
Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa FEB Universitas Mataram

Putri Marotain¹, Akhmad Jufri²

^{1,2} Ekonomi Pembangunan, Universitas Mataram

Article Info

Article history:

Received : 23/09/2025

Revised : 08/10/2025

Accepted : 13/10/2025

Keywords:

Sharia Financial Literacy; Religiosity; Consumptive Behavior

DOI:

10.37366/jespb.v10i02.2870

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of sharia financial literacy and religiosity on the consumptive behavior of FEB University of Mataram students. The research uses a quantitative approach with primary data obtained through a questionnaire using a 5 point Likert scale. Data analysis in this research was carried out using the census method, with multiple linear regression techniques processed using IBM SPSS statistics 25 software. Research findings revealed that both partially and simultaneously, sharia financial literacy and religiosity had a significant negative influence on the consumptive behavior of students at the Faculty of Economics and Business, University of Mataram.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Mataram. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer yang diperoleh melalui kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode sensus, dengan teknik regresi linear berganda yang diolah melalui perangkat lunak IBM SPSS statistic 25. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, literasi keuangan syariah dan religiusitas memberikan pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.

Corresponding Author:

Putri Marotain

Universitas Mataram

Email: putrimaaro1706@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi dan transformasi digital telah mendorong perubahan signifikan dalam kebiasaan konsumsi masyarakat, khususnya di kalangan generasi muda. Sebagai kelompok yang paling cepat beradaptasi dengan perkembangan teknologi, mahasiswa menjadi sangat rentan terhadap gaya hidup konsumtif yang dipicu oleh kemudahan belanja online, strategi pemasaran yang persuasif, serta layanan finansial digital yang instan. Penelitian terbaru oleh Hafiza et al. (2024) mengungkapkan bahwa pertumbuhan pesat platform e-commerce telah menjadi pendorong utama munculnya budaya

konsumerisme di kalangan mahasiswa, terutama dalam kategori produk fashion dan kecantikan. Studi tersebut menemukan kecenderungan pembelian impulsif dengan frekuensi 2-7 kali setiap bulan dan nilai transaksi rata-rata di atas Rp100.000, yang sebagian besar dipengaruhi oleh berbagai penawaran diskon yang menggiurkan. Kompleksitas masalah ini semakin tampak dengan maraknya penggunaan platform pinjaman digital di wilayah NTB. Sebagaimana dijelaskan oleh pakar ekonomi Universitas Mataram, Dr. Iwan Harsono, minimnya literasi keuangan dan gaya hidup hedonis menjadi penyebab utama mahasiswa terjerat pinjaman online (Ekbisntb.com, 2024). Persoalan ini semakin dalam ketika dikaitkan dengan pengaruh media sosial. Temuan oleh Novitasari et al. (2023) di lingkungan pelajar Mataram menunjukkan bahwa platform seperti Instagram berperan penting dalam membentuk persepsi konsumsi melalui tampilan gaya hidup glamor dan konten trendi. Realitas ini tidak hanya terjadi pada remaja sekolah, tetapi juga sangat relevan dengan pola konsumsi mahasiswa. Data LombokFokus (2023) mempertegas temuan ini dengan menempatkan NTB sebagai salah satu wilayah dengan rasio kredit bermasalah tertinggi di Indonesia, yang sebagian besar bersumber dari perilaku konsumsi tidak terkendali dan ketidaktahuan dalam mengelola utang.

Berdasarkan Survei Konsumen Bank Indonesia (Juni 2024), komposisi pengeluaran masyarakat Indonesia masih didominasi oleh belanja konsumtif (73,9%), sementara alokasi untuk cicilan utang hanya 9,6% dan tabungan sebesar 16,5% (Kompas.com, 2024). Kondisi ini mencerminkan lemahnya budaya perencanaan keuangan yang baik di kalangan generasi muda. Rendahnya pemahaman tentang prinsip pengelolaan harta secara Islami turut memperparah situasi ini. Hal ini sejalan dengan hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024 oleh OJK dan BPS yang menunjukkan indeks literasi keuangan syariah Indonesia masih berada di angka 39,11%, dengan tingkat adopsi yang lebih rendah lagi di angka 12,88% (OJK, 2024). Fakta ini mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa belum sepenuhnya memahami prinsip dasar ekonomi syariah, seperti perencanaan anggaran yang matang, menabung sesuai prinsip halal, menghindari praktik ribawi, serta memperhatikan aspek halal dan barokah dalam setiap aktivitas konsumsinya.

Islam telah memberikan pedoman jelas dalam hal pengelolaan keuangan untuk kesejahteraan dunia dan akhirat. Peran literasi keuangan syariah sangatlah krusial karena pemahaman yang baik terhadap prinsip-prinsip Islam dalam keuangan membantu individu terhindar dari perilaku konsumtif berlebihan sekaligus menjauhi praktik keuangan yang merugikan, seperti riba. Penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian Nur et al. (2024) menemukan bahwa secara parsial, literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Jambi, meskipun secara simultan menunjukkan pengaruh yang signifikan. Hasil berbeda ditemukan oleh Anggraini & Syarif (2024) yang menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah di IAIN Kerinci, dengan kontribusi variabel terhadap perilaku konsumsi mencapai 26,9%. Penelitian lain oleh Sabastio (2024) juga menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah secara signifikan mempengaruhi perilaku konsumsi, terutama melalui dimensi pengetahuan subjektif mengenai kepatuhan syariah dan riba, yang terbukti meningkatkan praktik keuangan yang lebih bijak. Anita et al. (2023) menguatkan temuan ini dengan menunjukkan bahwa mahasiswa dengan literasi keuangan syariah yang tinggi cenderung memiliki manajemen keuangan yang lebih baik, termasuk kemampuan mengalokasikan uang secara tepat, memprioritaskan tabungan, dan menghindari konsumsi yang berlebihan.

Kontradiksi juga terlihat pada penelitian Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah (2022) yang menemukan pengaruh positif dan signifikan literasi keuangan syariah terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, sementara Yahya (2021) menyatakan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh yang signifikan

terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah saja belum tentu cukup untuk meredam perilaku konsumtif, sehingga diperlukan faktor internal lain yang memperkuat pengendalian diri, salah satunya adalah religiusitas.

