

PENGARUH PENGGUNAAN SHOPEEPAYLATER, SOSIAL MEDIA DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF (ISRAF) MAHASISWA MUSLIM SURABAYA

Novia Jumatur¹, Rachma Indrarini²

Universitas Negeri Surabaya^{1,2}

Email: noviajumatur@gmail.com¹, rachmaindrarini@unesa.ac.id²

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh Penggunaan ShopeePayLater, Sosial Media, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif (israf) mahasiswa Muslim di Surabaya. Istilah *israf* digunakan dalam penelitian ini sebagai pendekatan Islam terhadap perilaku konsumtif yang berlebihan dan melampaui batas kewajaran menurut syariat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan jumlah responden sebanyak 120 mahasiswa Muslim. Analisis data dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari Penggunaan ShopeePayLater, Sosial Media, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap perilaku konsumtif (israf) mahasiswa Muslim di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi dan sosial, tetapi juga memiliki relevansi penting dalam perspektif etika Islam, khususnya terkait larangan israf dalam Al-Qur'an.

Kata Kunci: Gaya Hidup Hedonis, Israf, Perilaku Konsumtif, ShopeePaylater, Sosial Media.

Abstract

The purpose of this study is to analyze the influence of ShopeePayLater usage, social media, and a hedonistic lifestyle on the consumptive behavior (israf) of Muslim students in Surabaya. The term israf is used in this research as an Islamic perspective on excessive consumption that goes beyond reasonable limits according to sharia. This study employs a quantitative method with primary data collected through questionnaires. The sampling technique used is purposive sampling, with a total of 120 Muslim student respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests. The results show that ShopeePayLater usage, social media, and a hedonistic lifestyle have a significant influence on the consumptive behavior (israf) of Muslim students in Surabaya. These findings indicate that students' consumptive behavior is not only influenced by economic and social factors but also has important relevance from the perspective of Islamic ethics, particularly regarding the prohibition of israf in the Qur'an.

Keywords: Consumptive Behavior, Hedonistic Lifestyle, Israf, ShopeePaylater, Social Media.

A. Pendahuluan

Surabaya merupakan kota metropolitan dan pusat pendidikan yang menarik banyak mahasiswa dari berbagai daerah di Indonesia, termasuk mahasiswa Muslim yang dihadapkan pada tantangan modernitas dan pengelolaan keuangan (Saepudin, 2022)¹. Di tengah perkembangan teknologi keuangan, layanan seperti ShopeePayLater menawarkan kemudahan transaksi secara kredit, namun mendorong peningkatan perilaku konsumtif khususnya di kalangan generasi muda (Fajrussalam *et al.*, 2023)². Selain itu, media sosial seperti Instagram dan TikTok memengaruhi gaya hidup mahasiswa melalui konten-konten yang memamerkan kemewahan dan tren konsumsi, sehingga mendorong perilaku konsumtif (Hana Nur *et al.*, 2019)³. Gaya hidup hedonis juga turut berkontribusi, di mana mahasiswa cenderung mengaitkan kebahagiaan dengan konsumsi barang-barang mewah atau kegiatan yang bersifat materialistik (Khairat *et al.*, 2018)⁴.

Dalam pandangan Islam, perilaku konsumsi yang berlebihan atau israf dianggap tidak sesuai karena bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan dan tanggung jawab sosial (Widiyastuti, 2019)⁵. Meskipun demikian, mahasiswa Muslim tetap tidak sepenuhnya terlindungi dari pengaruh modernisasi dan cenderung terjebak dalam pola konsumsi yang bertentangan dengan ajaran Islam (Nur Safirah, 2022)⁶. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan Shopee PayLater, media sosial, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya, serta menelaah sejauh mana prinsip-prinsip Islam berperan dalam pengendalian perilaku tersebut.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan kausal antara variabel independen dan dependen. Fokus utama penelitian adalah mengkaji pengaruh penggunaan ShopeePayLater, media sosial, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya. Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari responden melalui pengisian kuisioner dari Google form.

¹ Aep Saepudin, "Islamic Education in the Context of Globalization : Facing the Challenges of Secularism and Materialism," *International Journal of Science and Society* 4, no. 1 (2022): 393–407.

² H Fajrussalam, D Hartiani, and ..., "Analisis Pembayaran Paylater Dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam," *Attadib: Journal of ...* 6, no. 2 (2023): 265–90.

³ C. Nur, H., Erdiansyah, R., & Fransisca, "Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif," *Jurnal Prologia* 4, no. 2 (2019): 435–39.

⁴ Masnida Khairat, Nur Aisyiah Yusri, and Shanty Yuliana, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.1016/j.alqalb.2019.09.001>," *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam* 10, no. 2 (2018): 130–38.

