

## BAB II

### KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

#### A. Pengelolaan Keuangan

##### 1. Pengertian Pengelolaan Keuangan

Pengelolaan keuangan adalah proses yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, dan pengawasan terhadap aliran dana yang dimiliki individu atau kelompok untuk mencapai tujuan keuangan tertentu.<sup>1</sup>

Pengelolaan keuangan dalam ekonomi Islam merupakan suatu proses yang dilakukan dengan mengacu pada prinsip-prinsip syariah, yang tidak hanya bertujuan untuk mencapai keuntungan materi, tetapi juga menciptakan kesejahteraan sosial. Dalam konteks pengaruh belanja online terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Ekonomi Islam, pengelolaan keuangan harus dijalankan dengan penuh kehati-hatian, kesederhanaan, dan keadilan, mengingat belanja online memberikan kemudahan dan akses yang lebih besar, namun juga dapat meningkatkan potensi pengeluaran yang tidak terkontrol.<sup>2</sup>

Pengelolaan keuangan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti pendapatan, pengeluaran, tujuan keuangan, kebiasaan konsumsi, dan kondisi ekonomi, yang semuanya mempengaruhi cara seseorang

---

<sup>1</sup> I Made Santiara and Ni Kadek Sinarwati, 'Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Umkm Di Kecamatan Tejakula', *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6.2 (2023), p. 349.

<sup>2</sup> Victorson Mustikaa, Nilawaty Yusufb and Taruh, 'Pengaruh Literasi Keuangan, Sikap Keuangan Dan Kemampuan Akademik Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo', *JAMAK : Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, 1.1 (2022), pp. 280–97.

merencanakan dan mengatur keuangan mereka untuk mencapai tujuan finansial.

## 2. Indikator Pengelolaan Keuangan

Adapun indikator pengelolaan keuangan dalam belanja online yaitu :

### a. Proses Perencanaan Keuangan

Proses perencanaan keuangan adalah langkah-langkah yang diambil untuk mengelola keuangan pribadi atau organisasi agar tercapai tujuan keuangan yang telah ditetapkan.

### b. Implementasi Keuangan

Implementasi keuangan merujuk pada langkah-langkah praktis yang diambil untuk melaksanakan perencanaan keuangan yang telah disusun. Proses ini melibatkan pengalokasian dan pengelolaan dana sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Implementasi yang baik akan memastikan bahwa tujuan keuangan tercapai secara efisien dan efektif.

### c. Evaluasi Keuangan

Evaluasi keuangan adalah tahap dalam perencanaan keuangan yang bertujuan untuk menilai sejauh mana tujuan keuangan telah tercapai dan apakah strategi yang diterapkan sudah efektif atau perlu disesuaikan. Proses evaluasi ini memungkinkan seseorang atau organisasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam pengelolaan keuangan mereka, serta memberikan dasar untuk perbaikan di masa depan.<sup>3</sup>

### d. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan

---

<sup>3</sup> Shafina Ayanda Nur and Dewi Ayu Wulandari, 'Studi Pengelolaan Keuangan Pada IGeneration', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 13.2 (2024), pp. 147–60.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Pengelolaan Keuangan mahasiswa. Adapun Faktor belanja online pertama, Informasi Produk dan Ulasan Pelanggan Informasi produk merupakan karakteristik total dari sebuah produk, baik itu barang atau jasa, yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Kedua, Harga dan Penawaran Khusus, Ketiga, Kemudahan dalam proses pembelian dan pengiriman: Kelancaran proses pembelian, seperti navigasi situs yang intuitif dan sistem pembayaran yang mudah, dapat meningkatkan kepuasan konsumen.<sup>4</sup> Kemudian faktor kebiasaan konsumsi pertama, kurangnya Perencanaan Keuangan. Kebiasaan konsumsi tanpa perencanaan sering menyebabkan seseorang tidak memiliki anggaran bulanan yang jelas. Tanpa anggaran, mereka bisa mudah terjebak dalam pengeluaran yang tidak terkendali. Kedua, Pengaruh Media Sosial dan Tren: Saat ini, banyak orang terpengaruh oleh tren yang beredar di media sosial, yang sering kali mendorong mereka untuk membeli barang atau layanan yang tidak mereka butuhkan. Ini bisa menyebabkan pengeluaran yang tidak bijak dan mempengaruhi pengelolaan keuangan. Ketiga, Gaya Hidup Konsumtif. Orang yang memiliki kebiasaan menghabiskan uang untuk memenuhi keinginan lebih sering daripada kebutuhan cenderung kesulitan mengelola keuangan. Mereka cenderung membeli barang-barang yang tidak

