifikan sebagai penahan internal dalam meredam transaksi impulsif. Secara simultan, ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku konsumtif pengguna *e-wallet*. Studi ini menyimpulkan bahwa belanja konsumtif digital dominan dipicu oleh pemenuhan gaya hidup dan gengsi sosial, sedangkan pengetahuan literasi syariah belum terimplementasi secara riil dalam tindakan transaksi harian tanpa diimbangi kendali diri yang disiplin.

Kata Kunci: *E-Wallet, Perilaku Konsumtif, Literasi Keuangan Syariah*

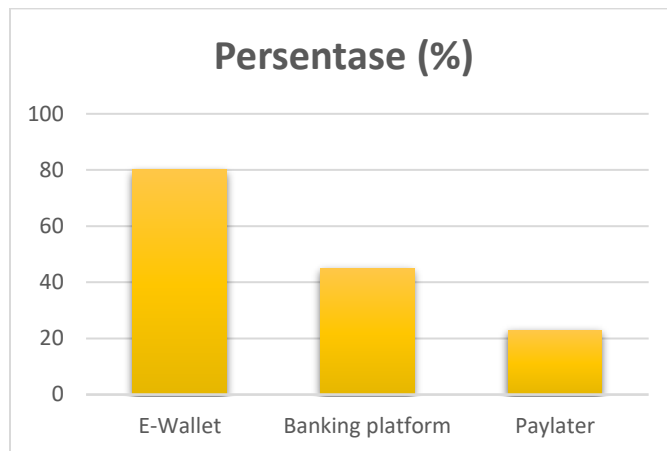
Abstract

This study aims to examine and analyze the influence of Islamic Financial Literacy, Lifestyle, and Self-Control on the Consumptive Behavior of e-wallet users among the productive age population (15–64 years) in Bogor Regency. Utilizing a causal quantitative approach, the sample comprised 100 respondents selected through simple random sampling based on Slovin's formula with a 10% margin of error. Primary data were gathered via structured 1–5 Likert scale questionnaires and analyzed using multiple linear regression techniques. The findings revealed that partially, Islamic financial literacy knowledge had no significant effect on curbing consumptive spending. Conversely, lifestyle orientation had a significant positive effect, serving as the primary catalyst for consumptive behavior. Meanwhile, self-control demonstrated a significant negative effect, functioning as an internal restraint against impulsive transactions. Simultaneously, all three variables exerted a significant combined effect on shaping e-wallet consumptive behavior. This study concludes that digital consumptive spending is heavily driven by lifestyle demands and social prestige, whereas Islamic financial literacy knowledge remains underutilized in daily transactions without disciplined self-regulation.

Keywords: *E-Wallet, consumptive behavior, Islamic Financial Literacy*

PENDAHULUAN

Era digitalisasi sistem pembayaran telah mendorong transisi signifikan dari transaksi tunai menuju sistem elektronik. Salah satu inovasi teknologi finansial (*fintech*) yang paling diminati di Indonesia adalah dompet digital (*e-wallet*). Sekitar 80% masyarakat mengandalkan *e-wallet* sebagai metode pembayaran digital utama untuk kebutuhan transaksi sehari-hari (Goodstats, 2025).