Religiusitas mencerminkan pengamalan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, yang tidak hanya terlihat dari ritual ibadah (seperti salat atau puasa), tetapi juga melalui sikap, pengambilan keputusan, dan pengelolaan keuangan. Sebagai contoh, penelitian oleh Yunus (2024) menunjukkan bahwa secara parsial religiusitas berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, artinya semakin tinggi religiusitas seseorang, maka semakin rendah kecenderungan konsumtifnya. Hal ini juga diamini oleh Anggraini & Syarif (2024) dalam konteks mahasiswa IAIN Kerinci, di mana tingkat religiusitas yang lebih tinggi dikaitkan dengan pola konsumsi yang lebih etis dan bertanggung jawab. Namun, tidak semua penelitian menemukan hasil yang konsisten. Rahmat et al. (2020) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, menegaskan bahwa tingkat kepatuhan agama dapat mengurangi perilaku konsumsi yang berlebihan. Sebaliknya, penelitian oleh Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah (2022) justru menemukan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, yang menunjukkan bahwa religiusitas tidak selalu menjamin rendahnya perilaku konsumtif, tergantung pada bagaimana nilai-nilai agama diinterpretasikan dan diinternalisasi.

Sebagai calon ekonom dan pengelola keuangan di masa depan, mahasiswa dituntut tidak hanya memiliki kompetensi teknis di bidang ekonomi, tetapi juga harus mengedepankan integritas moral dan spiritual dalam mengelola keuangan serta pola konsumsinya berdasarkan prinsip syariah. Penelitian ini secara khusus menganalisis dua variabel kunci, literasi keuangan syariah dan religiusitas dalam memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa, dengan fokus spesifik pada mahasiswa program studi ekonomi yang telah mendapatkan pembelajaran tentang prinsip-prinsip ekonomi Islam melalui mata kuliah dan konsentrasi ekonomi Islam. Pendekatan ini diambil mengingat sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung meneliti populasi umum tanpa fokus eksplisit pada lingkungan akademik yang berbasis ekonomi syariah. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, di mana sebagian besar responden telah memiliki dasar pengetahuan tentang ekonomi Islam melalui proses pembelajaran formal.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan Syariah dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip pengelolaan keuangan yang sesuai dengan ajaran Islam. Esensi fundamental dari literasi ini termanifestasi dalam beberapa aspek krusial, khususnya dalam perencanaan pengeluaran yang proporsional dan berimbang. Islam menekankan pentingnya pengelolaan keuangan yang bijaksana melalui konsep *i'tidal* (keseimbangan), sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Furqan ayat 67 yang berbunyi:

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 (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:520)”.

Ayat ini mengajarkan pentingnya keseimbangan antara sikap kikir dan pemborosan dalam membelanjakan harta. Dalam kehidupan sehari-hari, hal ini tercermin melalui kebiasaan seseorang membuat anggaran konsumsi sesuai prioritas kebutuhan dengan prinsip syariah. Individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik juga akan terbiasa menabung secara halal, Islam mendorong umatnya untuk mengelola harta dengan penuh tanggung jawab demi kemaslahatan di masa depan. Hal ini ditegaskan dalam sabda Rasulullah SAW yang artinya: *"Simpanlah sebagian dari hartamu untuk kebaikan masa depanmu, karena itu jauh lebih baik bagimu"* (Sāhīh Al-Bukhārī, Imam Bukhari, 1997:361). Hadis ini menekankan pentingnya pengelolaan keuangan jangka panjang yang bertanggung jawab. Dalam praktiknya, hal ini tercermin melalui kebiasaan perilaku menyisihkan penghasilan untuk tabungan jangka panjang di Bank Syariah.

Selain aspek perencanaan dan pengendalian konsumsi, literasi keuangan syariah juga menekankan penolakan mutlak terhadap praktik riba yang merupakan inti dari sistem ekonomi Islam. Larangan ini bukan sekadar aturan formal, melainkan penjagaan terhadap keadilan sosial dan keseimbangan ekonomi, sebagaimana difirmankan dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 yang artinya: *"Orang-orang yang memakan (bertransaksi dengan) riba tidak dapat berdiri, kecuali seperti orang yang berdiri sempoyongan karena kesurupan setan. Demikian itu terjadi karena mereka berkata bahwa jual beli itu sama dengan riba. Padahal, Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:61)"*. Implementasinya terlihat dalam preferensi mahasiswa yang menghindari riba dalam pengelolaan pribadi, menunjukkan internalisasi nilai-nilai syariah yang melampaui pemahaman teoritis semata. Selain itu individu yang memiliki literasi keuangan syariah yang baik juga akan memperhatikan aspek kehalalan dan keberkahan dalam konsumsinya. Hal ini sesuai dengan perintah Allah dalam QS. Al-Baqarah ayat 168 yang artinya: *"Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:34)"*. Ayat ini memberikan dua syarat penting dalam konsumsi halal, yaitu sesuai dengan ketentuan syariat, dan thayyib, yaitu baik dari segi zat, manfaat, dan dampaknya terhadap kesehatan dan akhlak. Penerapan prinsip ini mendorong terbentuknya kesadaran konsumen yang kritis dan bertanggung jawab, di mana setiap keputusan belanja didasarkan pada pertimbangan halal dan thayyib yang lebih luas.

2.2. Religiusitas

Religiusitas dapat diartikan sebagai bentuk penghayatan ajaran agama yang terwujud dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya dipahami sebagai pelaksanaan ibadah ritual seperti shalat dan puasa, tetapi juga meliputi sikap, pola pikir, dan tindakan seseorang dalam mengambil keputusan keuangan, seperti pengeluaran, menabung, berutang, dan berinfak. Nilai-nilai ini menjadi pedoman utama dalam membentuk perilaku yang bijaksana dan bertanggung jawab terhadap harta. Sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Isra' ayat 9 yang artinya: *"Sesungguhnya Al-Qur'an ini memberi petunjuk ke (jalan) yang paling lurus dan memberi kabar gembira kepada orang-orang mukmin yang mengerjakan kebajikan bahwa bagi mereka ada pahala yang sangat besar (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:394)"*. Ayat ini menegaskan bahwa ajaran Islam tidak hanya membimbing umat dalam urusan ibadah, tetapi juga memberikan panduan moral dalam mengelola harta secara benar dan adil. Dalam kehidupan modern, hal ini terlihat ketika seseorang menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman dalam aktivitas keuangan.