⁵ Widiyastuti, "Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman," *Jurnal Ekonomi Islam* 1 (2019): 49–62.

⁶ Nur Safirah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa" (2022).

Kuesioner ini sangat dibutuhkan karena data yang dikumpulkan ini bersifat sistematis dan terstruktur dari banyaknya jawaban responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Muslim di Surabaya. Populasi ini mencakup mahasiswa dari berbagai perguruan tinggi di Surabaya, baik negeri maupun swasta. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling karena membutuhkan sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa muslim
2. Domisili di Surabaya
3. Aktif bertransaksi menggunakan layanan Shopee PayLater minimal dalam tiga bulan terakhir.
4. Aktif bermain sosial media. (Tiktok, Instagram)

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pengaruh Penggunaan ShopeePaylater Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Shopee PayLater berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim Surabaya. Penggunaan ShopeePaylater memiliki nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,482 > 1,981$. Artinya, secara parsial Penggunaan ShopeePaylater memiliki pengaruh signifikansi terhadap perilaku konsumtif.

Fitur kemudahan transaksi yang ditawarkan menjadi salah satu pemicu perilaku konsumtif, sejalan dengan *Technology Acceptance Model* (Davis, 1989)⁷. Menurut Supriyanto (2022)⁸, kemudahan teknologi digital dalam e-commerce mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, bahkan terhadap barang yang kurang dibutuhkan. Transaksi yang cepat dan tidak rumit membuat pengguna merasa nyaman dan cenderung sulit mengendalikan diri.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Zuliyansah *et al.* (2024)⁹ dan Adinda Mursalina *et al.* (2024) yang menunjukkan adanya pengaruh Shopee PayLater terhadap perilaku konsumtif. Namun, berbeda dengan hasil penelitian Elpa Julita *et al.* (2022)¹⁰ yang menyatakan tidak ada pengaruh signifikan, karena intensitas penggunaan ShopeePayLater oleh responden masih rendah. Dalam penelitiannya, mahasiswa merasa mampu mengontrol penggunaannya karena tenor pendek dan opsi cicilan, meskipun persepsi ini sering kali tidak realistis bagi mereka yang belum memiliki penghasilan tetap. Dari sudut pandang ekonomi Islam, perilaku konsumtif dan pemborosan jelas dilarang, sebagaimana dalam QS. Al-Isra: 27.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

⁷ Teori Davis (1989) dalam Devi Fitriani, “Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif” (2023).

⁸ Supriyanto (2022) dalam Cindi Mutiara *et al.*, “Analisis Dampak Globalisasi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan” 2, no. 2 (2024).

⁹ Zuliyansyah (2021), “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk Fashion”.

¹⁰ Elpa Julita (2022), “Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu),” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2.

Artinya: “Allah mencela perbuatan membelanjakan harta secara boros, dengan menyatakan, “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan, mereka berbuat boros dalam membelanjakan harta karena dorongan setan, oleh karena itu, perilaku boros termasuk sifat setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada nikmat dan anugerah Tuhannya”.

Dari perspektif ekonomi Islam selain karena dilarang berperilaku boros, terdapat kekhawatiran mengenai potensi unsur riba dalam penggunaan ShopeePayLater. Bunga yang dikenakan dinilai tidak sejalan dengan prinsip-prinsip syariah, sehingga sebagian mahasiswa merasa perlu untuk bersikap waspada atau bahkan menghindari layanan ini. Kendati demikian, apabila digunakan secara bijaksana dan penuh tanggung jawab, ShopeePayLater tetap bisa memberikan manfaat tanpa melanggar nilai-nilai Islam. Penggunaan layanan ini sebaiknya disertai dengan pemahaman yang mendalam mengenai syarat dan ketentuannya.