Gambar 1 Metode Pembayaran Digital yang Digunakan Publik Indonesia

Sumber: Goodstats, 2025

Kemudahan ini memberikan fleksibilitas, namun memicu tantangan berupa perilaku konsumsi impulsif. Transaksi digital cenderung menurunkan hambatan psikologis konsumen dan mereduksi rasa kehilangan uang (*pain of paying*), yang pada gilirannya memperkuat kecenderungan pembelian tidak terencana (Yahfi et al., 2025). Pada masyarakat usia produktif, dorongan konsumsi ini diperkuat oleh pergeseran gaya hidup. Gaya hidup modern, yang dipengaruhi oleh paparan media sosial, sering kali memicu individu meniru pola konsumsi berlebihan demi memenuhi eksistensi sosial (Anggaretta et al., 2025). Ketika kemudahan transaksi dipadukan dengan gaya hidup, kemampuan individu dalam mengatur perilaku atau kontrol diri menjadi sangat krusial. Lemahnya kontrol diri mengakibatkan individu gagal menyeimbangkan antara kebutuhan nyata dan keinginan sesaat, sehingga terperosok ke dalam perilaku konsumtif (Sahabuddin et al., 2025). Dalam perspektif syariah, perilaku konsumsi yang berlebihan sangat dilarang. Oleh karena itu, penguasaan literasi keuangan di bidang syariah menjadi fondasi penting agar masyarakat mampu menerapkan prinsip keseimbangan (*tawazun*) dan merasa cukup (*qana'ah*). Sayangnya, indeks literasi keuangan syariah masyarakat masih tergolong rendah, yakni di angka 39,11% (OJK & BPS, 2024), yang berisiko pada ketidakmampuan masyarakat dalam mengelola transaksi digital secara bertanggung jawab (Aisyah et al., 2025).

Berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti faktor penentu perilaku konsumtif. Utami & Pamikatsih (2023) serta Agustian dkk. (2025) menegaskan bahwa *lifestyle* berperan dominan dalam memicu perilaku konsumtif. Sementara itu, Siregar (2024) dan Annafila & Zuhroh (2022) menemukan bahwa kontrol diri yang lemah secara konsisten gagal meredam dorongan konsumtif tersebut. Di sisi lain, temuan terkait literasi masih beragam hasil penelitian dari Fitriyah & Putri (2024) menemukan pengaruh literasi keuangan syariah dalam menekan pengeluaran, sedangkan Fadilah dkk. (2025) tidak menemukan dampak signifikan literasi terhadap penurunan konsumsi. Menanggapi kesenjangan (*research gap*) dari temuan yang kontradiktif tersebut, penelitian ini mengintegrasikan perspektif nilai-nilai syariah dalam menganalisis perilaku keuangan di ekosistem digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi

keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat usia produktif Kabupaten Bogor.

Secara teoritis, perilaku konsumtif (Y) dipahami sebagai kecenderungan individu untuk melakukan pembelian barang atau jasa secara berlebihan, tidak rasional, dan lebih mengedepankan emosi serta keinginan dibandingkan kebutuhan esensial. Indikator pembentuk perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Yuniarti (2015) dalam (Sardiyo & Martini, 2022) sebagai berikut:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga, bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya
5. Membeli produk hanya sekadar menjaga simbol status

Sebagai salah satu faktor penentu, literasi keuangan syariah (X1) merupakan kombinasi antara pengetahuan, sikap, dan perilaku individu dalam mengelola sumber daya keuangan berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam. Konsep ini bersumber dari perintah *tafaqquh fiddin* (memperdalam ilmu agama dan muamalah) sebagaimana tertuang dalam Q.S. At-Taubah ayat 122, agar individu memiliki kecerdasan finansial sehingga mampu menjaga dirinya dari keputusan ekonomi yang salah. Literasi keuangan syariah dalam penelitian ini diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari konsep literasi keuangan Remund (2010), yang meliputi :

1. Pengetahuan
2. Sikap
3. Perilaku keuangan syariah

Individu dengan pemahaman syariah yang baik diproyeksikan memiliki landasan moral untuk meredam konsumsi berlebihan. Berdasarkan uraian tersebut, dirumuskan hipotesis pertama:

H1: Terdapat pengaruh antara literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bogor

Selain faktor pemahaman agama, gaya hidup (X2) menjadi variabel yang mengekspresikan pola hidup individu yang diukur melalui indikator yang meliputi:

