

## **Pengaruh Literasi Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Pengelolaan Keuangan di IAI Persis Garut**

**Sipa Solihatunisa<sup>1</sup>, Irfan Kasyaf Noerfiqhy<sup>2</sup>**

(Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAI Persis Garut)

Email:

<sup>1</sup>[Solihatunisasipa@gmail.com](mailto:Solihatunisasipa@gmail.com)

<sup>2</sup>[Irfankasyafnoerfiqhy@iaipersisgarut.ac.id](mailto:Irfankasyafnoerfiqhy@iaipersisgarut.ac.id)

---

Received: 2026-05-21; Accepted: 2026-06-10; Published: 2026-06-12

---

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pengelolaan keuangan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Persatuan Islam (IAI Persis) Garut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 66 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS versi 27 melalui uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, korelasi, dan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,295 dengan tingkat signifikansi 0,016. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan koefisien regresi sebesar -0,280 dengan nilai signifikansi 0,016 ( $<0,05$ ), yang mengindikasikan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Koefisien determinasi sebesar 8,7% menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa dapat dijelaskan oleh literasi ekonomi Islam, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menegaskan bahwa peningkatan literasi ekonomi Islam berperan dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih rasional, bertanggung jawab, dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

**Kata Kunci:** *literasi ekonomi islam; perilaku konsumtif; pengelolaan keuangan; mahasiswa; ekonomi syariah.*

---

### **Abstract**

This study aims to analyze the effect of understanding Islamic banking products and profit-sharing systems on the intention to become customers of Islamic banks among Islamic university students in Garut Regency. The relatively low market share of Islamic banking in Indonesia indicates that public literacy and understanding of Islamic banking products and operational mechanisms still need improvement. As educated Muslim communities, university students are expected to possess better knowledge of Islamic banking principles and potentially become future This study aims to analyze the effect of Islamic economic literacy on

students' consumptive behavior in financial management among students of the Islamic Economics Study Program at the Islamic Institute of Persatuan Islam (IAI Persis) Garut. The study employed a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 66 respondents selected using purposive sampling techniques. Data analysis was conducted using IBM SPSS version 27 through validity, reliability, classical assumption, correlation, and simple linear regression tests. The findings reveal that Islamic economic literacy has a significant relationship with students' consumptive behavior, as indicated by a correlation coefficient of 0.295 with a significance value of 0.016. Furthermore, the simple linear regression analysis shows a regression coefficient of -0.280 with a significance value of 0.016 ( $<0.05$ ), indicating that Islamic economic literacy has a negative and significant effect on consumptive behavior. The coefficient of determination of 8.7% suggests that students' consumptive behavior can be explained by Islamic economic literacy, while the remaining 91.3% is influenced by other factors beyond the research model. These findings confirm that improving Islamic economic literacy contributes to the development of more rational, responsible, and sharia-compliant consumption behavior among university students.

**Keywords:** *islamic economic literacy; consumptive behavior; financial management; students; islamic economics.*

---

Copyright © 2026 : Ar rusafa : Journal of Islamic Economics and Business

## **LATAR BELAKANG MASALAH**

Perkembangan teknologi digital, media sosial, dan perdagangan elektronik telah mengubah pola konsumsi masyarakat, termasuk kalangan mahasiswa. Kemudahan akses terhadap berbagai produk dan layanan melalui platform digital mendorong peningkatan aktivitas konsumsi yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan, tren, dan gaya hidup. Fenomena tersebut berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif yang ditandai dengan pembelian barang atau jasa secara berlebihan tanpa mempertimbangkan aspek manfaat dan prioritas kebutuhan (Kotler & Armstrong, 2018).

Mahasiswa merupakan kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif karena berada pada fase transisi menuju kemandirian ekonomi dan memiliki intensitas interaksi sosial yang tinggi. Lingkungan pergaulan, perkembangan tren fesyen, kemudahan transaksi digital, serta pengaruh media sosial sering kali mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi yang berorientasi pada kepuasan sesaat dan simbol status sosial. Kondisi tersebut dapat berdampak pada rendahnya kemampuan pengelolaan keuangan pribadi, meningkatnya perilaku pemborosan, serta ketidakmampuan dalam menetapkan skala prioritas keuangan (Lusardi & Mitchell, 2014).