2. Pengaruh Sosial Media Terhadap Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil pengujian, sosial media memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya. Variabel Sosial Media memiliki nilai signifikansi $0,004 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,946 > 1,981$. Artinya secara parsial Sosial Media berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar intensitas dan partisipasi mahasiswa dalam menggunakan media sosial, maka semakin besar pula kemungkinan mereka untuk berperilaku konsumtif. Semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, maka semakin besar pula kemungkinan individu terdorong untuk melakukan konsumsi berlebihan tanpa pertimbangan rasional. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial bukan sekadar sarana untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai media yang memengaruhi pola pikir dan perilaku konsumsi. Hal ini sejalan dengan teori kognitif sosial yang dikemukakan oleh Bandura (1986), yang menyatakan bahwa perilaku seseorang dapat terbentuk melalui hasil pengamatan terhadap lingkungan sosialnya, termasuk media sosial. Bagi mahasiswa, media sosial menjadi salah satu sumber utama dalam mengamati gaya hidup, tren, dan norma sosial yang ditampilkan oleh orang lain.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Hindun dan Jujun (2024) yang menyatakan penggunaan sosial media memiliki pengaruh yang signifikan dengan perilaku konsumtif. Namun, penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Dede dan Aprilia (2020) yang menyimpulkan bahwa media sosial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Dalam pandangan Islam, penggunaan media sosial diperbolehkan jika digunakan untuk tujuan yang positif dan dengan mematuhi batasan waktu, sehingga tidak mengakibatkan kelalaian. Selain itu, penting untuk menjaga etika dan adab dalam berinteraksi di dunia maya agar tidak melanggar prinsip-prinsip ajaran Islam.

اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُوَ رَبُّنَا الَّذِي أُنْزِلَ فِي الْأَمْوَالِ فِي الْأَوْلَىٰ لِكَيْلَ تَعْلَمُوا أَنَّمَا الْكُفَّارُ نَجَسٌ ثُمَّ يَهْدِيهِ فَنَرِيهِ مَصْفًى ثُمَّ يَكُونُ حُطَامًا وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ ﴿٢٠﴾

Artinya: “Wahai orang mukmin, ketahuilah sesungguhnya kehidupan dunia itu hanyalah permainan dan sendagurauan. Karena itu, jangan sampai kamu larut di dalamnya. Kehidupan dunia ini juga merupakan perhiasan bagimu dan saling berbangga di antara kamu serta berlomba dalam kekayaan dan anak keturunan. Semua itu seperti hujan yang menumbuhkan tanam-tanamannya sehingga mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering saat kemarau dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Itulah permissalan bagi kehidupan dunia yang fana. Dan ketahuilah, di akhirat nanti ada azab yang keras bagi mereka yang ingkar dan ampunan dari Allah serta keridaan-Nya bagi orang yang beriman dan mematuhi ajaran-Nya. Dan kehidupan dunia yang sekarang kamu nik-mati tidak lain hanyalah kesenangan yang palsu.”

Ayat ini menjelaskan sifat dunia yang bersifat sementara dan penuh dengan tipu daya. Dunia dipenuhi dengan permainan, hiburan, perhiasan, kebanggaan sosial, dan perlombaan dalam mengumpulkan harta. Dalam konteks mahasiswa Muslim saat ini, fenomena tersebut tampak nyata, salah satunya melalui penggunaan sosial media yang menampilkan gaya hidup mewah, tren konsumsi barang branded, hingga fenomena "pamer" (riya') yang tersebar secara luas. Dari sudut pandang Islam, perilaku seperti ini termasuk dalam kategori israf yang dilarang. Mahasiswa sebagai generasi muda Muslim seharusnya memiliki kesadaran untuk mengontrol keinginan konsumsi, tidak mudah terpengaruh oleh tampilan dunia yang bersifat sementara. Ayat ini menegaskan bahwa tujuan hidup bukanlah dalam mengejar kesenangan dan kebanggaan dunia, melainkan dalam membangun kesadaran spiritual dan hidup sederhana sebagaimana diajarkan dalam Islam.

3. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa gaya hidup hedonis berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Variabel Gaya Hidup hedonis memiliki nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,545 > 1,981$. Hal ini berarti secara parsial, Gaya Hidup Hedonis memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Mahasiswa yang menganut gaya hidup hedonis cenderung lebih fokus pada kesenangan dan kepuasan sesaat yang mendorong mereka untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau manfaat jangka panjang.

Fenomena ini sejalan dengan temuan Nurazijah, Fitriani, dan Rustini (2023), yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan kecenderungan gaya hidup hedonis lebih rentan terhadap perilaku konsumtif, khususnya dalam hal pembelian barang-barang fashion dan pemenuhan kebutuhan gaya hidup. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Masnida Khairat, et al (2018)¹¹ yang

¹¹ Khairat, Yusri, and Yuliana, “Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa”
Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis

menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini juga sesuai dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Ranti Tri *et al* (2024). Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa gaya hidup hedonis memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Artinya, semakin kuat kecenderungan seseorang menjalani gaya hidup hedonis, maka semakin besar pula tingkat perilaku konsumtif yang ditunjukkannya.

Dalam perspektif Islam, gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang menekankan pada pencarian kesenangan duniawi, kemewahan, serta kepuasan diri yang berlebihan. Gaya hidup seperti ini sering kali mendorong individu untuk berperilaku konsumtif, yaitu membeli dan mengonsumsi barang atau jasa bukan karena kebutuhan, melainkan demi kepuasan emosional atau demi mengikuti tren sosial.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.”