1. Aktivitas (*Activity*)
2. Minat (*Interest*)
3. Opini (*Opinion*)

Dalam perspektif syariah, Q.S. Al-A'raf ayat 31 menegaskan larangan bersikap berlebih-lebihan dalam memenuhi kebutuhan. Gaya hidup yang berorientasi pada tren modern dan kepraktisan digital cenderung mendorong konsumsi yang tidak terkendali. Berdasarkan landasan teori tersebut, dirumuskan hipotesis kedua:

H2: Terdapat pengaruh antara gaya hidup terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bogor

Di sisi lain, kontrol diri (X3) berperan sebagai mekanisme psikologis internal yang menggambarkan kemampuan individu dalam mengatur kebiasaan, menahan dorongan emosional, serta memprioritaskan kebutuhan. Indikator kontrol diri meliputi:

1. Merencanakan sebelum membeli
2. Membandingkan harga sebelum membeli

3. Mempertimbangkan kegunaan barang
4. Berpikir sebelum membeli barang yang sama
5. Membeli barang yang sedang dibutuhkan

Dalam Q.S. Al-Furqan ayat 67, ajaran Islam menekankan pentingnya sikap pertengahan dalam membelanjakan harta. Individu yang memiliki kontrol diri yang kuat akan melakukan evaluasi rasional sebelum bertransaksi demi menjaga stabilitas keuangan. Berdasarkan hal tersebut, dirumuskan hipotesis ketiga:

H3: Terdapat pengaruh antara kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bogor

Secara komprehensif, perilaku konsumtif merupakan hasil interaksi multidimensi antara tingkat pemahaman nilai syariah, dorongan gaya hidup, dan kemampuan pengendalian internal individu. Integrasi ketiga variabel ini sejalan dengan kaidah fikih *adh-dhararu yuzal* (kemudharatan harus dihilangkan), di mana pemanfaatan *e-wallet* yang semula mubah memerlukan sinergi antara literasi syariah, kontrol diri, dan pengendalian gaya hidup agar terhindar dari pemborosan finansial. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis keempat:

H4: Terdapat pengaruh secara simultan antara literasi keuangan syariah, gaya hidup, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bogor.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausal untuk menganalisis hubungan sebab-akibat antara Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), dan Kontrol Diri (X3) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Populasi penelitian adalah masyarakat usia produktif (15–64 tahun) di Kabupaten Bogor yang berjumlah 4.043.842 jiwa (BPS Kabupaten Bogor, 2025). Penentuan ukuran sampel mengacu pada rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (*margin of error*) sebesar 10%

$$n = \frac{4.043.842}{1 + (4.043.842 \times 0,10^2)}$$

$$n = \frac{4.043.842}{1 + 40,438.42}$$

$$n = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, jumlah sampel yang ditetapkan adalah 100 responden. Penarikan sampel dilakukan menggunakan teknik *simple random sampling*, di mana setiap anggota populasi yang memenuhi kriteria (masyarakat usia produktif di Kabupaten Bogor yang aktif menggunakan *e-wallet*) memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi responden tanpa membedakan strata sosialnya. Selanjutnya data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner terstruktur secara *online via Google Form* berskala Likert 1-5 (Sangat Tidak Setuju hingga Sangat Setuju).

Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak statistik *IBM SPSS Statistics versi 26*. Tahapan analisis data meliputi:

1. Uji Keabsahan Instrumen: Uji validitas menggunakan *Pearson Product Moment* dan uji reliabilitas menggunakan nilai *Cronbach's Alpha*.