---

<sup>4</sup> Rika Afriyanti Purnamasari Ahmad Luthfi, Sri Kasnelly, 'TABUNGAN DAN KONSUMSI: STUDI PERILAKU KONSUMEN DALAM MENGELOLA KEUANGAN DI ERA DIGITAL MELALUI PENDEKATAN KUALITATIF', *Al-Mizan: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7. Desember (2024), pp. 137–53.

perlu atau mewah, yang bisa mengarah pada utang atau pengeluaran yang berlebihan.<sup>5</sup>

## B. Kebiasaan Konsumsi

### 1. Pengertian Kebiasaan Konsumsi

Kebiasaan konsumsi merujuk pada pola atau kebiasaan yang ditunjukkan oleh konsumen saat berbelanja melalui platform digital atau *e-commerce*. Kebiasaan ini mencakup bagaimana konsumen memutuskan untuk membeli barang atau jasa secara online, faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, serta cara konsumen berinteraksi dengan teknologi dan platform belanja online.<sup>6</sup>

Kebiasaan konsumsi mahasiswa ekonomi Islam dapat berfungsi sebagai variabel mediasi yang menghubungkan pengaruh belanja online dengan pengelolaan keuangan mereka. Jika mahasiswa terbiasa dengan kebiasaan konsumsi yang mengedepankan prinsip ekonomi Islam.

Kebiasaan konsumsi berpotensi mempengaruhi perilaku mahasiswa, seperti kecenderungan untuk berbelanja lebih sering karena kemudahan akses dan berbagai promosi. Selain itu, pola pengelolaan keuangan mahasiswa juga kemungkinan terpengaruh, baik dalam bentuk pengeluaran yang lebih terencana melalui *e-commerce* maupun tantangan seperti *impulsive buying*.

### 2. Indikator Kebiasaan Konsumsi

---

<sup>5</sup> Nabilla Diva Marshanda and Dewi Ayu Wulandari, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengelolaan Keuangan ( Studi Pada Generasi X )', *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 20.1 (2024), pp. 1–16 <<https://journal.unas.ac.id/oikonamia/article/view/2910>>.

<sup>6</sup> M Khikam Ali Majid and others, 'Fenomena Dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop Pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.02 (2024), pp. 1796–1806.

Indikator Kebiasaan Konsumsi sebagai Variabel Mediasi yaitu :

a. Frekuensi Belanja

Frekuensi Belanja salah satu aspek yang mencirikan kebiasaan konsumsi dalam belanja online adalah seberapa sering seseorang melakukan pembelian. Mahasiswa cenderung lebih sering berbelanja online dibandingkan belanja di toko fisik, karena belanja online memberikan kenyamanan dan fleksibilitas waktu. Mahasiswa bisa berbelanja kapan saja dan dari mana saja tanpa harus pergi ke toko.

b. Jenis Barang Yang Dibeli

Jenis barang yang dibeli merupakan produk yang dibeli secara online oleh mahasiswa mulai dari barang-barang kebutuhan sehari-hari hingga produk yang berhubungan dengan gaya hidup. Beberapa barang yang umum dibeli antara lain pakaian, gadget, makanan, alat tulis, dan buku. Selain itu, produk untuk hiburan, seperti aksesoris, kosmetik, atau alat elektronik juga banyak dibeli melalui e-commerce.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Luana Sasabone and others, 'Pengaruh E-Commerce Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Perubahan Pola Konsumsi Dalam Era Digital Di Indonesia', *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1.01 (2023), pp. 32–42.

## C. Belanja Online

### 1. Pengertian Belanja Online

Belanja online dalam konteks ekonomi Islam mengacu pada kegiatan transaksi jual-beli barang atau jasa melalui platform digital yang dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Belanja online telah menjadi fenomena global, termasuk di kalangan umat Muslim.<sup>8</sup> Meskipun memberikan kemudahan dan kenyamanan, belanja online dalam ekonomi Islam harus dilakukan dengan memperhatikan beberapa nilai moral dan etika yang diatur dalam ajaran Islam.

Dalam ekonomi Islam, prinsip-prinsip yang mendasari transaksi belanja online adalah keadilan, transparansi, kesederhanaan, dan kesejahteraan sosial. Oleh karena itu, belanja online harus diatur sedemikian rupa agar tidak hanya menguntungkan pihak tertentu, tetapi juga tidak merugikan konsumen, penjual, dan masyarakat secara keseluruhan.<sup>9</sup>

Dalam Q.S Al-Furqan [25] : 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

*Artinya : “Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya.”(Q.S Al-Furqan [25] : 67)*

Surah Al-Furqan mengajarkan umat Islam untuk bersikap bijak dalam membelanjakan harta, termasuk dalam aktivitas belanja

---

<sup>8</sup> Moehadi and others, ‘Peran E-Commerce Dan Gaya Hidup Dalam Menentukan Perilaku Konsumen’, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 15.1 (2024), pp. 18–23.

