

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

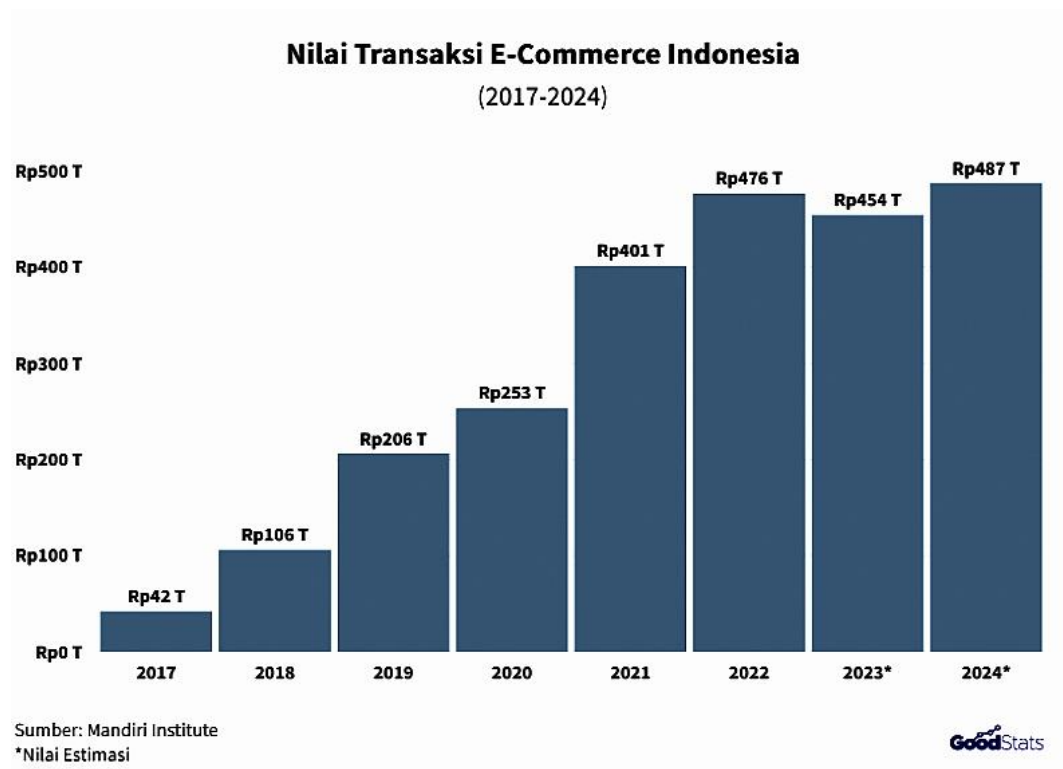
Fenomena perilaku konsumtif menjadi isu krusial yang memerlukan pemahaman mendalam, khususnya di kalangan mahasiswa, seiring dengan pesatnya globalisasi dan kemajuan teknologi digital. Era ini ditandai oleh kemudahan akses terhadap beragam produk dan layanan, yang jika tidak dikelola dengan bijak, dapat memicu pola konsumsi berlebihan. Perilaku konsumtif yang tidak terkontrol berpotensi menimbulkan dampak negatif, baik pada stabilitas finansial individu maupun pada tatanan sosial yang lebih luas. Oleh karena itu, studi mengenai faktor-faktor pendorong perilaku konsumtif menjadi sangat relevan, terutama menargetkan kelompok mahasiswa yang cenderung rentan terhadap tekanan konsumsi modern (Prastiwi, 2020). Kaum muda, termasuk mahasiswa, seringkali menjadi target utama strategi pemasaran yang berfokus pada gaya hidup dan tren, menjadikan mereka lebih rentan terhadap pembelian impulsif dan perilaku konsumtif (Widiyanto et al., 2022).

Transformasi digital telah mengubah lanskap perdagangan secara fundamental, dengan pertumbuhan signifikan pada sektor *e-commerce*. Data dari Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Perdagangan (PDSI Kemendag) menunjukkan peningkatan pengguna *e-commerce* di Indonesia sebesar 69% dalam lima tahun terakhir, dari 38 juta pada tahun 2020 menjadi 65 juta pada tahun 2024, dan diproyeksikan mencapai 99 juta pengguna pada tahun 2029. Nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai Rp 487 triliun pada tahun

2024, mengindikasikan tingginya adopsi dan minat masyarakat terhadap platform belanja daring (*goodstats.id article*, 29 Maret 2025). Dinamika ini menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha untuk berinovasi dalam produk dan strategi pemasaran, sekaligus menyoroti bagaimana kemudahan transaksi *online* memengaruhi keputusan pembelian konsumen, termasuk mahasiswa yang merupakan segmen pasar yang signifikan (Jakpat, 2026).