2. Uji Asumsi Klasik: Uji prasyarat analisis regresi mencakup uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov*), uji multikolinearitas (*Tolerance & VIF*), serta uji heteroskedastisitas (*Uji Glejser*).
3. Analisis Regresi Linear Berganda dan Hipotesis: Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan model regresi linear berganda ($Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$), uji parsial (Uji t) untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas, uji simultan (Uji F) untuk menguji pengaruh secara bersama-sama, serta analisis Koefisien Determinasi (R^2) untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

PEMBAHASAN

Tabel 1
Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah	Frekuensi
Usia		
15-25 tahun	76	76%
26-35 tahun	12	12%
36-45 tahun	8	8%
46-55 tahun	2	2%
56-64 tahun	2	2%
Total	100	100%
Jenis Kelamin		
Laki-laki	32	32%
Perempuan	68	68%
Total	100	100%
E-Wallet yang digunakan		
DANA	67	67%
ShopeePay	60	60%
GoPay	38	38%
OVO	17	17%
Link Aja	7	7%
Total	189	189%

Sumber: Data diolah, 2026

Dapat diketahui bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas berada pada usia 15-25 tahun berjenis kelamin perempuan, sedangkan jika dilihat dari penggunaan *e-wallet*, lebih dari 100% jenis *e-wallet* yang digunakan menunjukkan bahwa mayoritas pengguna *e-wallet* usia produktif di Kabupaten Bogor yang digunakan sebagai sampel penelitian cenderung menggunakan lebih dari satu jenis aplikasi *e-wallet*, dengan DANA dan ShopeePay sebagai platform yang paling mendominasi.

Tabel 2
Hasil Uji Keabsahan Instrumen

Variabel	Kisaran r_{hitung}	r_{tabel}	Cronbach's Alpha	Kriteria Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan Syariah	0,647 – 0,743	0,361	0,776	0,60	Valid & Reliabel
Gaya Hidup	0,618 – 0,852	0,361	0,840	0,60	Valid & Reliabel

Kontrol Diri	0,573 – 0,866	0,361	0,819	0,60	Valid & Reliabel
Perilaku Konsumtif	0,705 – 0,768	0,361	0,789	0,60	Valid & Reliabel

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 2, hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada variabel Literasi Keuangan Syariah (X1), Gaya Hidup (X2), Kontrol Diri (X3), dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai r hitung pada kisaran 0,573 hingga 0,866. Nilai tersebut lebih besar dari r tabel sebesar 0,361 sehingga seluruh instrumen pernyataan dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,60, sehingga seluruh instrumen penelitian dinyatakan reliabel dan handal untuk mengukur variabel penelitian.

Tabel 3
Uji Asumsi Klasik

Jenis Uji Asumsi Klasik	Pengujian	Nilai Statistik	Standar Kelayakan	Keterangan
Uji Normalitas	<i>Kolmogorov-Smirnov (Sig.)</i>	0,200	$> 0,05$	Terdistribusi Normal
Uji Multikolinearitas	Tolerance / VIF (X1)	Tolerance = 0,582 VIF = 1,717	$Tolerance > 0,10$ $VIF < 10$	Bebas Multikolinearitas
	Tolerance / VIF (X2)	Tolerance = 0,892 VIF = 1,121	$Tolerance > 0,10$ $VIF < 10$	Bebas Multikolinearitas
	Tolerance / VIF (X3)	Tolerance = 0,562 VIF = 1,780	$Tolerance > 0,10$ $VIF < 10$	Bebas Multikolinearitas
Uji Heteroskedastisitas	Uji Glejser Sig. (X1)	0,153	$> 0,05$	Bebas Heteroskedastisitas
	Uji Glejser Sig. (X1)	0,450	$> 0,05$	Bebas Heteroskedastisitas
	Uji Glejser Sig. (X1)	0,542	$> 0,05$	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 3, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai *Asymp. Sig. (2 tailed)* = 0,200 $> 0,05$ yang membuktikan bahwa residual data terdistribusi normal. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai *Tolerance* seluruh variabel $> 0,10$ dan nilai *VIF* < 10 , sehingga model regresi bebas dari multikolinearitas. Sementara itu, Uji Glejser heteroskedastisitas menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$ untuk seluruh variabel, yang mengonfirmasi bahwa model regresi bebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4
Uji t (Parsial)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.087	3.155		2.246	.027
	Literasi Keuangan Syariah	-.019	.136	-.015	-.137	.891
	Gaya Hidup	.697	.094	.639	7.421	.000
	Kontrol Diri	-.335	.165	-.220	-2.028	.045