<sup>9</sup> Dela Septiansari and Trisni Handayani, ‘Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19’, *EMT : Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi*, 5.1 (2021), pp. 53–65.

online. Dengan menghindari pemborosan dan sikap kikir, serta menerapkan prinsip keseimbangan, belanja online dapat dilakukan secara positif tanpa menyalahi nilai-nilai Islam.

## 2. Indikator Belanja Online

Adapun indikator belanja online yaitu :

### a. Kualitas Informasi

Informasi adalah data yang terformat (terstruktur) untuk mendukung pembuatan keputusan atau mendefinisikan hubungan antara dua fakta. Intelegen pasar adalah pembagian data dan informasi yang sebenarnya per jelas sehingga memungkinkan dibuatnya berbagai keputusan yang efektif.

### b. Kemudahan

Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli Online. Strategi pemasaran seharusnya diarahkan pada upaya memuaskan pelanggan melalui pemberian nilai lebih yang berbeda dari yang diberikan pesaing melalui e- services.

### c. Harga

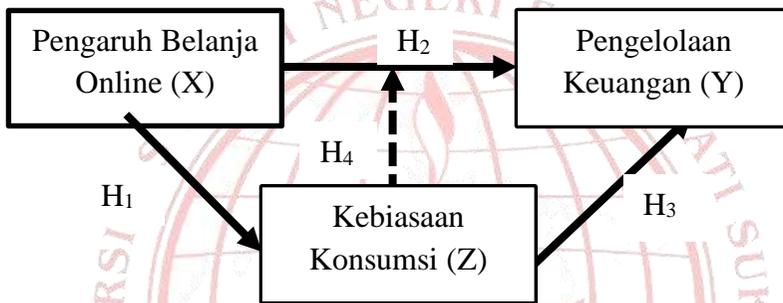
Harga berpengaruh pada pembelain melalui Online yaitu keterjangkauan produk, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga produk dan kesesuaian harag dengan manfaat produk.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Dela Septiansari and Trisni Handayani, 'Pengaruh Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Masa Pandemi Covid-19', *Teknologi*, 5.1 (2021), pp. 53–65.

#### D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah suatu struktur yang mengorganisasi ide-ide utama dan argumen yang mendasari penelitian, serta menjelaskan hubungan antara berbagai konsep atau variabel yang digunakan dalam penelitian. Kerangka ini bertujuan untuk memberi arah yang sistematis dalam analisis masalah yang dibahas, serta menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil untuk menyelesaikan masalah atau menjawab pertanyaan penelitian.<sup>11</sup>



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual Penelitian**

Keterangan : \_\_\_\_\_ = Uji Parsial  
----- = Uji Mediasi  
□ = Variabel Penelitian

Kerangka berpikir ini mencoba menjelaskan bahwa perilaku belanja online (X) berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (Y), dengan kebiasaan konsumsi (Z) berperan sebagai variabel mediasi. Artinya, perilaku belanja online tidak hanya berdampak langsung pada pengelolaan keuangan mahasiswa, tetapi

<sup>11</sup> Addini Zahra Syahputri, Fay Della Fallenia, and Ramadani Syafitri, 'Kerangka Berpikir Penelitian Kuantitatif', *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2.1 (2023), pp. 160–66.

juga secara tidak langsung melalui kebiasaan konsumsi mereka. Dengan memahami hubungan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai bagaimana mahasiswa dapat mengatur keuangan mereka dengan lebih baik di era digital.

## **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah sebuah pernyataan yang dibuat sebagai dugaan sementara mengenai hubungan antar variabel, yang didasarkan pada teori atau fenomena yang ada. Pernyataan ini dirancang untuk diuji kebenarannya melalui penelitian yang terstruktur dan analisis data yang sistematis. Hipotesis umumnya berbentuk hubungan yang dapat diuji secara empiris, dengan tujuan untuk menentukan apakah terdapat pengaruh atau hubungan yang signifikan antara variabel-variabel yang diteliti.<sup>12</sup>

Berdasarkan kerangka berpikir yang dikembangkan, hipotesis dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

H<sub>0</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa.

H<sub>1</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap kebiasaan konsumsi mahasiswa.

H<sub>0</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

H<sub>2</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

---

<sup>12</sup> Jim Hoy Yam and Ruhiyat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi', *PERSPEKTIF : Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.2 (2021), pp. 96–102.

H<sub>0</sub>:Pengaruh kebiasaan konsumsi berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

H<sub>3</sub>:Pengaruh kebiasaan konsumsi berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

H<sub>0</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa melalui kebiasaan konsumsi mahasiswa.

H<sub>4</sub>:Pengaruh belanja online berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan melalui kebiasaan konsumsi mahasiswa.

