

PENGARUH PEMAHAMAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI DALAM MANAJEMEN KEUANGAN (Studi Kasus Mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2025)

Muhammad Arif Alawy
Program Studi Ekonomi Syariah
Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto
Email: arifalawy@staisam.ac.id

Wahyu aris setyawan Program Studi Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin Mojokerto

Email: arisw7178@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswi dalam manajemen keuangan, dengan studi kasus pada mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2025 di Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin (STAISAM) Mojokerto. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan berfikir induktif. Data primer diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dengan 11 informan mahasiswi, sedangkan data sekunder dikumpulkan melalui dokumentasi literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman ekonomi Islam di kalangan mahasiswi bervariasi dari kurang paham hingga cukup paham. Ditemukan bahwa 5 dari 11 informan menunjukkan perilaku konsumtif yang tinggi, yang dipicu oleh faktor pergaulan teman sebaya, tren gaya hidup mewah, serta pengaruh iklan media sosial seperti Instagram. Sebagian besar mahasiswi yang berperilaku konsumtif menyadari prinsip konsumsi Islam yang melarang israf (berlebih-lebihan) dan tabzir (pemborosan), namun menghadapi kendala dalam menerapkannya secara praktis dalam manajemen keuangan pribadi sehari-hari. Manajemen keuangan yang tidak disertai dengan penganggaran yang baik mengakibatkan dana saku bulanan habis sebelum waktunya.

Kata Kunci: *Pemahaman Ekonomi Islam, Perilaku Konsumtif, Manajemen Keuangan, Mahasiswi.*

1. PENDAHULUAN

Era globalisasi di Indonesia saat ini telah mendorong perkembangan perekonomian suatu negara secara signifikan. Salah satu indikator utamanya dapat dilihat dari perkembangan industri ritel dan gaya hidup yang mampu menyediakan segala kebutuhan serta keinginan masyarakat secara melimpah (ADESy, 2017). Melimpahnya persediaan barang dengan berbagai pilihan menarik memicu ketertarikan individu untuk mengonsumsinya secara berlebihan. Akibatnya, masyarakat

modern cenderung bersaing memuaskan aspek keinginan (want) dibandingkan kebutuhan dasar (need), sehingga terjebak dalam pola perilaku konsumtif (Lestari, 2018).

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai kecenderungan individu untuk selalu mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan demi mencari kepuasan psikologis semata, bukan untuk memenuhi kebutuhan pokok (Sudaryono, 2014). Di sisi lain, konsumsi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dan nilai moral syariah. Keimanan berfungsi sebagai penyaring moral dalam membelanjakan harta sekaligus memotivasi pemanfaatan pendapatan secara efektif dan efisien (Putriani, 2025). Al-Qur'an secara tegas melarang umat Islam bersikap boros atau berlebih-lebihan, sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang mengingatkan manusia agar makan dan minum secukupnya serta tidak melampaui batas.

Fenomena ini sangat tampak pada kalangan civitas akademika, khususnya mahasiswi yang rentan terhadap perubahan gaya hidup akibat interaksi sosial, tren fashion, dan paparan media sosial digital. Berdasarkan pra-survey yang dilakukan di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam Sabilul Muttaqin (STAISAM) Mojokerto, mahasiswi Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2025 menunjukkan kecenderungan perilaku konsumerisme yang cukup tinggi. Hal ini tercermin dari hasil wawancara awal dengan beberapa mahasiswi seperti Indri, Dedek Istiqomah, Intan Prastanti, Okta Anggraini, dan Vikha Wulandari yang mengakui sering membelanjakan uang saku bulanan berkisar antara Rp1.000.000 hingga Rp3.000.000 demi memenuhi keinginan membeli fashion item, kosmetik, jajan, dan kebutuhan gaya hidup terkini daripada mengutamakan keperluan akademik kuliah.

Kegagalan atau kesulitan dalam mengelola keuangan pribadi (personal financial management) disebabkan oleh minimnya penganggaran serta ketidakmampuan membentengi diri dengan prinsip konsumsi Islami (Gozali, 2018). Oleh sebab itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh pemahaman ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif dalam manajemen keuangan mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2025? Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan mengidentifikasi sejauh mana pemahaman konseptual ekonomi Islam mampu menekan perilaku konsumtif mahasiswi dan mengoptimalkan pengelolaan keuangan mereka secara bijaksana.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dengan maksud memberikan deskripsi yang seteliti mungkin mengenai fenomena riil di lapangan tanpa menggunakan model statistik formal atau nominal kuantifikasi (Bungin, 2013). Pendekatan yang digunakan adalah cara berfikir induktif, yaitu menganalisis fakta-fakta konkrit yang bersifat khusus yang ditemukan di lapangan untuk kemudian ditarik generalisasi atau pemahaman teoritis (Sugiyono, 2017).