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas konsumsi tidak semata-mata bertujuan untuk memenuhi kepuasan individu, tetapi juga harus mempertimbangkan prinsip kemaslahatan, keseimbangan, dan tanggung jawab sosial. Islam melarang perilaku israf (berlebihan) dan tabdzir (pemborosan), serta mendorong sikap qana'ah, moderasi, dan pemanfaatan harta secara produktif (Mannan, 1997). Oleh karena itu, literasi ekonomi Islam menjadi salah satu instrumen penting dalam membentuk perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai syariah. Literasi ekonomi Islam tidak hanya mencakup pemahaman terhadap konsep ekonomi Islam, tetapi juga kemampuan individu dalam menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi sehari-hari, termasuk dalam pengelolaan keuangan dan keputusan konsumsi (Antara et al., 2016).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi dan pengelolaan keuangan individu. Penelitian yang dilakukan oleh Yushita (2017) menemukan bahwa individu yang memiliki tingkat literasi keuangan yang baik cenderung lebih mampu mengendalikan perilaku konsumtif dan mengambil keputusan keuangan secara rasional. Sementara itu, penelitian oleh Hidayat dan Hakim (2021) menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam berkontribusi dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih bertanggung jawab dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada literasi keuangan konvensional sebagai faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif. Kajian yang secara khusus menelaah pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa masih relatif terbatas, terutama pada lingkungan perguruan tinggi Islam. Selain itu, hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam mengenai kekuatan hubungan antara tingkat literasi dan perilaku konsumsi, sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperkaya bukti empiris dalam konteks ekonomi syariah.

Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Persatuan Islam (IAI Persis) Garut merupakan lingkungan akademik yang secara formal membekali mahasiswa dengan berbagai mata kuliah ekonomi Islam. Namun demikian, berdasarkan fenomena yang ditemukan di lapangan, masih terdapat mahasiswa yang menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif dalam pengelolaan keuangan,

seperti pembelian produk berdasarkan tren, gaya hidup, dan pengaruh lingkungan sosial. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana literasi ekonomi Islam yang dimiliki mahasiswa mampu memengaruhi perilaku konsumsi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pengelolaan keuangan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian ekonomi syariah, khususnya terkait perilaku konsumsi, serta menjadi masukan bagi perguruan tinggi dalam meningkatkan efektivitas pendidikan literasi ekonomi Islam bagi mahasiswa.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka dapat dirumuskan masalah dan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan?
2. Apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan?

## **LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Landasan Teori**

#### **1. Literasi Ekonomi Islam**

Literasi ekonomi Islam merupakan kemampuan individu untuk memahami, mengevaluasi, dan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Literasi ekonomi Islam tidak hanya mencakup pengetahuan mengenai konsep ekonomi syariah, tetapi juga mencakup kemampuan mengambil keputusan ekonomi berdasarkan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis (Antara et al., 2016). Pemahaman tersebut meliputi aspek konsumsi, produksi, distribusi, pengelolaan keuangan, investasi, serta pemanfaatan harta sesuai dengan prinsip halal dan thayyib.

Dalam perspektif ekonomi Islam, aktivitas ekonomi harus berorientasi pada pencapaian *falah* (kesejahteraan dunia dan akhirat) melalui penerapan prinsip keadilan, keseimbangan, tanggung jawab, dan kemaslahatan (Chapra, 2000). Oleh karena itu, individu yang memiliki tingkat literasi ekonomi Islam yang baik diharapkan mampu mengelola sumber daya keuangan secara bijaksana dan menghindari perilaku ekonomi yang bertentangan dengan syariat, seperti *israf* (berlebihan), *tabdzir* (pemborosan), dan *gharar* (ketidakjelasan transaksi).

Menurut Antara et al. (2016), indikator literasi ekonomi Islam meliputi pengetahuan tentang konsep ekonomi Islam, pemahaman terhadap prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonomi, kemampuan mengelola keuangan sesuai syariat, serta kesadaran untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam keputusan ekonomi. Dengan demikian, literasi ekonomi Islam berfungsi sebagai landasan kognitif yang memengaruhi sikap dan perilaku ekonomi seseorang.

## **2. Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk melakukan konsumsi secara berlebihan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan lebih dipengaruhi oleh keinginan, gengsi, simbol status, maupun dorongan emosional (Sumartono, 2002). Perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian barang atau jasa yang melebihi kebutuhan aktual serta rendahnya pertimbangan terhadap manfaat jangka panjang dari konsumsi tersebut.