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 4, diperoleh persamaan regresi linear berganda: $Y = 7.087 - 0.019 X^1 + 0.697 X^2 - 0.335 X^3$ Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) menunjukkan bahwa:

Pengujian Hipotesis Pertama (H1):

Nilai signifikansi (*Sig.*) untuk variabel Literasi Keuangan Syariah (X_1) adalah $0,891 > 0,05$, dan nilai thitung $0,137 < 1,984$ ttabel. Dengan demikian, H_0 diterima dan H_1 ditolak. Hal ini berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Literasi Keuangan Syariah (X_1) terhadap Perilaku Konsumtif (Y).

Pengujian Hipotesis Kedua (H2):

Nilai signifikansi (*Sig.*) untuk variabel Gaya Hidup (X_2) adalah $0,000 < 0,05$, dan nilai thitung $7,421 > 1,984$ ttabel. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Gaya Hidup (H_2) dan Perilaku Konsumtif (Y).

Pengujian Hipotesis Ketiga (H3):

Nilai signifikansi (*Sig.*) untuk variabel Kontrol Diri (X_3) adalah $0,045 < 0,05$, dan nilai thitung sebesar $2,028 > 1,984$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh negatif dan signifikan antara Kontrol Diri (X_3) dan Perilaku Konsumtif (Y).

Tabel 5
Uji F (Simultan) dan R^2

Model	Nilai Statistik	Standar Kelayakan	Keterangan
Uji F (Simultan)	Fhitung = 18,461	$> F_{tabel} = 2,70$	Berpengaruh dan Signifikan secara Simultan
Uji Koefisien Determinasi (R^2)	$R^2 = 0,366$		Kontribusi Model = 36,6%

Sumber: Data diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 5, Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji F) diperoleh Fhitung $18,461 > F_{tabel} 2,70$ dengan *Sig.* $0,000 < 0,05$, sehingga H_4 diterima (berpengaruh signifikan secara bersama-sama). Nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,366 mengindikasikan bahwa sebesar 36,6% variasi Perilaku Konsumtif dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 63,4% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil pengujian parsial menunjukkan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* pada masyarakat Kabupaten Bogor. Nilai koefisien regresi negatif sebesar -0,019. Arah hubungan negatif ini secara teoritis mengindikasikan bahwa peningkatan literasi syariah berpotensi menurunkan perilaku konsumtif. Akan tetapi, ketidaksignifikanan hasil statistik mengonfirmasi adanya fenomena *attitude-behavior gap* pada masyarakat usia produktif di Kabupaten Bogor. Pemahaman masyarakat mengenai nilai-nilai syariah masih berhenti pada ranah kognitif teoritis dan belum terinternalisasi menjadi kebiasaan transaksi harian (*financial habit*).

Meskipun indikator perilaku mencatatkan skor paling berpengaruh pada variabel ini ditunjukkan oleh kesadaran responden melalui butir "*Saya mengatur pengeluaran agar tidak melebihi kemampuan keuangan saya*" sikap ini kalah dominan ketika berhadapan dengan dorongan situasional platform digital. Kemudahan pembayaran *cashless*, promo *cashback*, dan *flash sale* pada aplikasi *e-wallet* (seperti DANA dan ShopeePay) melemahkan komitmen pengawasan pengeluaran tersebut.

