



Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa terhadap Penggunaan *Shopeepaylater* Ditinjau dari Etika Konsumsi dalam Islam

Firda Nurfadilah, Ira Siti Rohmah Maulida*

Prodi Hukum Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 10/2/2023

Revised : 14/6/2023

Published : 17/7/2023



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 3

No. : 1

Halaman : 63-66

Terbitan : Juli 2023

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah pertama, menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah Unisba 2018 dan 2019 terhadap faktor eksternal pada penggunaan *shopeepaylater*. Kedua, menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah Unisba 2018 dan 2019 pada penggunaan *shopeepaylater*. Ketiga, menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah Unisba 2018 dan 2019 terhadap penggunaan *shopeepaylater* ditinjau dari etika konsumsi dalam Islam. Menggunakan metode kuantitatif deskriptif analisis dengan teknik analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data berupa kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor eksternal dan faktor internal berpengaruh secara moderat terhadap penggunaan *shopeepaylater*, diketahui bahwa Nilai R Square sebesar 0,485 menunjukkan bahwa proporsi pengaruh variabel faktor eksternal (X1) dan faktor internal (X2) terhadap penggunaan *shopeepaylater* (Y) sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Ada dua indikator faktor eksternal yang bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam yaitu gaya hidup dan tuntutan sosial yang mana itu bertentangan dengan larangan *tabdzir* pada Al-Qur'an dan prinsip kesederhanaan. Indikator media sosial tidak bertentangan, dan semua indikator faktor internal tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif; Etika Konsumsi dalam Islam; *Shopeepaylater*.

ABSTRACT

The purpose of this research is first, to analyze the consumptive behavior of 2018 and 2019 Unisba Syariah Faculty students towards external factors in the use of *shopeepaylater*. Second, to analyze the consumptive behavior of 2018 and 2019 Unisba Syariah Faculty students towards internal factors in the use of *shopeepaylater*. Third, to analyze the consumptive behavior of 2018 and 2019 Unisba Faculty of Sharia students towards the use of *shopeepaylater* in terms of consumption ethics in Islam. Using descriptive quantitative method of analysis with multiple linear regression analysis techniques. The data collected technique was use google form of a questionnaire. The results showed that external factors and internal factors had a moderate effect on the use of *shopeepaylater*, it was known that the R Square value of 0.485 indicated that the proportion of the influence of external factor variables (X1) and internal factors (X2) on the use of *shopeepaylater* (Y) was 48.5% and the remaining 51.5% is influenced by other variables not examined in this study. There are two indicators of external factors that are contrary to consumption ethics in Islam, namely lifestyle and social demands which are contradictory with the prohibition of *tabdzir* on the Qur'an and the principle of simplicity.

Keywords : Consumptive Behaviour; Consumption ethics of Islam; *Shopeepaylater*.

© 2023 Jurnal Riset Ekonomi Syariah Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Shopeepaylater merupakan sebuah pembiayaan yang terdapat pada aplikasi shopee. Selain mudah digunakan, shopeepaylater juga menawarkan limit yang cukup besar. *ShopeePay Later* memiliki tujuan memberikan layanan keuangan kepada konsumen dengan mengantongi teknologi dalam jaringan. *Shopeepaylater* merupakan produk pembiayaan legal yang terdaftar dalam OJK. Dengan perkembangan teknologi dan makin meningkatnya aktivitas media sosial mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif.

Menurut Sofiana dan Indrawati dalam Sumartono perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan secara berlebihan terhadap penggunaan suatu produk. (Sofiana et al., 2020) (Sri Handayani & Asep Ramdan Hidayat, 2022) Menurut Dita Afrina dalam Mustafa al-Maragi kata *israf* maksudnya adalah suatu sifat atau tindakan yang melebihi batas dalam membelanjakan harta serta tidak sesuai dengan batas naluri, batas ekonomi dan batas syar'i. (Afrina, 2019) (Ghina Safira Nurfikri et al., 2021) Menurut Lestarina, dkk dalam Mangkunegara menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor eksternal yang diteliti memiliki indikator media sosial, gaya hidup, dan tuntutan sosial. Faktor Internal yang diteliti memiliki indikator uang saku, literasi keuangan, dan religiusitas. (Lestarina et al., 2017) (Kintani & Anshori, 2022)