Menurut Fromm (2008), perilaku konsumtif muncul ketika individu menjadikan aktivitas konsumsi sebagai sarana memperoleh kepuasan psikologis dan pengakuan sosial. Dalam kondisi ini, konsumsi tidak lagi berfungsi sebagai upaya pemenuhan kebutuhan, tetapi berubah menjadi alat untuk menunjukkan identitas diri dan meningkatkan citra sosial. Fenomena tersebut semakin berkembang seiring meningkatnya pengaruh media sosial, perkembangan teknologi informasi, dan kemudahan akses terhadap berbagai produk konsumsi.

Sumartono (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat diidentifikasi melalui beberapa indikator, yaitu membeli produk karena hadiah atau promosi, membeli produk karena kemasan menarik, membeli demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli berdasarkan harga bukan manfaat, membeli untuk mempertahankan

status sosial, mengikuti tren yang diiklankan, meningkatkan rasa percaya diri melalui produk mahal, serta membeli berbagai produk sejenis meskipun tidak diperlukan.

Dalam perspektif Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan bertentangan dengan prinsip moderasi (*wasathiyah*) dan larangan terhadap israf sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-A'raf ayat 31. Oleh karena itu, Islam mengajarkan pola konsumsi yang berorientasi pada kebutuhan, kemanfaatan, dan keberkahan.

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang Khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Dalam satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada *khalifah* adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (khusus). Islam mengajarkan kepada *khalifah* untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan keridhaan dari Allah Sang Pencipta.

## 1. Sumber yang berasal dari Al-Qurán dan Sunna Rasul

- 1) Sumber dalam Al-Qurán yang Artinya: *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih- lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih- lebihan.”* (QS. Al A'raf : 31)<sup>20</sup>
- 2) Sumber dari Sunna Rasulullah SAW; Abu Said Al-Chodry r.a berkata: Ketika kami dalam bepergian bersama Nabi SAW, mendadak datang seseorang berkendara, sambil menoleh ke kanan-ke kiri seolah-olah mengharapkan bantuan makanan, maka bersabda Nabi SAW: “siapa yang mempunyai kelebihan kendaraan harus dibantukan pada yang tidak mempunyai kendaraan. Dan siapa yang mempunyai kelebihan bekal harus dibantukan pada orang yang tidak berbekal.” kemudian Rasulullah menyebut berbagai macam jenis kekayaan hingga kita merasa seseorang tidak berhak memiliki sesuatu yang lebih dari kebutuhan hajatnya. (H.R. Muslim).

## 2. Ijtihad para Ahli Fiqh

Ijtihad yaitu meneruskan setiap usaha untuk menentukan sedikit banyaknya kemungkinan suatu persoalan syari'at. Mannan menentukan bahwa sumber hukum ekonomi Islam (termasuk di dalamnya terdapat dasar hukum tentang perilaku konsumen) yaitu; al-Qur'an, as-Sunnah, ijma', serta qiyas dan ijtihad. Menurut

Mannan, yang ditulis oleh Muhammad dalam bukunya “Ekonomi Mikro Islam” konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan / penawaran.

Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan insentif pokok bagi kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya, tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya.

### **3. Hubungan Literasi Ekonomi Islam dan Perilaku Konsumtif**

Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) menjelaskan bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan niat yang dimiliki sebelum melakukan suatu tindakan. Dalam konteks ekonomi syariah, literasi ekonomi Islam dapat dipandang sebagai bentuk pengetahuan yang memengaruhi sikap individu terhadap aktivitas konsumsi. Semakin baik tingkat pemahaman seseorang terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam, maka semakin besar kemungkinannya untuk mengendalikan perilaku konsumsi dan menghindari pemborosan.

Literasi ekonomi Islam memberikan pemahaman mengenai pentingnya keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan, pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab, serta larangan melakukan konsumsi berlebihan. Individu yang memahami konsep qana'ah, masalah, dan efisiensi dalam Islam cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan konsumsi dibandingkan individu yang memiliki tingkat literasi ekonomi Islam yang rendah.

Penelitian Yushita (2017) menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap kemampuan individu dalam mengelola keuangan dan mengendalikan perilaku konsumsi. Hidayat dan Hakim (2021) juga menemukan bahwa pemahaman ekonomi Islam berkontribusi terhadap pembentukan perilaku ekonomi yang lebih rasional dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Temuan tersebut menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpotensi menjadi faktor yang dapat menekan perilaku konsumtif mahasiswa.