Salah satu bentuk pengamalan religiusitas dalam aspek finansial adalah sikap qana'ah, yaitu merasa cukup dan menerima dengan ikhlas rezeki yang telah Allah tetapkan. Sikap ini membentuk pondasi penting dalam mengendalikan perilaku konsumtif, karena mampu meredam keinginan untuk bersaing

secara material atau mengikuti tren konsumsi yang tidak bermanfaat. Qana'ah mengajarkan bahwa kebahagiaan tidak diukur dari banyaknya harta, melainkan dari kepuasan batin. Hal ini sejalan dengan QS. An-Nisa: 32 "Janganlah kamu berangan-angan (iri hati) terhadap apa yang telah dilebihkan Allah kepada sebagian kamu atas sebagian yang lain. Bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka usahakan dan bagi perempuan (pun) ada bagian dari apa yang mereka usahakan. Mohonlah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya Allah adalah Maha Mengetahui segala sesuatu (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:112)". Ayat ini memperingatkan agar tidak iri terhadap kelebihan rezeki orang lain dan selalu memohon karunia-Nya. Hal ini diperkuat oleh sabda Rasulullah SAW:

حَدَّثَنَا أَبُو بَكْرِ بْنُ أَبِي شَيْبَةَ، حَدَّثَنَا أَبُو عَبْدِ الرَّحْمَنِ الْمُقْرِي، عَنْ سَعِيدِ بْنِ أَبِي، أَيُّوبَ حَدَّثَنِي شُرَيْبِ، - وَهُوَ ابْنُ شَرِيكِ -
عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ الْخُبَلِيِّ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ، بْنِ عَمْرٍو بْنِ الْعَاصِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ
" قَدْ أَفْلَحَ مَنْ أَسْلَمَ وَرَزِقَ كَفَافًا وَقَنَّعَهُ اللَّهُ بِمَا آتَاهُ "

Yang artinya: "Beruntunglah orang yang masuk Islam, diberi rezeki yang cukup, dan Allah menjadikannya qana'ah dengan apa yang diberikan kepadanya." (Sahih Muslim, Al-Imam Muslim, 2007:98).

Kedua dalil ini menunjukkan bahwa qana'ah bukan sekadar menenangkan hati, tetapi juga menjadi strategi spiritual untuk menghindari konsumsi berlebihan. Dalam praktiknya, sikap ini mendorong seseorang untuk hidup merasa cukup dengan rezeki dan tidak memaksakan diri dalam konsumsi. Religiusitas juga mendorong seseorang untuk memaknai aktivitas konsumsi sebagai bagian dari ibadah dan bentuk rasa syukur kepada Allah SWT, bukan sekadar kegiatan duniawi semata. Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi seperti makan, minum, atau berbelanja tidak sekadar urusan duniawi, melainkan menjadi media untuk mendekatkan diri kepada Sang Khalik ketika dilaksanakan sesuai syariat dan diniatkan dengan ikhlas. Pemahaman ini mengubah paradigma konsumsi dari sekadar pemenuhan keinginan menjadi aktivitas yang diselaraskan dengan nilai-nilai spiritual. Landasan prinsip ini termaktub dalam dalam QS. Al-Baqarah ayat 172 yang artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, ma kan lah apaapa yang baik yang Kami anugerah kan kepadamu dan bersyukur lah kepada Allah jika kamu benarbenar hanya menyembah kepadaNya (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:34)". Ayat ini menegaskan pentingnya mengonsumsi rezeki yang halal dan baik disertai rasa syukur. Implementasinya dalam kehidupan modern terwujud melalui kesadaran menjadikan konsumsi sebagai ibadah dan bentuk rasa syukur.

Selain itu, sikap ini juga mencakup kemampuan menahan diri dari perilaku konsumsi berlebihan atau pembelian yang semata didorong oleh nafsu. Ajaran Islam menekankan pentingnya menguasai hawa nafsu sebagai bagian integral dari keimanan, termasuk dalam hal pengelolaan harta. Seorang yang religius tidak akan menjadikan aktivitas konsumsi sebagai sarana memuaskan keinginan impulsif, melainkan sebagai tindakan bijak yang mencerminkan ketakwaan kepada Allah SWT. Prinsip ini diperkuat oleh QS. Thaha ayat 16: "Janganlah engkau dipalingkan darinya (iman pada hari Kiamat) oleh orang yang tidak beriman padanya dan mengikuti hawa nafsunya sehingga engkau binasa (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:441)". Peringatan Al-Qur'an ini mengingatkan kita bahwa mengikuti hawa nafsu secara membabi buta dapat menjerumuskan pada kerugian spiritual. Dalam konteks konsumsi, hal ini terwujud ketika seseorang bisa menahan diri dari membeli barang tidak penting karena ketaatan kepada Allah SWT.

Religiusitas juga mengajarkan pentingnya menjauhi perilaku konsumsi yang dilandasi niat riya' atau ingin dipuji, yakni mengeluarkan harta bukan karena kebutuhan atau manfaat, melainkan demi pencitraan sosial. Islam menegaskan bahwa setiap pengeluaran harta harus dilandasi keikhlasan, bukan untuk pencitraan atau pengakuan sosial. Perilaku konsumsi yang didorong keinginan pamer tidak hanya menghapus pahala, tetapi juga merusak nilai ibadah yang seharusnya menjadi landasan pengelolaan harta sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah ayat 264 Allah SWT berfirman yang artinya: "Wahai orang-orang yang

beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekah mu dengan menyebutnyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia, se dangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari akhir. Perumpamaannya (orang itu) seperti batu licin yang di atasnya ada debu, lalu batu itu diguyur hujan lebat sehingga tinggallah (batu) itu licin kembali. Mereka tidak menguasai sesuatu pun dari apa yang mereka usahakan. Allah tidak memberi pe tunjuk kepada kaum kafir (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:59)". Ayat ini memberikan peringatan bahwa pengeluaran harta dengan niat pamer menghilangkan nilai ibadah dan justru mendatangkan kerugian spiritual. Ini diperkuat dengan sabda Rasulullah SAW yang artinya: "Sesungguhnya yang paling aku khawatirkan atas kalian adalah syirik kecil dan riya'" (Bulugh Al-Maram min Adillat Al-Ahkam, Ibn Hajar al-`Asqalan, 1997: 551). Hadis ini menunjukkan betapa bahayanya niat pamer dalam setiap amal, termasuk dalam konsumsi. Dalam praktik kehidupan modern, prinsip ini diwujudkan melalui kesadaran untuk tidak membeli barang untuk pamer atau riya'.