Secara normatif, konsep literasi keuangan syariah berpijak pada Q.S. At-Taubah ayat 122 mengenai kewajiban *tafaqquhiddin* (memperdalam ilmu agama/muamalah) agar individu mampu "menjaga dirinya" (*yaḥẓa-rūn*) dari keputusan ekonomi yang salah. Hal ini diperkuat oleh H.R. Bukhari (No. 71) dan Muslim (No. 1037) yang menegaskan pentingnya pemahaman agama sebagai landasan kebaikan hidup. Namun, temuan empiris ini membuktikan bahwa *tafaqquh* (pengetahuan) mengenai larangan *israf* dan *tabdzir* belum secara otomatis menjadi benteng (*yaḥẓa-rūn*) di tengah gempuran stimulasi transaksi digital. Temuan ini memperkuat riset Aeni dkk (2024) serta mendukung argumen Abdillah (2024) mengenai adanya ketimpangan antara tingginya pengetahuan (*knowledge*) dengan rendahnya tindakan (*behavior*) keuangan syariah.

2. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif

Gaya Hidup (X2) terbukti berpengaruh positif dan sangat dominan terhadap perilaku dengan koefisien regresi sebesar 0,697. Arah hubungan positif yang searah ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi orientasi individu terhadap gaya hidup modern, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya. Dominasi variabel gaya hidup ini sangat linier dengan profil demografi responden, di mana 76% sampel merupakan kelompok Gen Z (15–25 tahun) yang memiliki tingkat adopsi teknologi digital dan paparan media sosial yang sangat tinggi.

Dilihat dari dimensi pembentuknya, indikator aktivitas menjadi pendorong paling kuat, khususnya pada butir "*Saya sering menggunakan e-wallet untuk berbagai aktivitas transaksi belanja saya*". Tingginya frekuensi penggunaan *e-wallet* untuk rutinitas harian (belanja *online*, makanan, dan transportasi) menciptakan kebiasaan transaksi instan yang menurunkan rasa 'sakit saat mengeluarkan uang' (*less pain of paying*). Akibatnya, transaksi dilakukan secara berulang tanpa pertimbangan kebutuhan esensial.

Perspektif Ekonomi Islam memandang pola gaya hidup konsumtif sebagai bentuk pelanggaran terhadap prinsip kesederhanaan dan keseimbangan (*tawazun*). Q.S. Al-A'raf ayat 31 secara tegas melarang perilaku berlebih-lebihan (*israf*), yang diperkuat oleh H.R. Abu Dawud bahwa kesederhanaan adalah bagian dari iman. Temuan ini sejalan dengan penelitian Utami dan Pamikatsih (2023) serta Agustian dkk. (2025), yang mengonfirmasi bahwa kebiasaan gaya hidup digital berbasis kompulsi sosial jauh lebih mendikte perilaku konsumsi dibandingkan faktor pengetahuan.

3. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif

Variabel Kontrol Diri (X3) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan koefisien regresi sebesar -0,335. Arah hubungan berbanding terbalik ini membuktikan bahwa kontrol diri berfungsi secara efektif sebagai pengendali internal (*internal brake*). Peningkatan kemampuan kontrol diri secara langsung akan menekan kecenderungan belanja impulsif masyarakat pengguna *e-wallet*.

Analisis indikator menunjukkan bahwa indikator mempertimbangkan kegunaan barang melalui butir "*Saya mempertimbangkan manfaat barang sebelum memutuskan untuk membelinya*" menjadi aspek paling dominan dalam membentuk kontrol diri. Individu yang melakukan jeda evaluatif untuk menilai nilai guna (*utility*) dan skala prioritas sebelum melakukan penyelesaian transaksi (*checkout*) terbukti mampu meredam emosi belanja yang dipicu promo digital.

Temuan ini selaras dengan ajaran Islam dalam Q.S. Al-Furqan ayat 67 yang memerintahkan pembelanjaan harta berada di posisi pertengahan antara pemborosan dan kikir. H.R. Bukhari dan Muslim juga menegaskan bahwa hakikat kekuatan seseorang terletak pada kemampuan mengendalikan hawa nafsunya. Hal ini didukung oleh kaidah fikih "*Mencegah kemudharatan lebih didahulukan daripada mengambil manfaat*", di mana menunda transaksi non-esensial demi mencegah ketidakstabilan finansial merupakan wujud kontrol diri yang rasional dan islami. Hasil ini konsisten dengan riset Annafile and Zuhroh (2022) serta Nainggolan (2022).