### **4. Manajemen Keuangan**

Manajemen dalam artian luas mencakup manajemen diri. Manajemen diri dilakukan oleh manusia, karena terdiri atas dua macam kerangka dasar yang saling berhubungan yakni jasmani dan rohani.

Pengelolaan keuangan pribadi juga menurut adanya pola hidup yang memiliki prioritas. Kekuatan dari prioritas berpengaruh juga pada tingkat kedisiplinan

seseorang ketika mengelola uangnya. Kedisiplinan yang merupakan kesadaran diri untuk mematuhi aturan serta kemampuan diri untuk menyesuaikan dirinya dengan perubahan. Pengetahuan dan pemahaman tentang keuangan pribadi dibutuhkan individu agar dapat membuat keputusan yang benar dalam mengelola keuangan, sehingga setiap orang dapat secara optimal menggunakan uangnya dengan baik.

Adapun beberapa karakteristik pengelolaan keuangan secara pribadi maupun pengelolaan keuangan keluarga yaitu:

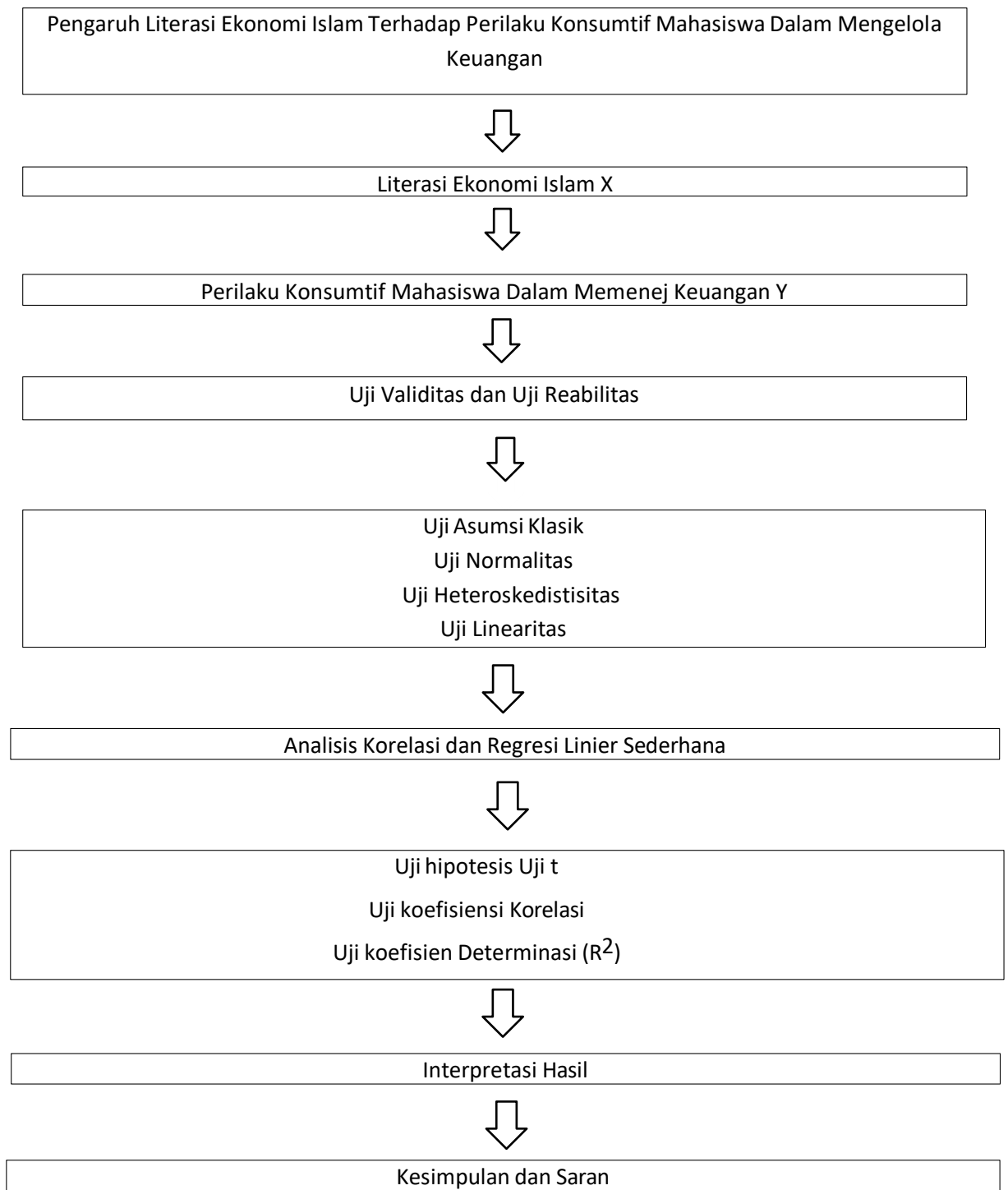
1. Konsumsi, Dalam Islam konsumsi mempunyai arti penting mengenai mencari rezeki yang didapatkan secara halal dan tidak dilarang secara hukum. Perilaku konsumsi untuk memenuhi kebutuhan manusia baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba dan khalifah Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat
2. Tabungan, dalam ekonomi Islam merupakan motivasi semua orang, dan dinilai moral hidup sederhana (hidup hemat) dan tidak fakir lain halnya dengan ekonomi konvensional tabungan hanya dianggap sebagai motif jaga-jaga dan bahkan sering dianggap sebagai spekulasi semata.