Ayat ini menjelaskan bahwa Islam tidak melarang menikmati rezeki, namun membatasi dengan prinsip tidak berlebihan (*israf*). Ketika seseorang terjebak dalam gaya hidup hedonis, dorongan untuk terus membeli sesuatu berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan, menjadi lebih kuat. Hal inilah yang secara nyata tercermin dalam perilaku konsumtif mahasiswa yang terlibat dalam penelitian ini, di mana pengaruh gaya hidup hedonis muncul sebagai salah satu faktor dominan yang mendorong tindakan konsumtif. Penelitian ini menegaskan bahwa gaya hidup hedonis bertentangan dengan nilai-nilai ekonomi Islam yang mendorong hidup sederhana (*al-iqtishād*) dan konsumsi berdasarkan kebutuhan bukan keinginan semata.

4. Pengaruh Penggunaan ShopeePaylater, Sosial Media dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam penelitian ini yaitu, ShopeePayLater, Media Sosial, dan Gaya Hidup Hedonis secara simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif. Hal ini ditunjukkan dari nilai signifikansi model sebesar $< 0,001$, yang berarti lebih kecil dari ambang batas 0,05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa secara statistik, model yang digunakan dapat menjelaskan adanya pengaruh antar ketiga variabel bebas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Muslim di Surabaya. Berdasarkan output SPSS pada tabel *Model Summary*, diperoleh nilai R (Koefisien Korelasi) sebesar 0,694. Nilai ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen, yaitu Penggunaan ShopeePayLater, Sosial Media, dan Gaya Hidup Hedonis, terhadap variabel dependen, yaitu Perilaku Konsumtif. Semakin besar nilai R, semakin kuat pula hubungan yang

terbentuk antara variabel-variabel tersebut. Selanjutnya, nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,482 atau setara dengan 48,2%. Dapat diartikan bahwa variabel Penggunaan ShopeePayLater (X1), Sosial Media (X2), dan Gaya Hidup Hedonis (X3) memengaruhi perilaku konsumtif (Y) sebesar 48,2%, sedangkan 51,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif tidak terbentuk secara sepihak, tetapi hasil dari kombinasi beberapa faktor yang saling berkaitan. Gaya hidup hedonis sebagai salah satu indikator gaya hidup modern cenderung mendorong individu untuk mencari kesenangan dan kepuasan melalui konsumsi, tanpa mempertimbangkan urgensi atau kebutuhan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sekarlinda (2021)¹² yang menyebutkan bahwa pola perilaku konsumsi generasi muda saat ini yang lebih menekankan aspek gaya dan kepuasan pribadi dibanding kebutuhan fungsional.

Selain itu, Penggunaan ShopeePayLater berperan sebagai fasilitas finansial yang memberikan kemudahan untuk bertransaksi tanpa perlu memiliki dana terlebih dahulu. Kemudahan akses layanan pada ShopeePaylater ini berpotensi memperkuat perilaku konsumtif karena memunculkan persepsi "tidak langsung mengeluarkan uang", meskipun sebenarnya ada kewajiban pembayaran di kemudian hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Fitriani (2023)¹³ yang mengatakan bahwa jika seseorang tidak menggunakan fitur ini secara bijak maka akan memicu perilaku konsumtif.

Media Sosial juga berpengaruh signifikan terhadap terjadinya perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Faisal (2024)¹⁴ yang mengatakan bahwa informasi yang dikonsumsi secara terus-menerus melalui media sosial dapat membentuk persepsi dan ekspektasi gaya hidup tertentu yang pada akhirnya memengaruhi pola konsumsi yang berlebihan dan memicu perilaku konsumtif. Faisal (2024) juga mengatakan bahwa mahasiswa sangat dekat dengan berbagai platform media sosial seperti Instagram dan tiktok yang secara aktif menampilkan konten promosi, gaya hidup selebriti atau influencer, serta diskon dan tawaran menarik yang memicu dorongan untuk membeli.

Dari ketiga faktor tersebut, terlihat bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh satu aspek, tetapi merupakan hasil dari interaksi berbagai faktor yang saling memperkuat. Hal ini menunjukkan bahwa untuk memahami dan mengendalikan perilaku konsumtif, diperlukan pendekatan yang menyeluruh, termasuk penguatan literasi keuangan, kesadaran akan

¹² Sekarlinda (2021) "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk Fashion."

¹³ Devi Fitriani (2023), "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif."