4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup dan Kontrol Diri secara Simultan Terhadap Perilaku Konsumtif

Pengujian simultan membuktikan bahwa Literasi Keuangan Syariah, Gaya Hidup, dan Kontrol Diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Perilaku Konsumtif. Nilai Koefisien Determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,366, yang menunjukkan bahwa kontribusi gabungan ketiga variabel independen tersebut dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif adalah sebesar 36,6%. Sementara sisanya sebesar 63,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Pada variabel terikat (Y), indikator yang paling dominan merepresentasikan perilaku konsumtif adalah membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi ("*Saya membeli produk tertentu untuk menunjang penampilan atau citra diri di lingkungan sosial*"). Temuan ini menyintesis bahwa perilaku konsumtif pengguna *e-wallet* di Kabupaten Bogor berakar dari dorongan menjaga citra sosial (*social image*). Ketika motivasi gengsi ini difasilitasi oleh gaya hidup digital yang tinggi (X2) serta tidak diimbangi kontrol diri (X3) dan literasi syariah (X1) yang aplikatif, maka pemborosan harta tidak dapat dihindarkan.

Padahal, Q.S. Al-Isra ayat 26–27 secara tegas mengategorikan pemboros harta sebagai saudara setan, dan H.R. Tirmidzi serta H.R. Bukhari-Muslim mengingatkan bahwa setiap pembelanjaan harta akan dimintai pertanggungjawaban serta dilarang untuk disia-siakan (*ida'atul mal*). Sesuai dengan kaidah fikih "*Kemudharatan harus dihilangkan*", pemanfaatan *e-wallet* yang semula mubah dapat berubah menjadi mudarat jika memicu pemborosan akibat gengsi. Implikasi praktis dari penelitian ini menekankan bahwa edukasi keuangan syariah tidak boleh hanya berfokus pada ranah teori kognitif, melainkan harus ditransformasikan ke dalam pelatihan manajemen keuangan berbasis aplikasi dan pembiasaan kontrol diri.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa Literasi Keuangan Syariah secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna *e-*

wallet pada masyarakat usia produktif Kabupaten Bogor. Pemahaman syariah yang dimiliki responden masih terbatas pada ranah kognitif teoritis dan belum terinternalisasi menjadi tindakan belanja nyata di tengah gempuran kemudahan transaksi digital (*attitude-behavior gap*). Sebaliknya, Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan serta menjadi faktor yang paling dominan dalam memicu perilaku konsumtif, terutama pada kelompok generasi muda (Gen Z). Sementara itu, Kontrol Diri berpengaruh negatif dan signifikan, yang membuktikan perannya sebagai mekanisme pengendali internal (*internal brake*) dalam meredam konsumsi impulsif melalui pertimbangan nilai guna barang. Secara simultan, ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 36,6%, di mana perilaku konsumtif tersebut paling dominan didorong oleh keinginan menjaga penampilan diri dan gengsi sosial.

Implikasi dari penelitian ini menekankan pentingnya kesadaran individu dalam mengelola keuangan digital secara bijak. Penguatan kontrol diri melalui evaluasi kegunaan dan manfaat produk sebelum bertransaksi menjadi kunci utama bagi masyarakat pengguna *e-wallet* untuk menghindari perilaku pemborosan (*israf*) dan menjaga konsumsi tetap berada dalam koridor *tawazun* (seimbang) sesuai dengan prinsip syariah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kemampuan model yang baru mampu menjelaskan 36,6% variasi perilaku konsumtif, sedangkan 63,4% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar model. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas model penelitian dengan menguji faktor-faktor eksogen lain, seperti intensitas penggunaan fitur *paylater*, efektivitas promo *cashback*, tingkat pendapatan riil, atau pengaruh konformitas teman sebaya (*peer pressure*).