Sedekah, merupakan pemberian sesuatu yang sifatnya materi dalam kepada orang-orang miskin akan tetapi lebih dari itu sedekah mencakup semua perbuatan kebaikan fisik maupun non fisik. Sedekah dalam arti lain yaitu pemberian sesuatu dari seorang muslim kepada yang berhak menerimanya secara ikhlas dan sukarela tanpa dibatasi oleh waktu dan jumlah tertentu dengan mengharap ridha dari Allah Swt.

### **Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini didasarkan pada asumsi bahwa literasi ekonomi Islam merupakan faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki tingkat literasi ekonomi Islam yang tinggi akan lebih memahami prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam, sehingga cenderung mampu mengendalikan perilaku konsumtif dan mengelola keuangan secara lebih bijaksana.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti tentang pengaruh literasi ekonomi Islam (X) pada perilaku konsumtif mahasiswa (Y)



Keterangan:

X = Literasi Ekonomi Islam

Y = Perilaku Konsumtif Mahasiswa

### **Pengembangan Hipotesis**

Berdasarkan landasan teori, kerangka pemikiran, dan hasil penelitian terdahulu, literasi ekonomi Islam dipandang sebagai faktor yang mampu membentuk perilaku

konsumsi individu sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Semakin tinggi tingkat pemahaman mahasiswa terhadap konsep ekonomi Islam, maka semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan konsumsi yang berlebihan dan tidak rasional.

Dengan demikian, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0 : r = 0$ ; Artinya tidak terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan.  
 $H_1 : r \neq 0$ ; Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan.
2.  $H_0 : \beta \neq 0$ ; Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan.  
 $H_1 : \beta = 0$ ; Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam memenej keuangan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pengelolaan keuangan. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian bertujuan menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel berdasarkan data numerik yang diperoleh dari responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Persatuan Islam (IAI Persis) Garut. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa aktif Program Studi Ekonomi Syariah angkatan 2021–2022. Berdasarkan kriteria tersebut diperoleh sebanyak 66 responden yang dijadikan sampel penelitian. Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan dokumen lain yang relevan dengan topik penelitian. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju). Variabel literasi ekonomi Islam diukur melalui indikator pemahaman prinsip-prinsip ekonomi Islam, pengelolaan keuangan syariah, serta penerapan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari. Adapun variabel perilaku konsumtif diukur melalui indikator kecenderungan

pembelian berlebihan, pembelian berdasarkan keinginan, pengaruh tren, dan orientasi status sosial.

Sebelum dilakukan analisis, instrumen penelitian diuji melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan kualitas data yang diperoleh. Selanjutnya dilakukan pengujian asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, heteroskedastisitas, dan linearitas. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics versi 27.

Untuk menjawab tujuan penelitian, digunakan analisis korelasi Pearson Product Moment guna mengetahui hubungan antara variabel literasi ekonomi Islam dan perilaku konsumtif mahasiswa. Selanjutnya, pengujian pengaruh dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X + e$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif Mahasiswa

$\alpha$  = Konstanta

$\beta$  = Koefisien Regresi

X = Literasi Ekonomi Islam

e = Error Term

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Selain itu, koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi literasi ekonomi Islam dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif mahasiswa.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrumen dalam mengukur variabel penelitian secara tepat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Literasi Ekonomi Islam (X) dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Y) memiliki nilai r-hitung lebih besar dibandingkan r-tabel (0,2423) dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian, seluruh item instrumen dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Variabel Literasi Ekonomi Islam memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,712, sedangkan variabel Perilaku Konsumtif Mahasiswa memperoleh nilai sebesar 0,693.

Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat reliabilitas yang baik sehingga dapat digunakan secara konsisten dalam pengukuran variabel penelitian.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dilakukan analisis regresi, data terlebih dahulu diuji melalui pengujian asumsi klasik. Hasil uji normalitas menunjukkan nilai Zskewness sebesar 0,935 dan Zkurtosis sebesar 0,935, yang berada di bawah batas kritis  $\pm 1,96$ . Hasil tersebut menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal.

Uji heteroskedastisitas menggunakan metode Park menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,213 ( $> 0,05$ ), sehingga model regresi dinyatakan bebas dari gejala heteroskedastisitas. Selanjutnya, hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi linearity sebesar 0,018 ( $< 0,05$ ) dan deviation from linearity sebesar 0,574 ( $> 0,05$ ). Hasil tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antara variabel literasi ekonomi Islam dan perilaku konsumtif mahasiswa bersifat linear sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linear sederhana.

## **3. Analisis Korelasi**

Hasil analisis korelasi Pearson Product Moment menunjukkan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,295 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi Islam dan perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan interpretasi koefisien korelasi, nilai 0,295 termasuk dalam kategori hubungan rendah (weak correlation). Hal ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif mahasiswa, meskipun tingkat hubungannya relatif lemah.

## **4. Analisis Regresi Linear Sederhana**

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai konstanta sebesar 49,194 dan koefisien regresi sebesar -0,280 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016. Berdasarkan hasil tersebut, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 49,194 - 0,280X$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan literasi ekonomi Islam akan menurunkan perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 0,280 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap konstan. Nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,087 menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam mampu menjelaskan 8,7% variasi perilaku konsumtif mahasiswa. Adapun sisanya sebesar 91,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, pengaruh media sosial, tingkat pendapatan, maupun karakteristik psikologis individu.

## **B. Pembahasan**

### **1. Hubungan Literasi Ekonomi Islam dan Perilaku Konsumtif**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara literasi ekonomi Islam dan perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pemahaman mahasiswa terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam berkaitan dengan bagaimana mereka mengelola perilaku konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa yang memiliki pemahaman lebih baik mengenai konsep konsumsi Islami cenderung lebih mampu mempertimbangkan aspek kebutuhan, manfaat, dan kemaslahatan sebelum melakukan konsumsi.

Meskipun hubungan yang ditemukan tergolong rendah, hasil ini menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam tetap memiliki peran dalam membentuk perilaku ekonomi mahasiswa. Temuan tersebut menguatkan pandangan bahwa aspek pengetahuan merupakan salah satu faktor penting dalam membentuk perilaku individu, meskipun bukan satu-satunya faktor yang menentukan keputusan konsumsi.

### **2. Pengaruh Literasi Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumtif**

Hasil regresi menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya, semakin tinggi tingkat literasi ekonomi Islam yang dimiliki mahasiswa, semakin rendah kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku konsumtif.

Temuan ini menunjukkan bahwa pemahaman mengenai larangan israf (berlebihan), tabdzir (pemborosan), serta pentingnya qana'ah dan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dapat menjadi faktor pengendali perilaku konsumsi. Mahasiswa yang memahami nilai-nilai ekonomi Islam cenderung lebih selektif dalam melakukan pembelian, lebih mempertimbangkan prioritas kebutuhan, serta lebih berhati-hati dalam menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki.

### **3. Interpretasi Teoretis**

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991) yang menyatakan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh pengetahuan,

sikap, dan niat sebelum melakukan suatu tindakan. Dalam konteks penelitian ini, literasi ekonomi Islam berperan sebagai sumber pengetahuan yang membentuk sikap mahasiswa terhadap konsumsi.

Selain itu, hasil penelitian juga sejalan dengan teori konsumsi Islam yang menekankan prinsip keseimbangan (*al-i'tidal*), kemaslahatan (*maslahah*), dan moderasi (*wasathiyah*). Menurut Mannan (1997), tujuan konsumsi dalam Islam bukan sekadar mencapai kepuasan individu, tetapi juga menjaga keseimbangan antara kebutuhan material dan nilai spiritual. Oleh karena itu, individu yang memiliki tingkat literasi ekonomi Islam yang lebih tinggi cenderung menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan.