¹⁴ Muhammad Faisal, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Pontianak" (2024).

gaya hidup konsumtif, serta pemahaman yang bijak terhadap dampak penggunaan media sosial.

Dalam perspektif Ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan, apalagi yang tidak disertai dengan kebutuhan nyata dan perencanaan keuangan yang baik, tidak sesuai dengan prinsip Islam yang mengajarkan umatnya untuk hidup secara seimbang, tidak berlebihan dalam konsumsi (*israf*) dan tidak pula kikir.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya penting secara empiris, tetapi juga memberikan refleksi bahwa mahasiswa Muslim sebagai generasi muda perlu memiliki kesadaran ekonomi syariah, agar tidak terjebak dalam arus konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Keseimbangan antara kebutuhan dunia dan akhirat harus senantiasa dijaga dalam setiap aktivitas ekonomi, termasuk dalam hal konsumsi.

D. Kesimpulan

Kesimpulan dari pembahasan mengenai pengaruh penggunaan ShopeePaylater, sosial media, dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif (*israf*) mahasiswa Muslim di Surabaya Adalah sebagai berikut:

Penggunaan ShopeePaylater memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif karena kemudahan transaksi yang ditawarkan mendorong mahasiswa untuk berbelanja secara impulsif. Namun, dari sudut pandang ekonomi Islam, perilaku konsumtif dan pemborosan dilarang dan terdapat kekhawatiran terkait potensi unsur riba. Penggunaan ShopeePaylater harus dilakukan dengan bijak dan pemahaman syariah agar tidak melanggar prinsip Islam.

Pengaruh sosial media juga signifikan terhadap perilaku konsumtif, karena media sosial memengaruhi pola pikir dan mendorong mahasiswa untuk mengikuti tren konsumsi yang berlebihan. Islam memperbolehkan penggunaan media sosial selama digunakan secara positif, tidak berlebihan, dan menjaga etika serta adab dalam berinteraksi.

Gaya hidup hedonis memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan mendorong individu mencari kesenangan dan kepuasan sesaat. Gaya hidup ini bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang mengajarkan hidup sederhana dan konsumsi berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan semata.

Ketiga variabel tersebut secara simultan memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (48,2% variasi perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh ketiga faktor ini), menunjukkan bahwa perilaku konsumtif merupakan hasil interaksi beberapa faktor yang saling memperkuat. Pendekatan menyeluruh seperti peningkatan literasi keuangan dan pemahaman ekonomi syariah sangat dibutuhkan untuk mengendalikan perilaku konsumtif sesuai nilai-nilai Islam. Secara keseluruhan, mahasiswa Muslim di Surabaya rentan terhadap perilaku konsumtif yang dipicu oleh kemudahan teknologi finansial, pengaruh sosial media, dan gaya hidup hedonis. Untuk mencegah dampak negatifnya, diperlukan kesadaran ekonomi syariah, pengendalian diri, serta penanaman nilai hidup seimbang antara dunia dan akhirat sesuai dengan ajaran Islam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aep Saepudin, "Islamic Education in the Context of Globalization: Facing the Challenges of Secularism and Materialism," *International Journal of Science and Society* 4, no. 1 (2022): 393–407.
- C. Nur, H., Erdiansyah, R., & Fransisca, "Media Sosial Dan Perilaku Konsumtif," *Jurnal Prologia* 4, no. 2 (2019): 435–39.
- Devi Fitriani (2023), "Pengaruh Fitur Shopee Paylater Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif."
- Elpa Julita (2022), "Pengaruh Penggunaan Shopee Paylater Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Muslim (Studi Pada Mahasiswa FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu)," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 2.
- H Fajrussalam, D Hartiani, and ..., "Analisis Pembayaran Paylater Dalam Aplikasi Shopee Menurut Perspektif Islam," *Attadib: Journal of ...* 6, no. 2 (2023): 265–90.
- Khairat, Masnida, Yusri, Nur Aisyiah, and Yuliana, Shanty, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi," *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam* 10, no. 2 (2018): 130–38.
- Muhammad Faisal, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Pontianak" (2024).
- Masnida Khairat, Nur Aisyiah Yusri, and Shanty Yuliana, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi," *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam* 9, no. 2 (2019): 130–139.
- Nur Safirah, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Pengelolaan Keuangan Mahasiswa" (2022).
- Sekarlinda (2021), "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk Fashion."
- Supriyanto (2022) dalam Cindi Mutiara et al., "Analisis Dampak Globalisasi Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Negeri Medan" 2, no. 2 (2024).
- Widiyastuti, "Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mulawarman," *Jurnal Ekonomi Islam* 1 (2019): 49–62.
- Zuliyansyah (2021), "Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Terhadap Produk Fashion."