REFERENSI

- Aeni, I. N., Fitri, L. E., & Roihan, M. (2024). Pengaruh E-Payment, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Iltizam Journal of Shariah Economic Research*, 8(2), 147–162. <https://doi.org/10.30631/iltizam.v8i2.2568>
- Agustian, M., Setiawati, R., & Ihsan, M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup , Media Sosial , Literasi Keuangan dan e-Money terhadap Perilaku Konsumtif (Studi Kasus Pada Generasi Z di Kota Jambi). *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 193–202. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i1.5785>
- Aisyah, S., Nasrifah, M., & Maulidiyah, N. N. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Sikap Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Aktif Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Abstrak. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 11(3), 1504–1514. <https://doi.org/https://doi.org/10.35870/jemsi.v11i3.4146>
- Anggaretta, D. S., Kardoyo, & Kusumantoro. (2025). The Influence Of Social Media And E-Wallet Use On Consumptive Behavior Through Lifestyle. *Journal of Economic Education*, 14(1), 189–202. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/jeec.v14i1.25724>
- Annafila, H., & Zuhroh, L. (2022). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping bagi mahasiswa. *PSIKODINAMIKA: JURNAL LITERASI PSIKOLOGI*, 2(1), 20–27. <https://media.neliti.com/media/publications/360039-a-pengaruh-kontrol-diri-terhadap-perilaku-8fe5520a.pdf>
- BPS Kabupaten Bogor. (2025). *Statistik Daerah Kabupaten Bogor 2025* (Vol. 11).
- Fadilah, N., Mustaqim, M., Zaki, A., & Putrihadiningrum, D. C. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, dan Pengguna E-Wallet Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa

- Pemerintah di Sidoarjo. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 7(6), 1982–1994.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v7i6.7632>
- Fitriyah, C. K., & Putri, R. N. A. (2024). Literasi Keuangan Syariah Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Generasi Z Dengan Variabel Mediasi Penggunaan Paylater. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7, 7104–7117.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31539/costing.v7i4.9346>
- Goodstats. (2025). *E-Wallet Jadi Metode Pembayaran Digital Favorit 2025*. Goodstats.
https://data.goodstats.id/statistic/e-wallet-jadi-metode-pembayaran-digital-favorit-2025-V6gYH#goog_rewarded
- Nainggolan, H. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan , Kontrol diri dan Penggunaan E-Money terhadap perilaku konsumtif pekerja produksi PT Pertamina Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah (JESYA)*, 5(1), 810–826. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.574>
- OJK, & BPS. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*.
- Remund, D. L. (2010). Financial Literacy Explicated : The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy. *THE JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS*, 44(2), 276–295.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2010.01169.x>
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Kartika, Septyanti, N. A., Ahimsyah, M., & Maharani, D. D. (2025). Pengaruh E-Wallet dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa dengan Kontrol Diri Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(3), 270–283.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4507>
- Sardiyo, & Martini. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kemampuan Literasi Keuangan terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi*, 6(3), 3169–3180.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.999>
- Siregar, I. S. (2024). *HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENGGUNA ELECTRONIC WALLET (E-WALLET) DI KOTAI SEMARANG*. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary.
- Utami, W. T., & Pamikatsih, T. R. (2023). *Pengaruh Financial Literacy, Lifestyle, Dan Self Control Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Layanan Gopay Di Surakarta*.
<https://www.usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/issue/view/3>, 350–359.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.140>
- Yahfi, M., Mas'ud Said, M., & Triyanti, K. (2025). Pain Of Paying As Mediation: An Analysis Of The Influence Of Digital Payments And Financial Literacy On Students' Impulse Buying Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 10(1), 117–135.
<https://doi.org/https://doi.org/10.33474/jimmu.v10i1.24149>