Gambar 1. 1

Nilai Transaksi E-Commerce Indonesia (2017-2024)



Sumber: Goodstats.id

Kemudahan transaksi didefinisikan sebagai tingkat persepsi individu bahwa penggunaan sistem atau platform tertentu akan bebas dari

upaya atau kesulitan (Davis, 1989). Dalam konteks belanja daring, ini merujuk pada sejauh mana konsumen merasa proses pembelian dan pembayaran barang atau jasa menjadi lebih sederhana, cepat, dan tidak merepotkan (Linamaningsih, 2025).

Misalnya, transaksi dapat dilakukan melalui aplikasi *mobile banking*, dompet digital, atau *platform e-commerce* dengan beberapa *klik*, berbeda dengan transaksi *offline* yang mungkin memerlukan kunjungan fisik ke toko dan pembayaran tunai. Persepsi kemudahan ini secara signifikan memengaruhi niat konsumen untuk bertransaksi melalui internet (Handoyo, 2024), bahkan dapat mendorong perilaku pembelian impulsif karena minimnya hambatan dalam proses *checkout* (Emerald, 2024).

Selain kemudahan transaksi, gaya hidup hedonis juga memainkan peran penting dalam membentuk perilaku konsumtif. Gaya hidup hedonis dapat diartikan sebagai orientasi hidup yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama, seringkali dengan mengorbankan kebutuhan jangka panjang (Sholeh, 2017). Individu dengan gaya hidup ini cenderung memprioritaskan kepuasan instan dan pengalaman sensorik yang tercermin dalam pengeluaran untuk barang-barang mewah, hiburan, atau penampilan diri yang modis (Wulandari & Putri, 2023). Penting untuk dicatat bahwa tidak semua mahasiswa mengadopsi gaya hidup hedonis, namun sebagai kelompok demografi yang aktif secara sosial dan terpapar tren digital, mereka memiliki potensi untuk terpengaruh oleh dorongan konsumsi yang berorientasi pada kesenangan (Hernanda, 2023).

Perilaku konsumtif adalah fenomena di mana individu membeli barang atau jasa bukan berdasarkan kebutuhan fungsional, melainkan untuk tujuan status sosial, prestise, atau mengikuti tren. Di kalangan mahasiswa, perilaku ini seringkali bersifat berlebihan dan impulsif, didorong oleh tekanan sosial eksternal daripada perencanaan rasional internal (Widiyanto et al., 2022).

Kurangnya manajemen diri dalam alokasi keuangan juga menjadi karakteristik perilaku konsumtif di kalangan pelajar, yang mengarah pada pola pengeluaran yang boros (Asni et al., 2021). Lingkungan kampus dan pergaulan sosial dapat memperkuat kecenderungan ini, di mana kepemilikan barang-barang tertentu menjadi simbol status atau bagian dari identitas kelompok, serta keinginan untuk mengikuti tren atau memiliki barang terbaru menjadi pendorong kuat (Zmsadra, n.d.).

Kebutuhan mahasiswa terdiri dari alat tulis kerja, buku paket kuliah, transportasi dari rumah ke kampus dan sebaliknya serta alat penunjang lainnya yang menjadi keperluan masa perkuliahan, apabila diperhatikan, belanja mahasiswa pada masa sekarang ini bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja, namun bertukar menjadi kegiatan mengisi waktu luang. Keputusan untuk melakukan pembelian merupakan bagian dari sebuah kebutuhan dan sebagian lagi merupakan gaya hidup bahkan mengarah pada budaya konsumtif (Wahidah, 2013).

Gaya hidup hedonisme sudah menjadi semangat pada zaman ini. suatu pola hidup yang aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan dan

kenikmatan materi, berkeyakinan akan pentingnya harta dalam hidup dan menjadikan materi sebagai sumber kepuasan dan ketidakpuasan. Orang-orang yang menganut aliran hedonis umumnya memiliki penampilan yang modis, dan sangat memperhatikan penampilan serta boros. Penganut hedonisme berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang karena banyaknya materi yang dibutuhkan sebagai penunjang gaya hidupnya. Gaya hidup hedonis, konsumtif dan fantatifik ini akibat dari pengaruh era globalisasi dan era informasi (Aji, 2019).