Sumber data yang digunakan terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan teknik purposive sampling. Informan utama yang dipilih adalah 11 mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2025 di STAISAM Mojokerto yang memenuhi karakteristik tertentu terkait pola konsumsi tinggi. Data sekunder dihimpun melalui metode dokumentasi yang mencakup studi literatur terhadap buku teks utama, seperti buku Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro karya Abdul Aziz (2008), Perilaku Konsumen karya Vinna Sri Yuniarti, Gaya Hidup karya Donni Juni Priansa, serta jurnal ilmiah relevan.

Proses analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif sejak tahap pengumpulan data, reduksi data (sorting/pemilihan data yang relevan), penyajian data (data display), hingga penarikan kesimpulan atau verifikasi akhir (Sugiyono, 2012). Seluruh kutipan wawancara dianalisis secara tematik sesuai dengan indikator pemahaman ekonomi Islam dan perilaku konsumtif informan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis hasil wawancara mendalam terhadap 11 informan mahasiswi Ekonomi Syariah Angkatan 2025, ditemukan bahwa 5 dari 11 informan secara nyata mengadopsi pola hidup dan perilaku yang konsumtif. Sebagian besar dari mereka mengalami kendala serius dalam manajemen keuangan pribadi, di mana pengeluaran bulanan didominasi oleh pos keinginan non-akademik.

Sebagai ilustrasi riil dari temuan lapangan, informan DR mengungkapkan keterbatasan pemahamannya serta kerentanannya terhadap pengaruh lingkungan sekitar sebagai berikut:

“Kurang paham, menurut saya perilaku konsumsi dalam Islam didasarkan pada kebutuhan dan kemaslahatan bukan berdasarkan keinginan, dalam mengkonsumsi barang saya juga belum bisa menerapkan perilaku konsumsi sesuai dengan ekonomi

Islam, karena saya masih suka mengkonsumsi barang secara berlebihan-lebihan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumsi saya belum memiliki perencanaan dalam membeli suatu barang. Setiap bulannya saya diberi uang oleh orang tua saya sekitar Rp1.500.000... Membeli pakaian adalah keinginan yang tidak bisa saya hindari lagi, karena ajakan teman saya jadi ingin membeli baju, jilbab, lipstik...” (Wawancara DR, 23 Juni 2026).

Kondisi serupa dialami oleh informan RH yang meskipun memiliki catatan perencanaan belanja dan menyisihkan tabungan sebesar Rp100.000 di BMT Surya Abadi Seputih Raman, ia tetap seringkali gagal menahan godaan konsumsi akibat pengaruh dari teman sebaya. RH mengakui bahwa dalam satu bulan ia dapat membeli pakaian baru hingga tiga kali beserta jilbab dan sepatu (Wawancara RH, 23 Juni 2026). Pengaruh media sosial juga menjadi determinan krusial, sebagaimana disampaikan oleh informan JPP yang bekerja paruh waktu di Avea Tour & Travel. Meskipun memiliki penghasilan tambahan sebesar Rp1.200.000 per perjalanan dan mengalokasikan tabungan Rp600.000, JPP tetap berbelanja secara impulsif ketika melihat paparan iklan komersial di platform Instagram (Wawancara JPP, 23 Juni 2026).

Jika ditelaah dari perspektif teori landasan pemahaman menurut Skemp (dalam Sholekah, 2026), pemahaman seseorang terbagi atas pemahaman instrumental (sekadar menghafal rumus/teori secara terpisah) dan pemahaman rasional (mampu mengaitkan konsep secara benar dan menerapkannya pada situasi baru). Dalam kasus mahasiswi ini, mayoritas baru mencapai tingkat pemahaman instrumental. Mereka mengetahui secara teoretis di ruang kuliah bahwa Islam melarang sikap israf (berlebih-lebihan) dan tabzir (pemborosan harta), namun pengetahuan tersebut belum terinternalisasi menjadi pemahaman rasional yang memandu tindakan ekonomi sehari-hari.