Menurut Faizi Etika Konsumsi dalam Islam secara tegas diungkapkan bahwa sesungguhnya anugerah Allah Swt. diperuntukkan bagi semua manusia. (Faizi, 2021) (Swanty Maharani & Akhmad Yusup, 2022) Jika ada situasi yang menyebabkan sebagian diantara anugerah tersebut berada di tangan orang-orang tertentu, hal ini tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah tersebut untuk diri sendiri saja, sebab masih ada hak orang lain di dalamnya. Didasarkan pada pedoman hidup umat muslim yaitu Al-Qur'an dan hadist. *Maqashid syariah* juga menjadi pijakan dalam konsumsi, menurut Ira dalam jurnalnya manusia tidak diwajibkan untuk memenuhi ketiga tingkatan kebutuhan, tetapi diwajibkan untuk dapat memenuhi dengan baik kebutuhan dasar atau yang disebut dengan kebutuhan *dharruriyyat*. (Ira et al., 2022) Maksud memenuhi dengan baik di sini adalah bahwa dalam pemenuhannya harus diusahakan dengan cara-cara yang baik, benar, dan halal. Maka dari itu, kebutuhan dasar atau kebutuhan primer benar-benar penting untuk manusia, dari hal makan dan minumlah manusia dapat melakukan aktivitas dan ibadah dengan baik.

Berbelanja hal yang tidak perlu dan hutang-piutang pada era ini seperti sudah menjadi kebiasaan dalam kehidupan sehari. Dalam hutang-piutang akad yang digunakan adalah *qardh*. Menurut Panji *qardh* adalah pinjaman uang atau modal yang diberikan seseorang kepada pihak lainnya, dimana pinjaman tersebut digunakan untuk usaha atau menjalankan bisnis tertentu, pihak peminjam berkewajiban mengembalikan pinjaman tersebut sesuai dengan jumlah yang dipinjamnya. (Adam, 2017) Dengan kehidupan mahasiswa yang masuk pada era 5.0 dimana media sosial menjadi kebiasaan dalam berinteraksi, banyaknya aplikasi untuk berbelanja saat ini menjadikan mahasiswa berperilaku konsumtif. Dalam hal ini, perilaku konsumtif bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana analisis faktor eksternal, internal, dan etika konsumsi dalam Islam perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Syariah 2018 dan 2019 terhadap penggunaan *shopeepaylater*?". Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut. (1) Menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa fakultas syariah 2018 dan 2019 di Unisba terhadap faktor eksternal pada penggunaan *shopeepaylater*.; (2) Menganalisis perilaku konsumtif mahasiswa fakultas syariah 2018 dan di Unisba terhadap faktor internal pada penggunaan *shopeepaylater*; (3) Menganalisis etika konsumsi dalam Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas syariah 2018 dan 2019 di Unisba pada penggunaan *shopeepaylater*.

B. Metode Penelitian

Penyusun menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif analisis Populasi dalam penelitian ini sebanyak 334 orang mahasiswa Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung angkatan Tahun 2018 dan 2019.

Dengan teknik pengambilan sampel yaitu teknik *purposive random sampling* diperoleh jumlah sampel sebanyak 77 mahasiswa/i Fakultas Syariah Universitas Islam Bandung angkatan Tahun 2018 dan 2019. Dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

C. Hasil dan Pembahasan

Analisis perilaku konsumtif terhadap penggunaan shopeepaylater faktor eksternal berpengaruh sedangkan untuk faktor internal tidak berpengaruh, yang diuji menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penelitian Analisis Faktor Eksternal (X_1) dan Faktor Internal (X_2) terhadap Penggunaan *Shopeepaylater* (Y)

Variabel	t_{hitung}	T_{tabel}	f_{hitung}	F_{tabel}	Keputusan	Koefisien Determinasi
X_1 dan Y	7,821	1,995			H_1 diterima	
X_2 dan Y	-1,384	1,995			H_2 ditolak	48,5%
$X_1, X_2,$ dan Y			34,784	3,12	H_3 diterima	

Sumber : Data diolah oleh penyusun

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa faktor eksternal terhadap penggunaan shopeepaylater berpengaruh karena $t_{hitung} > T_{tabel}$ yaitu sebesar $7,821 > 1,995$. Faktor internal terhadap penggunaan shopeepaylater tidak berpengaruh karena $t_{hitung} < T_{tabel}$ yaitu sebesar $-1,384 < 1,995$. Hal tersebut mengindikasikan penerimaan H_1 dan penolakan H_2 . Artinya faktor eksternal lebih berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepaylater* dibanding faktor internal terhadap penggunaan shopeepaylater. Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa H_3 diterima karena $f_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $34,784 > 3,12$ yang berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y . Koefisien determinasi sebesar 48,5% dan sisanya sebesar 51,5% merupakan kontribusi variabel lain selain faktor eksternal dan internal.

Faktor eksternal dalam penelitian ini memiliki indikator media sosial, gaya hidup dan tuntutan sosial. Sedangkan, faktor internal memiliki indikator uang saku, literasi keuangan dan religiusitas.