2.3. Perilaku Konsumtif

Dalam ajaran Islam, perilaku konsumsi yang berlebihan dikategorikan sebagai israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan), yang tidak hanya dilarang secara agama, tetapi juga berdampak buruk pada keadilan sosial dan distribusi kekayaan di masyarakat. Ajaran Islam menekankan pentingnya keseimbangan dan tanggung jawab dalam pengelolaan rezeki, di mana konsumsi harus dilakukan secara proporsional tanpa melampaui batas kebutuhan. Prinsip ini ditegaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31 yang berbunyi:

..وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: "... dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:209)". Penegasan serupa terdapat dalam Surah Al-Isra' ayat 26-27, yang artinya: "... Jangan lah kamu menghambur-hamburkan (harta mu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:398)". Kedua ayat ini menegaskan bahwa Islam tidak hanya melarang yang haram, tetapi juga mengatur cara konsumsi yang halal sekalipun. Dalam praktik kehidupan modern, pelanggaran terhadap prinsip ini terlihat pada berbagai pola konsumsi tidak sehat, seperti: Membeli makanan/minuman berlebihan hingga mubazir, Membeli barang tanpa mempertimbangkan kebutuhan dan manfaatnya, serta menghabiskan penghasilan untuk belanja konsumtif disbanding menabung atau ibadah.

Sikap konsumtif ini juga tampak ketika individu mengikuti gaya hidup orang lain. Islam mengingatkan bahwa gemerlap dunia seringkali memperdaya manusia dengan kesenangan semu yang bersifat sementara, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-Hadid ayat 20 yang artinya: "Ketahuilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, per hiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan (Al-Qur'an dan Terjemahan, Kemenag RI, 2019:798)". Ayat ini mengungkap kecenderungan manusia untuk terjebak dalam persaingan materi yang, jika tidak diimbangi kesadaran iman, justru dapat mengikis nilai-nilai spiritual. Fenomena ini sangat relevan di kalangan mahasiswa yang rentan terdorong melakukan konsumsi impulsif karena meniru gaya hidup orang lain dalam konsumsi. Islam mengajarkan bahwa kebahagiaan sejati tidak diukur dari penampilan atau status sosial, melainkan dari ketakwaan dan rasa syukur atas apa yang telah diberikan Allah. Dengan pemahaman ini, seorang muslim seharusnya mampu membedakan antara kebutuhan riil dengan keinginan yang dipicu lingkungan, sehingga dapat terhindar dari jeratan konsumerisme yang tidak bermakna. Fenomena ini semakin diperkuat oleh penelitian Fatmawatie (2022) dalam bukunya menyatakan bahwa perilaku konsumtif muncul "karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak

rasional lagi," di mana individu terdorong melakukan konsumsi bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena pengaruh eksternal seperti kemudahan akses dan promosi menarik. Kondisi ini menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi sekadar aktivitas pemenuhan kebutuhan, melainkan telah berubah menjadi fenomena sosial yang sarat makna simbolik. Dalam realitas kehidupan sehari-hari, kecenderungan ini terwujud melalui berbagai pola perilaku yang kurang bijak, seperti: berbelanja tanpa anggaran dan skala prioritas serta berlebihan karena pengaruh media sosial atau promosi.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk meneliti pengaruh literasi keuangan syariah dan tingkat religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Pendekatan ini dipilih karena dianggap ilmiah serta memenuhi prinsip rasional, empiris, dan sistematis (Sugiyono, 2013). sehingga dinilai tepat untuk menjelaskan dan memprediksi fenomena secara logis dan terukur (Ratumbuisang et al., 2024). Sumber data yang digunakan adalah data primer, dengan skala Likert 5 poin dikumpulkan melalui kuesioner google form. Populasi penelitian yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram sebanyak 63 orang, dengan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria: mahasiswa Muslim aktif di FEB, pernah mengambil mata kuliah ekonomi Islam, memiliki pengalaman konsumsi, serta bersedia mengisi kuesioner secara lengkap dan jujur. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode sensus, dengan teknik regresi linear berganda yang diolah melalui perangkat lunak IBM SPSS statistic 25. Instrumen penelitian disusun berdasarkan teori yang relevan dan telah diuji validitas serta reliabilitasnya terlebih dahulu, di mana data dikatakan valid jika sesuai dengan kondisi di lapangan dan reliabel jika hasilnya konsisten serta dapat direplikasi (Ratumbuisang et al., 2024; Sugiyono, 2013).

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel X_1 dan X_2 terhadap Y baik secara simultan maupun parsial. Model regresi yang digunakan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = perilaku konsumtif

α = konstanta

β_1 dan β_2 = koefisien regresi

ε = error

Sebelum melakukan uji regresi, dilakukan terlebih dahulu uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas) guna menghindari bias hasil penelitian (Sugiyono, 2013). Pengolahan data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS, dan hasil analisis digunakan untuk menjawab rumusan masalah.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Variabel

Variabel literasi keuangan syariah (X_1) dalam penelitian ini diukur melalui empat indikator utama, yaitu kemampuan dalam menyusun anggaran konsumsi sesuai prioritas dan prinsip Islam, kebiasaan menyisihkan penghasilan untuk tabungan jangka panjang dan investasi halal, penolakan terhadap produk atau jasa yang mengandung unsur riba, serta kehati-hatian dalam memastikan kehalalan dan manfaat suatu barang sebelum membeli. Berdasarkan hasil tabulasi data, diketahui bahwa sebanyak 76%

mahasiswa memperoleh skor tinggi (rentang 16–20 dari skor maksimal 20), yang mencerminkan tingkat literasi keuangan syariah yang baik. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa telah memiliki pemahaman yang memadai terhadap prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam, khususnya dalam aspek perencanaan dan pengelolaan keuangan pribadi secara syariah. Jika dilihat lebih mendalam, indikator yang paling dominan mencerminkan variabel ini adalah penolakan terhadap riba, di mana mayoritas mahasiswa memberikan skor tertinggi pada pernyataan “saya menolak membeli produk atau jasa yang mengandung unsur riba”. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran untuk menghindari transaksi ribawi menjadi dasar kuat dalam praktik literasi keuangan syariah mereka. Capaian ini juga sejalan dengan keberhasilan internalisasi nilai-nilai syariah melalui kurikulum ekonomi Islam yang diterapkan di FEB Universitas Mataram. Literasi keuangan syariah tidak hanya terbatas pada aspek pengetahuan, tetapi juga tergambar dalam sikap dan perilaku mahasiswa dalam kehidupan finansial sehari-hari, selaras dengan ajaran Al-Qur’an dan hadist, seperti larangan riba dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 dan prinsip keseimbangan dalam berinfak sebagaimana dalam QS. Al-Furqan ayat 67.