Ketidakseimbangan antara pengetahuan normatif ekonomi Islam dengan tindakan riil disebabkan oleh kuatnya tarikan gaya hidup eksternal (faktor sosial budaya) serta rendahnya pengendalian diri (self-control) dalam merespons kemudahan akses belanja digital. Manajemen keuangan yang lemah, yang ditandai dengan ketiadaan skala prioritas dan ketiadaan pembukuan anggaran, memperparah kerentanan finansial mahasiswi sehingga uang bulanan mereka sering habis sebelum waktunya.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan temuan lapangan mengenai perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Angkatan 2025 di Kampus STAISAM Mojokerto, dapat disimpulkan bahwa pemahaman ekonomi Islam belum berpengaruh secara optimal dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa. Dari 11 informan yang diteliti, 5 mahasiswa terbukti memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Kelompok mahasiswa ini umumnya baru memiliki pemahaman sebatas instrumental dan belum mampu mengaplikasikan manajemen keuangan Islami secara riil. Pola hidup yang tidak terbatas, dorongan konformitas teman sebaya, serta paparan iklan media sosial seperti Instagram menjadi faktor utama yang mendistorsi penerapan prinsip-prinsip syariah dalam berkonsumsi.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa: Diharapkan dapat meningkatkan kesadaran spiritual dan pemahaman rasional ekonomi Islam, sehingga mampu mentransformasikan teori ke dalam tindakan nyata dengan mengutamakan kebutuhan (need) di atas keinginan (want).
2. Bagi Institusi Kampus: Disarankan untuk mengintegrasikan pembelajaran manajemen keuangan praktis berbasis syariah (Islamic financial literacy) ke dalam kurikulum atau melalui kegiatan seminar interaktif agar mahasiswa mampu menyusun anggaran pribadi secara bijak.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif untuk mengukur secara persis tingkat signifikansi pengaruh variabel pemahaman ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif dengan jumlah sampel yang lebih luas.

5. DAFTAR PUSTAKA

- ADESy, Fordeby. (2017). Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam. Depok: Rajawali Pers.
- Alkautsar, Zulfikar. (2014). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. Jurnal JESTT, 1(10), 710-725.
- Anggraini, Ranti Tri. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. Jurnal of Psychology, 3(3), 114-122.
- Aziz, Abdul. (2008). Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bungin, Burhan. (2013). Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Dikria, Okky. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 128-139.
- Ermawati, Erli & Indriyati. (2011). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di SMP N 1 Piyungan. *Jurnal Spirits*, 2(1), 45-56.
- Fathoni, Abdurrahmat. (2005). *Metodologi Penelitian dan Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gozali, Muhammad Lutfi. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa Dalam Mengelola Keuangan (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta). Yogyakarta: Universitas Sunan Kalijaga.
- Hardiansyah, Haris. (2013). *Wawancara Observasi dan Focus Group Instrumen Penggalan Data Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Huda, Nurul. (2008). *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lestari, Oktavia Dewi. (2018). Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi*, 5(1), 1-10.
- Liana, Sri. (2017). Pengelolaan Keuangan Bagi Mahasiswa Asrama Yang Tinggal Di Sekitar Kampus Universitas Riau Panam Pekanbaru. *Jurnal JOM FISIP*, 4(2), 1-12.
- Lodeng, Ahsan. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam. Raden Intan Lampung: Santri Ma'hud Al-Jami'ah.
- Maryati. (2017). Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam (Studi di Dusun III Kel. Sumur Bandung Kec. Way Jepara Lampung Timur). Mojokerto: STAISAM.
- Putriani, Yolanda Hani. (2025). Pola Perilaku Konsumsi Islam Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas. *Jurnal JESTT*, 2(7), 570-582.
- Rivai, Veithzal & Buchari, Andi. (2009). *Islamic Economics*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Septiyani, Dita. (2014). Pengaruh Jual Beli Kredit Terhadap Pola Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Studi Kasus di Kelurahan Ganjar Agung Metro Barat). Metro: Stain Jurai Siwo Metro.
- Sholekah, Aminatus. (2026). Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi STAISAM. Mojokerto: STAISAM.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Wardani, Evi. (2016). Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Dusun III Desa Sambikarto Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Sekampung: Stain Jurai Siwo Metro.