Hasil dari penelitian terlihat bahwa responden dalam menggunakan media sosial, membeli barang sesuai keinginan, tidak bermanfaat, memiliki sikap pamer, dan gengsi yang tinggi bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam. Tapi, disisi lain mengenai pemakaian uang saku, pengetahuan literasi keuangan dan internalisasi terhadap agamanya mahasiswa/i Fakultas Syariah 2018 dan 2019 bijak dalam penggunaan shopeepaylater tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, penyusun menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

Perilaku konsumtif faktor eksternal terdiri dalam indikator media sosial, gaya hidup, dan tuntutan sosial. Hasil analisis faktor eksternal terhadap penggunaan *shopeepaylater* adalah berpengaruh. Indikator media sosial, gaya hidup, dan tuntutan sosial berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepaylater*.

Perilaku konsumtif faktor internal terdiri dalam indikator uang saku, literasi keuangan, dan religiusitas. Hasil analisis faktor internal terhadap penggunaan shopeepaylater adalah tidak berpengaruh. Indikator uang saku, literasi keuangan, dan religiusitas tidak berpengaruh terhadap penggunaan *shopeepaylater*.

Dalam faktor eksternal ini terdiri atas indikator media sosial, gaya hidup, dan tuntutan sosial ditinjau dari etika konsumsi dalam Islam.

Media sosial, pada etika konsumsi dalam Islam tidak bertentangan karena media sosial termasuk kedalam media bersosial untuk tiap individu. Hal ini tidak bertentangan dengan sikap sederhana yang dikemukakan oleh Yusuf Al - Qardhawi mengenai kebebasan individu dan kemaslahatan orang banyak.

Gaya hidup, indikator ini bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam. Karena pembelian barang berdasarkan keinginan dan ketidak bermanfaat dalam hal ini, indikator gaya hidup bertentangan dengan prinsip kesederhanaan yang di kemukakan oleh Abdul Mannan dan bertentangan dengan surah Al - A'raaf ayat 31 tentang jangan berlebihan dan sombong.

Tuntutan sosial, indikator ini bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam karena terdapat sikap pamer dan gengsi yang tinggi. ini bertentangan dengan larangan tabdzir yang ada pada Al - Qur'an.

Dalam faktor internal ini terdiri atas uang saku, literasi keuangan, dan religiusitas.

Uang saku, pada indikator ini di dapati bahwa mayoritas responden memiliki uang saku yang cukup untuk memenuhi kebutuhan. Dalam hal ini, indikator uang saku tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

Literasi keuangan, mayoritas responden pada indikator ini memiliki pengetahuan akan literasi keuangan dalam Islam. Indikator ini tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam.

Religiusitas, mayoritas responden pada indikator ini memiliki internalisasi terhadap agamanya. Indikator ini tidak bertentangan dengan etika konsumsi dalam Islam. Dari semua indikator pada faktor internal ini menjadikan pengguna *shopeepaylater* atau responden dengan bijak dalam penggunaan transaksi pembiayaan berbasis teknologi ini.

Daftar Pustaka

- Adam, P. (2017). *Fikih Muamalah Maliyah (Konsep, Regulasi, Dan Implementasi)* (Anna, Ed.). Refika Aditama.
- Afrina, D. (2019). Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1).
- Faizi. (2021). *Etika & Norma Konsumsi Dalam Islam Perspektif Teoretis Aplikatif* (Wahyudi, Ed.; 1st ed.). Pustaka Harakatuna.
- Ghina Safira Nurfikri, Febriadi, S. R., & Srisulisawati, P. (2021). Analisis Tingkat Pemahaman Pedagang Pakaian terhadap Etika Pemasaran Islam. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(1), 19–26. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i1.98>
- Ira, Arif, Neng, & Liza. (2022). *Peningkatan Kompetensi Siswa SMK Sederajat Melalui Pelatihan Customer Service KSPPS Di Kota Bandung Berbasis Maqashid Syariah*.
- Kintani, A. L., & Anshori, A. R. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumsi Islam terhadap Pengendalian Diri pada Mahasiswa Penerima Beasiswa X. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 1(2), 127–134. <https://doi.org/10.29313/jres.v1i2.497>
- Lestarina, Ani, Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja. *Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2(2), 1–4.
- Sofiana, Isti, I., & Indrawati, E. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Membeli Kosmetik Pada Mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas X Semarang. *Jurnal EMPATI*, 9(1), 58–64.
- Sri Handayani, & Asep Ramdan Hidayat. (2022). Tinjauan Fiqih Muamalah dan Perilaku Konsumen dalam Islam terhadap Transaksi Jual Beli Rumah dengan Sistem Borongan. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 61–68. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.807>
- Swanty Maharani, & Akhmad Yusup. (2022). Analisis Pendapat Madzhab Imam Syafi'i tentang Jual Beli Pesanan dan Implementasinya pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Riset Ekonomi Syariah*, 41–46. <https://doi.org/10.29313/jres.v2i1.793>