Variabel religiusitas (X_2) dalam penelitian ini diukur melalui lima indikator utama, yakni konsistensi menjalankan ibadah wajib, penghayatan terhadap nilai-nilai keagamaan dalam pengelolaan keuangan, sikap qana’ah (merasa cukup), menjadikan konsumsi sebagai bentuk ibadah dan syukur, serta kemampuan menahan diri dari konsumsi berlebihan karena taat kepada Allah. Hasil tabulasi menunjukkan bahwa sebanyak 68% responden berada pada kategori tinggi dengan skor 20–25, mengindikasikan bahwa mayoritas mahasiswa telah mengintegrasikan nilai-nilai keislaman secara nyata dalam perilaku ekonomi mereka. Sebanyak 28% berada pada kategori sedang (skor 13–19), sementara hanya 4% yang masuk kategori rendah (skor 5–12). Indikator yang paling mencerminkan variabel ini adalah sikap qana’ah, di mana sebagian besar mahasiswa menyatakan bahwa mereka merasa cukup dengan rezeki yang telah Allah berikan, tanpa terdorong untuk bersaing secara konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi religiusitas tidak hanya tercermin dalam praktik ibadah ritual, tetapi juga dalam bentuk pengendalian diri dan sikap terhadap harta dalam kehidupan modern. Integrasi antara nilai spiritual dan perilaku ekonomi ini selaras dengan ajaran QS. An-Nisa ayat 32 dan hadist Rasulullah SAW dalam Shahih Muslim yang menegaskan keutamaan qana’ah sebagai penyeimbang dorongan konsumtif. Temuan ini juga menunjukkan bahwa penguatan religiusitas berperan penting dalam menekan pola konsumsi yang tidak sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Variabel perilaku konsumtif (Y) dalam penelitian ini diukur menggunakan enam indikator, yaitu kebiasaan berbelanja impulsif, pengeluaran tanpa perencanaan, mengikuti tren konsumsi, membeli karena pengaruh media sosial, konsumsi untuk pencitraan (*riya'*), serta ketidakmampuan menahan keinginan membeli barang yang tidak dibutuhkan. Hasil tabulasi menunjukkan bahwa sebanyak 15% responden tergolong dalam kategori konsumtif tinggi, di mana perilaku impulsif dan kecenderungan mengikuti tren menjadi pemicu utama. Sebanyak 45% responden berada pada kategori sedang, yang menunjukkan masih adanya pengaruh emosional dan sosial dalam perilaku konsumsi, namun sudah ada kesadaran untuk membatasi pengeluaran. Adapun 40% responden tergolong rasional, dengan pengendalian diri yang baik dan keputusan konsumsi yang didasarkan pada kebutuhan serta skala prioritas. Dari keenam indikator tersebut, pembelian berdasarkan pengaruh media sosial menjadi indikator paling dominan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya pada kelompok moderat. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa telah memiliki pemahaman rasional terhadap keuangan, arus informasi dan tren digital tetap memengaruhi keputusan konsumsi mereka. Temuan ini memperkuat pentingnya penguatan kesadaran diri dan integritas nilai-nilai syariah dalam menghadapi godaan konsumsi modern yang bersifat simbolik dan tidak substansial.

4.2. Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan pengujian asumsi klasik, model regresi yang digunakan telah memenuhi sejumlah persyaratan krusial. Pertama, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov mencatat nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$, menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal. Kedua, pada uji multikolinieritas, diperoleh nilai Tolerance 0,990 dan VIF 1,010 untuk kedua prediktor (LNX1 dan X2), yang masih dalam batas aman (Tolerance $> 0,1$ dan VIF < 10), mengonfirmasi tidak adanya gejala multikolinieritas. Ketiga, uji heteroskedastisitas dengan memeriksa residual absolut (ABS) memperlihatkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari variabel prediktor terhadap residual (Sig. LNX1 = 0,058 dan Sig. X2 = 0,571), sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Dengan terpenuhinya ketiga asumsi normalitas, bebas multikolinieritas, dan homoskedastisitas, model ini dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

4.3. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Uji Simultan)

Islam menempatkan literasi keuangan syariah dan religiusitas sebagai pondasi penting dalam mewujudkan pola konsumsi yang bijaksana. Sistem keuangan syariah yang bersumber dari nilai-nilai ketuhanan mengajarkan harmonisasi antara kebutuhan material dan tanggung jawab spiritual. Kedewasaan beragama akan menanamkan secara mendalam ajaran-ajaran syariah tentang larangan berlebih-lebihan dan pemborosan sebagai wujud nyata ketakwaan dalam berbelanja. Gabungan antara penguasaan prinsip keuangan Islam dan kesadaran beragama ini membentuk pola pikir yang dapat menyaring berbagai pengaruh negatif gaya hidup konsumtif, sehingga menghasilkan kebiasaan berbelanja yang tidak saja logis secara ekonomi namun juga mengandung nilai-nilai ibadah.

Tabel 1. Hasil Uji F(Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	246.321	2	123.161	14.876	.000 ^b
Residual	496.758	60	8.279		
Total	743.079	62			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, LNX1

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan temuan yang signifikan secara statistik. Berdasarkan uji ANOVA yang dilakukan, diperoleh nilai F hitung sebesar 14,876 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Jika dibandingkan dengan nilai F tabel sebesar 3,15 pada derajat kebebasan $df_1 = 2$ dan $df_2 = 60$ dengan taraf kepercayaan 95%, terlihat bahwa F hitung $> F$ tabel ($14,876 > 3,15$). Hal ini membuktikan bahwa model regresi secara simultan bersifat signifikan, yang berarti variabel literasi keuangan syariah (X1) dan religiusitas (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa yang artinya semakin tinggi tingkat literasi keuangan syariah dan religiusitas mendorong semakin rendahnya perilaku konsumtif mahasiswa.