#### **4. Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Yushita (2017) yang menemukan bahwa tingkat literasi keuangan berpengaruh terhadap kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku konsumsi dan mengelola keuangan secara lebih efektif. Penelitian ini juga mendukung temuan Hidayat dan Hakim (2021) yang menunjukkan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam berkontribusi dalam membentuk perilaku ekonomi yang lebih rasional dan bertanggung jawab.

Namun demikian, nilai koefisien determinasi yang relatif kecil menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil ini mengindikasikan perlunya memasukkan variabel lain dalam penelitian selanjutnya, seperti *financial attitude*, *financial behavior*, *self-control*, gaya hidup, pengaruh media sosial, dan lingkungan pergaulan.

#### **5. Implikasi bagi Ekonomi Syariah**

Temuan penelitian ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan pendidikan ekonomi syariah di perguruan tinggi. Peningkatan literasi ekonomi Islam tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan perilaku ekonomi yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Perguruan tinggi dapat memperkuat kurikulum ekonomi Islam melalui pendekatan yang lebih aplikatif, seperti pelatihan pengelolaan keuangan syariah, edukasi konsumsi halal dan berkelanjutan, serta pembiasaan perilaku finansial yang bertanggung jawab. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya memahami konsep ekonomi Islam secara teoritis, tetapi juga mampu mengimplementasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Secara lebih luas, peningkatan literasi ekonomi Islam berpotensi mendukung

terciptanya masyarakat yang lebih rasional dalam konsumsi, memiliki kesadaran finansial yang baik, serta mampu mewujudkan tujuan ekonomi Islam yang berorientasi pada kemaslahatan dan kesejahteraan bersama.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa dalam pengelolaan keuangan pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAI Persis Garut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun tingkat hubungan yang ditemukan tergolong rendah, temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam tetap memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa literasi ekonomi Islam berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep ekonomi Islam, seperti larangan israf, tabdzir, serta pentingnya qana'ah dan pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab, dapat berkontribusi dalam menurunkan kecenderungan perilaku konsumtif. Dengan demikian, literasi ekonomi Islam dapat dipandang sebagai salah satu instrumen penting dalam pembentukan perilaku ekonomi yang lebih rasional dan sesuai dengan nilai-nilai syariah.

Meskipun demikian, kontribusi literasi ekonomi Islam dalam menjelaskan variasi perilaku konsumtif masih relatif terbatas. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh faktor pengetahuan ekonomi Islam, tetapi juga oleh berbagai faktor lain, seperti gaya hidup, lingkungan sosial, media digital, kondisi ekonomi, dan karakteristik psikologis individu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian yang lebih komprehensif dengan memasukkan variabel-variabel lain yang relevan agar mampu memberikan penjelasan yang lebih luas mengenai perilaku konsumtif mahasiswa.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bagi perguruan tinggi, khususnya institusi yang mengembangkan pendidikan ekonomi syariah, untuk