Tabel 2. Hasil R²
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.576 ^a	.331	.309	2.877

a. Predictors: (Constant), X2, LNX1

Hasil analisis menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas secara bersama-sama mampu menjelaskan 33,1% variasi perilaku konsumtif mahasiswa ($R^2 = 0,331$), sementara 66,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang mengidentifikasi adanya variabel eksternal signifikan seperti gaya hidup (lifestyle) yang berkontribusi 26,9% menurut (Anggraini & Syarif, 2024), tekanan sosial (peer pressure) sebagaimana ditunjukkan (Aina & Abdul Chalid, 2023), serta kontrol diri yang menjadi faktor krusial dalam studi UIN Jambi dan UII Toraja. Faktor teknologi seperti kemudahan akses digital melalui e-money juga turut memfasilitasi transaksi impulsif, sementara penelitian di Institut Syekh Abdul Halim Hasan Binjai menemukan bahwa kombinasi literasi keuangan dan persepsi risiko mampu menjelaskan 61,4% perilaku konsumtif. Variasi hasil penelitian seperti temuan Siagian et al. (2024) sebesar 38,3% dan (Gultom & Silalahi, 2024) sebesar 28,2% mengindikasikan kompleksitas faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif, di mana konteks sosial-budaya dan perkembangan teknologi turut berperan penting selain aspek literasi dan religiusitas.

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini sejalan dengan ajaran Islam tentang pengelolaan keuangan yang sesuai syariah dan perilaku konsumsi yang beretika. Al-Qur'an dalam QS. Al-Baqarah ayat 275 dengan jelas mengharamkan riba, sementara QS. Al-Furqan ayat 67 mengajarkan pentingnya hidup seimbang dalam berbelanja. Ditambah lagi, QS. An-Nisa ayat 32 dan hadis dari Imam Muslim sama-sama mengajarkan sikap qana'ah (merasa cukup) sebagai benteng terhadap gaya hidup boros. Bagi mahasiswa FEB Universitas Mataram yang telah mempelajari ekonomi Islam, pemahaman ini menunjukkan bahwa ajaran Islam mencakup seluruh aspek kehidupan, tidak hanya ibadah tapi juga aktivitas ekonomi sehari-hari. Penelitian ini mengungkap bahwa penerapan nilai-nilai agama dalam mengelola keuangan terbukti mampu mengurangi kebiasaan belanja berlebihan. Kedalaman spiritual seseorang ternyata tidak hanya mempengaruhi ibadahnya, tetapi juga menjadi pengawas dalam setiap keputusan keuangan. Oleh karena itu, gabungan antara literasi keuangan syariah dan religiusitas dapat menciptakan kebiasaan belanja yang lebih terkontrol dan sesuai dengan ajaran Islam. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil studi (Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, 2022) yang membuktikan pengaruh positif literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap pengendalian perilaku konsumtif, sekaligus memperkuat penelitian Siregar et al. (2023) tentang peran protektif kedua variabel tersebut terhadap dorongan konsumtif di era digital ini.

4.4. Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif

Literasi keuangan syariah menggambarkan kompetensi seseorang dalam mengatur keuangan berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Mahasiswa yang memiliki pemahaman mendalam tentang keuangan syariah umumnya menunjukkan kemampuan lebih baik dalam mengatur pengeluaran dan menahan diri dari kebiasaan belanja berlebihan. Oleh sebab itu, penting untuk mengkaji secara khusus kontribusi variabel ini dalam mempengaruhi kecenderungan konsumtif.

Tabel 3. Hasil Uji T(Parsial) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.129	2.871		9.799	.000
	LNX1	-.255	.104	-.261	-2.463	.017
	X2	-.567	.124	-.487	-4.591	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil uji parsial, ditemukan bahwa variabel literasi keuangan syariah (LNX1) memiliki nilai t hitung -2,463. Nilai absolut ini lebih besar dibandingkan t tabel (2,000) dengan tingkat signifikansi 0,017 ($p < 0,05$). Hal ini membuktikan bahwa literasi keuangan syariah secara individual berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Mataram. Koefisien regresi literasi keuangan syariah negatif(-) berarti semakin tinggi tingkat literasi keuangan Syariah cenderung mengurangi sifat perilaku konsumtif mahasiswa FEB. Tingginya literasi keuangan syariah diindikasikan oleh kemampuan mereka dalam Menyusun anggaran sesuai prinsip syariah, menghindari praktik ribawi, serta memahami instrumen investasi halal. Rendahnya tingkat konsumtif diindikasikan oleh kemampuan mereka dalam mengendalikan keinginan belanja dan hanya mengalokasikan pengeluaran untuk kebutuhan penting sesuai skala prioritas. Hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya. Anggraini & Syarif (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berkontribusi sebesar 26,9% terhadap pengurangan perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah di IAIN Kerinci. Sabastio (2024) juga menegaskan bahwa literasi keuangan Syariah khususnya pemahaman tentang riba dan kepatuhan Syariah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumsi yang lebih rasional. Temuan serupa dilaporkan oleh Anita et al. (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi cenderung memiliki kemampuan mengelola keuangan, memprioritaskan tabungan, dan menghindari konsumsi berlebihan.

Namun demikian, beberapa penelitian seperti Nurzianti (2022) justru menemukan korelasi negatif antara literasi keuangan syariah dengan perilaku konsumtif, sementara Putri Ayu Lestari & Khairunnisa (2024) serta Sugeng Riyanto, Asah Wiari (2024) menemukan hubungan yang tidak signifikan. Variasi temuan ini menunjukkan kompleksitas faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, di mana konteks sosial dan karakter individu memegang peranan penting.

4.5. Pengaruh Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif

Tingkat religiusitas mencerminkan seberapa dalam seseorang menerapkan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas konsumsi. Mahasiswa dengan religiusitas tinggi cenderung lebih selektif dalam berbelanja dengan senantiasa mempertimbangkan aspek kehalalan dan keberkahan suatu produk. Untuk mengukur sejauh mana pengaruh religiusitas terhadap kecenderungan konsumtif, dilakukan analisis pengaruh parsial terhadap variabel ini.

**Tabel 4. Hasil Uji T(Parsial)
Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.129	2.871		9.799	.000
	LNX1	-.255	.104	-.261	-2.463	.017
	X2	-.567	.124	-.487	-4.591	.000

a. Dependent Variable: Y

Analisis terhadap variabel religiusitas (X2) menunjukkan hasil yang signifikan dalam memengaruhi perilaku konsumtif. Diperoleh nilai t hitung sebesar -4,591 yang secara absolut jauh melampaui nilai t tabel (2,000) dengan tingkat signifikansi sangat kecil ($p = 0,000 < 0,05$). Temuan ini mengkonfirmasi bahwa religiusitas secara parsial memiliki pengaruh berarti terhadap pengendalian perilaku konsumtif. Koefisien regresi religiusitas negatif (-) berarti semakin tinggi tingkat religiusitas berpengaruh terhadap menurunnya tingkat konsumtif mahasiswa FEB. tingkat religiusitas yang tinggi ditunjukkan melalui sikap qana'ah (merasa cukup), menghindari riya' serta konsumsi sebagai bentuk ibadah dan rasa syukur. Mereka juga cenderung mempertimbangkan kehalalan dan keberkahan dalam konsumsi serta menghindari pemborosan. Rendahnya tingkat konsumtif diindikasikan oleh mereka yang dapat mengendalikan dorongan konsumsi karena nilai-nilai keagamaan yang tertanam kuat dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi sebelumnya. Anggraini & Syarif (2024) menemukan bahwa literasi keuangan berkontribusi sebesar 26,9% terhadap pengurangan perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah di IAIN Kerinci. Sabastio (2024) juga menegaskan bahwa literasi keuangan Syariah khususnya pemahaman tentang riba dan kepatuhan Syariah berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumsi yang lebih rasional. Temuan serupa oleh Anita et al. (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa dengan literasi tinggi cenderung memiliki kemampuan mengelola keuangan, memprioritaskan tabungan, dan menghindari konsumsi berlebihan. Di sisi lain, hasil studi Abdullah et al. (2003); Rusniati (2022), menemukan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang sesuai dengan nilai islam, termasuk konsumsi produk-produk seperti pakaian Muslimah. Hal ini menegaskan bahwa religiusitas mendorong konsumsi yang moderat dan sesuai dengan batasan syariah, yang pada akhirnya berdampak pada potensi peningkatan tabungan dan pengendalian konsumsi. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, diperoleh persamaan regresi:

$$Y = 28,129 - 0,255(LNX1) - 0,567(X2)$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa pengaruh signifikan literasi keuangan syariah dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Koefisien negatif pada kedua variabel (-0.255 untuk literasi keuangan syariah dan -0.567 untuk religiusitas) menunjukkan hubungan negatif yang konsisten, di mana peningkatan pemahaman keuangan syariah dan tingkat religiusitas akan mengurangi kecenderungan konsumtif. Temuan ini mendukung teori bahwa literasi keuangan syariah membantu individu mengelola konsumsi secara bijak, sementara religiusitas memperkuat kontrol moral seperti sikap qana'ah dan penghindaran israf. Nilai konstanta yang relatif tinggi (28.129) sekaligus menunjukkan adanya faktor lain di luar model yang mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti pengaruh lingkungan

sosial atau gaya hidup. Transformasi logaritmik pada variabel literasi keuangan syariah (LNx_i) mengisyaratkan adanya efek diminishing returns, di mana manfaat tambahan dari peningkatan literasi akan berkurang setelah mencapai tingkat tertentu. Secara praktis, hasil ini mendukung pentingnya pendekatan integratif dalam pendidikan keuangan yang tidak hanya fokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga pada penguatan karakter dan nilai-nilai religius untuk membentuk perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab di kalangan mahasiswa.

4.6. Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam

Secara umum, perilaku konsumtif yang ditunjukkan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram masih belum sepenuhnya mencerminkan prinsip konsumsi dalam Islam. Meskipun sebagian besar mahasiswa telah memperoleh pengetahuan dasar tentang keuangan syariah dan ajaran agama Islam melalui mata kuliah terkait, namun dalam praktik konsumsi sehari-hari, terdapat kecenderungan untuk bertindak di luar prinsip kehati-hatian dan efisiensi yang dianjurkan oleh Islam. Hasil dari penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa keputusan konsumsi mahasiswa lebih banyak dipengaruhi oleh faktor emosional dan keinginan sesaat ketimbang kebutuhan yang bersifat prioritas. Banyak mahasiswa menyatakan bahwa mereka kerap melakukan pembelian karena alasan seperti mengikuti tren, adanya promo, atau dorongan dari media sosial, tanpa mempertimbangkan nilai guna jangka panjang atau urgensi dari produk yang dibeli. Perilaku semacam ini menunjukkan adanya gejala konsumsi impulsif, yang dalam Islam dikategorikan sebagai bentuk israf (berlebihan) dan mubazir (pemborosan).

Dalam QS. Al-A'raf ayat 31, Allah SWT berfirman: *"Makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan."* Ayat ini menegaskan bahwa Allah memberikan kebebasan dalam menikmati rezeki, namun harus disertai dengan pengendalian diri. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif yang tidak dikontrol akan berdampak pada ketidakseimbangan keuangan pribadi, bahkan dapat memicu perilaku berutang atau ketergantungan terhadap pinjaman online. Sebagaimana dijelaskan dalam ekonomi Islam, konsumsi yang ideal bukan hanya soal memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga mempertimbangkan aspek spiritual dan sosial. Tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah untuk mencapai maslahat, bukan semata-mata kepuasan individual. Konsumsi yang membawa manfaat, dilakukan secara halal, dan tidak mengganggu keseimbangan hidup dianggap sebagai bentuk konsumsi yang sah dalam pandangan Islam.

Berdasarkan analisis tersebut, perilaku konsumtif mahasiswa FEB Universitas Mataram menunjukkan adanya kebutuhan untuk penanaman nilai-nilai ekonomi Islam yang lebih dalam dan menyentuh praktik keseharian. Artinya, pembelajaran literasi keuangan syariah dan pendidikan religius bukan hanya menjadi materi akademik, tetapi juga harus diterapkan dalam gaya hidup mahasiswa. Penguatan akhlak konsumsi, pelatihan pengelolaan keuangan Islami, serta integrasi pendidikan karakter berbasis Islam dapat menjadi solusi dalam menekan perilaku konsumtif mahasiswa di era digital saat ini.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menyimpulkan bahwa literasi keuangan syariah dan religiusitas berperan efektif sebagai pengendali kecenderungan konsumsi berlebihan. Data penelitian mengungkap fenomena menarik dimana mahasiswa FEB Universitas Mataram, meski telah mendapatkan pembekalan teori ekonomi Islam diperkuliahan, dalam realitanya masih menunjukkan pola konsumsi yang banyak dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal. Tren terkini, bujukan promosi, dan pengaruh kuat media sosial masih menjadi determinan utama yang membentuk kebiasaan belanja mereka. Hasil ini sekaligus memperkuat landasan teoritis dalam ekonomi islam, seperti larangan riba (QS. Al-Baqarah:275),

seruan untuk hidup seimbang (QS. Al-Furqan:67), serta anjuran bersikap qana'ah (QS. An-Nisa:32 dan Hadist Imam Muslim) terbukti relevan sebagai pengendali dalam mengatur perilaku konsumsi.