memperkuat program literasi ekonomi Islam melalui pembelajaran, pelatihan, dan pendampingan pengelolaan keuangan syariah. Upaya tersebut diharapkan mampu membentuk generasi muda yang memiliki kesadaran finansial yang baik, berperilaku konsumsi secara moderat, serta mampu menerapkan nilai-nilai ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adesy, Fordeby. *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, (Depok: Rajawali Pers, 2017).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic financial literacy and halal literacy: The way forward in halal ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37, 196–202. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30113-7)
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro Dan Makro*, (Yogyakarta: GRAHA ILMU, 2008).
- Chapra, M. U. (2000). *The future of economics: An Islamic perspective*. Islamic Foundation.
- Chapra, Umer. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Gema Insani Press, Jakarta, 2000.
- Departemen Agama Republik Indonesia, Al Qur'an dan Terjemahannya, CV. Kathoda, Dikiria, Okky. “ *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Ekonomi Universitas Negeri Malang*”, *Jurnal Pendidikan Ekonomi*.
- Ermawati, Erli dan Indryati, “ *Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Prilaku Konsumtif Pada Remaja DI SMPN 1 Piyungan*”, *Jurnal Spirits*, Vol, 2, No. 1, November 2011.
- Fordeby, A. D. E. S. (2017). *Ekonomi dan bisnis Islam: Seri konsep aplikasi ekonomi dan bisnis Islam*. Rajawali Pers.
- Fromm, E. (2008). *To have or to be?* Continuum International Publishing Group.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2009).
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2028).
- Gozali, Muhammad lutfi. *factor – factor yang memengaruhi prilaku mahasiswa dalam mengelola keuangan (Studi pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UIN sunan kalijaga Yogyakarta)*, (Yogyakarta: universitas sunan kalijaga, 2018).
- Hidayat, S., & Hakim, L. (2021). Islamic economic literacy and financial behavior among Muslim youth. *Journal of Islamic Economics Studies*, 5(2), 85–98.
- Huda, Nurul. *Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoretis*, ( Jakarta : KENCANA PREDANA MEDIA GROUP, 2008 ).
- Huda, Nurul. *Memahami Konsumsi secara Islam*, Universitas Yasir, 2009. Jakarta, 2005.
- Kahf, Monzer. *Ekonomi Islam (Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta, 1995.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Lestari, Oktavia Dewi. “*Hubungan Antara Konformasi Dengan Kecenderungan Prilaku Konsumtif*”, dalam jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, volume 05 nomor 1 2018.
- Lestrali, Oktavia Dewi dan Ni Wayan Sukmawati Pustitadewi, “*Hubungan Antara Konformitas Dengan Kecenderungan Prilaku Konsumtif Pada Siswa Sekolah X*”, dalam jurnal Psikologi Industri dan Organisasi, Vol. 05, No 1,2018.
- Liana, Sri. “*Pengelolaan Keuangan Bagi Hasil Mahasiswa Asrama Yang Tinggal Di Sekitar Kampus Universitas Riau Panam Pekanbaru*”, dalam Jurnal JOM FISIP, Vol. 4, No, 2, Oktober 2017.
- Lodeng, Ahsan. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Prilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam*, (Lampung: UIN Raden Intan, 2018).
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). The economic importance of financial literacy: Theory and evidence. *Journal of Economic Literature*, 52(1), 5–44. <https://doi.org/10.1257/jel.52.1.5>
- M.A, Mannan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam (Edisi Terjemah)*. Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta, 1997.
- Machli, Imam. *Metode Penelitian Kuantitatif*, (IYogyakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021).
- Magrifah, *Pengaruh Pengetahuan Keuangan Pribadi Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Mahasiswa Kota Makasar Dengan Love Of Money Sebagai Variable Intervening*, Makasar: UIN Alauddin, 2017).
- Mannan, M. A. (1997). *Teori dan praktik ekonomi Islam*. Dana Bhakti Wakaf.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro (Dalam Perspektif Islam)*. BPFE, Yogyakarta, 2005.
- Muhammad. (2005). *Ekonomi mikro dalam perspektif Islam*. BPFE.
- Pribadi*”, dalam Jurnal nominal, Vol. VI, No. 1, 2017.
- Priyatno, Duwi. *SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum*, Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. (2008). *Ekonomi Islam*. RajaGrafindo Persada.
- Rauf, Mu'min. “*Relevansi Prinsip Ekonomi Islam Dalam Pembinaan Umat Islam Indonesia*”, dalam Jurnal Al-Iqtishad, Vol. III, No. 1, Januari 2011.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari, *Islamic Economics*, ( Jakarta : Bumi Aksara, 2009).
- Sholekah, Aminatus. *Pengaruh pemahaman pola konsumsi islam terhadap prilaku konsumsi mahasiswa IAIN Metro*, (Metro, IAIN Metro, 2017).
- Sudaryono, *Prilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendiaka, 2014).
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Alfabeta.
- Suprayitno, E. (2005). *Ekonomi Islam*. Graha Ilmu.
- Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam (Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional)*, Graha Ilmu, Yogyakarta. 2005.
- Yuniarti, Vinna Sri. *Prilaku Konsumen Teori dan Praktik*, cet. Ke – 1 (Bandung: CV PUSTAKA SETIA, 2025).
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya literasi keuangan bagi pengelolaan keuangan pribadi. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 6(1), 11–26. <https://doi.org/10.21831/nominal.v6i1.14330>
- Yushita, Amanita Novi. *Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelola Pengelola Keuangan Pribadi*”, dalam Jurnal nominal, Vol. VI, No. 1, 2017.