REFERENSI

- Abdullah, N., Shabri, M., & Majid, A. (2003). THE INFLUENCE OF RELIGIOSITY, INCOME AND CONSUMPTION ON SAVING BEHAVIOUR: The Case of International Islamic University Malaysia (Iium). In *Journal of Islamic Economics* (Vol. 4, Issue 1).
- Aina, Q., & Abdul Chalid, D. (2023). The Role of Financial Literacy and Religiosity in The BNPL Misuse: The Case of Indonesia Generations Y and Z. *Islamic Economic IECONS*, 1(1), 1-16. <http://iiecons.usim.edu.my>
- Al-Qurán dan Terjemahan, Kementerian Agama RI (2019), Pustaka Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qurán, Jakarta.
- Anggraini, S., & Syarif, D. (2024). THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND RELIGIOSITY ON THE CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF SHARIA ECONOMICS STUDENTS OF KERINCI STATE ISLAMIC INSTITUTE 1. In *AICOS: Asian Journal Of Islamic Economic Studies* (Vol. 01).
- Anita, A., Khusaini, K., & Lestari, S. (2023). Gaya Hidup Siswa Lebih Menentukan Kemampuan Pengelolaan Keuangan Syariah Dibandingkan dengan Literasi Keuangan Syariah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2240-2257. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.2324>
- Ekbisntb.com. (2024). *Perilaku Konsumtif dan Kurangnya Edukasi Sebabkan Pinjol Menjamur di NTB*. EkbisNTB.Com. https://ekbisntb.com/28/10/2024/perilaku-konsumtif-dan-kurangnya-edukasi-sebabkan-pinjol-menjamur-di-ntb/#google_vignette
- Fatmawatie, N. (2022). E COMMERCE DAN PERILAKU KONSUMTIF. In *Naning Fatmawatie*.
- Gultom, B. T., & Silalahi, D. R. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa SMK Teladan Tanah Jawa. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 4(03), 984-990. <https://doi.org/10.47709/educendikia.v4i03.4859>
- Hafiza, N., Shoffah, S. N. A., & Saptini, N. (2024). E-Commerce Memicu Maraknya Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Universitas Mataram. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 26(1), 24. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v26i1.8939>
- Ibn Hajar al-`Asqalan. (1997). *Bulugh Al-Maram min Adillat Al-Ahkam* (p. 551 of 576). Dar Al-Manarah.
- Kompas.com. (2024). *Survei BI: Pengeluaran Masyarakat untuk Bayar Cicilan Utang Meningkat*. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2024/06/10/211200726/survei-bi--pengeluaran-masyarakat-untuk-bayar-cicilan-utang-meningkat>
- LombokFokus. (2023). *Menilik Kondisi Perekonomian NTB, Wilayah dengan Kredit Macet Tertinggi di Indonesia*. LOMBOK FOKUS. <https://lombokfokus.com/menilik-kondisi-perekonomian-ntb-wilayah-dengan-kredit-macet-tertinggi-di-indonesia/>
- Novitasari, N., Suryanti, N. M. N., & Masyhuri, M. (2023). Media Sosial Instagram dan Budaya Konsumtif Remaja di SMAN 7 Mataram. *SOCED SASAMBO: Journal of Social Education Sasambo*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.29303/socedsasambo.v1i1.5076>
- Nur, I., Lucky, A. ;, Fitri, E., & Roihan, M. (2024). Pengaruh E-Payment, Literasi Keuangan Syariah dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 8, Issue 2).
- Nurzianti, R. (2022). *Gorontalo Development Review Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon The Effect of Islamic Financial Literacy on Consumptive Behavior of Students of Islamic Economics Study Progr.*

- OJK. (2024). *Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan (SNLIK) 2024*. OJK. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/publikasi/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Kuangan-%28SNLIK%29-2024.aspx>
- Putri Ayu Lestari, & Khairunnisa. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Penggunaan Shopee Paylater dan Lifestyle Terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus pada Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah UMSU. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.2210>
- Rafidah, Rabiyyatul Alawiyah, M. (2022). *JURNAL ECONOMINA PENGARUH LITERASI KEUANGAN SYARIAH, RELIGIUSITAS DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA*.
- Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh Hedonisme dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies*, 4(1), 39. <https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198>
- Ratumbuisang, K. F., Pd, S., Pd, M., Yosua, F., & Ratumbuisang, S. P. D. (2024). *BUKU AJAR METODOLOGI PENELITIAN*.
- Rusniati. (2022). *PENGARUH RELIGIUSITAS, LINGKUNGAN DAN POLA KONSUMSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BUSANA MUSLIMAH MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN DATOKARAMA PALU SKRIPSI*.
- Sabastio, A. A. (2024). The Effect of Student Sharia Financial Literacy on Student Financial Behavior (Case Study of Islamic Economics Students. In *Jurnal Ilmu Manajemen dan Ekonomika* (Vol. 16, Issue 2).
- Sáhih Al-Bukhari, Al-Bukhari (1997), Maktaba Dar-us-Salam, Riyadh.
- Sáhih Muslim, Al-Imam Muslim (2007), Maktaba Dar-us-Salam, Riyadh.
- Siagian, I., Hutasuhut, S., Larasati Sinaga, D., Ulinda Tinambunan, F., Lylia Saragi, S., Sitio, V., & Valentina Banjar, Y. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Nilai Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi 2022. *Journal on Education*, 7(1), 8534–8541. <https://doi.org/10.31004/joe.v7i1.7692>
- Siregar, R. M., Susanti, N., & Aslami, N. (2023). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Berbelanja di E-Commerce Shopee pada Masa Pandemi Dalam Perspektif Gender: *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 2(1), 115–128. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v2i1.48>
- Sugeng Riyanto, Asah Wiari, S. N. C. (2024). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF WARGA DESA PANGGUNGROYOM KECAMATAN WEDARIJAKSA KABUPATEN PATI*.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. In *Alvabeta*. CV. https://www.academia.edu/118903676/Metode_Penelitian_Kuantitatif_Kualitatif_dan_R_and_D_Pr_of_Sugiono
- Yahya, A. (2021). Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 23(1), 37. <https://doi.org/10.33370/jpw.v23i1.506>
- Yunus, M. (2024). *Pengaruh Religiusitas dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Hukum Ekonomi Syariah STAI Jamiatut Tarbiyah Lhoksukon*.