Islam merupakan agama yang sempurna memberikan arahan dan petunjuk kepada hambanya dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Begitupun dalam hal ekonomi, Islam mengatur secara kaffah agar hambanya berperilaku sesuai syariah. Berkaitan dengan perilaku konsumen diatas tentunya Islam mengajarkan bagaimana cara berkonsumsi yang baik. Bukan hanya untuk sekedar keinginan akan tetapi dilihat dari kebutuhan dan manfaat dari apa yang akan dikonsumsi. Tujuan utamanya adalah pencapaian maslahat sehingga dapat dikatakan maslahat apabila terdapat pencapaian kepuasan sendiri dan dirasakan oleh masyarakat.

Dalam perspektif Islam, konsumsi diatur secara komprehensif untuk memastikan keseimbangan dan kebermanfaatan. Islam mengajarkan umatnya untuk mengonsumsi secara bijak, tidak berlebihan, dan sesuai dengan kebutuhan, bukan sekedar keinginan. Tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah pencapaian *maslahat*, yaitu kemaslahatan yang dirasakan baik oleh individu maupun masyarakat secara luas. Konsumsi yang berorientasi

maslahat harus mempertimbangkan aspek material, fisik, intelektual, lingkungan, dan keberlanjutan jangka panjang, serta memastikan barang atau jasa yang dikonsumsi adalah halal dan diridai Allah SWT (Mardani, 2011). Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam QS. Al-A'raf (7): 31, yaitu:

﴿يٰۤاٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Departemen Agama RI, Al-Qur'an Dan Terjemahnya).

Berdasarkan uraian di atas, terdapat permasalahan menarik yang relevan untuk diteliti lebih lanjut mengenai pengaruh gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi *online* terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Orisinalitas penelitian ini terletak pada fokus spesifik terhadap mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin sebagai objek studi, yang memungkinkan analisis mendalam mengenai bagaimana nilai-nilai syariah berinteraksi dengan faktor-faktor modern seperti gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi *online* dalam membentuk perilaku konsumtif. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan temuan yang relevan dan kontekstual, memberikan pemahaman yang lebih komprehensif

mengenai fenomena konsumsi di kalangan populasi mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan ekonomi syariah.

Penelitian ini dilakukan karena fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa meningkat seiring dengan gaya hidup hedonis hedonis hedonis dan pesatnya perkembangan transaksi online. Alasan utama memilih penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana gaya hidup hedonis hedonis hedonis dan kemudahan transaksi online memicu perilaku konsumtif secara simultan pada mahasiswa ekonomi syariah dengan kecenderungan gaya hidup hedonis hedonis hedonis dan dipermudah oleh transaksi online, sehingga memiliki kebaruan dalam konteks perilaku ekonomi berbasis syariah. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat judul: **Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kemudahan Transaksi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas dan untuk memfokuskan pembahasan dalam penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah gaya hidup hedonis secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin?
2. Apakah kemudahan transaksi online secara parsial berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin?

3. Apakah gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi online secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari jawaban ilmiah atas permasalahan yang diteliti. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kemudahan transaksi online berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi online berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Adapun kegunaan yang ingin di capai dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Memperkaya khazanah umumnya akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan jurusan ekonomi islam pada khususnya. Selain itu diharapkan menjadi stimulus bagi penelitian selanjutnya sehingga proses pengkajian akan terus berlangsung dan akan memperoleh hasil yang maksimal.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan bagi para mahasiswa khususnya mahasiswa ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin agar tidak berperilaku konsumtif untuk memenuhi gaya hidup hedonis ditengah perkembangan kemudahan transaksi untuk menunjang atau meningkatkan harga diri.

E. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan mempersempit ruang lingkup penelitian terhadap judul Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan Kemudahan Transaksi Online Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Antasari Banjarmasin, maka definisi operasional dirumuskan sebagai berikut:

1. Gaya hidup hedonis

Menurut Kotler & Armstrong (2016) gaya hidup hedonis merupakan gaya hidup yang memfokuskan aktivitasnya pada pengejaran kegembiraan hidup dan mewujudkan aktivitas tersebut dengan menghabiskan waktu di luar ruangan, lebih banyak membahagiakan diri di keramaian kota,

membelanjakan benda yang jarang digunakan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

2. Kemudahan transaksi online

Menurut Davis (1989) kemudahan transaksi didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan seseorang penggunaan teknologi informasi itu mudah tapi tidak membutuhkan banyak usaha pemakainya.

Jual beli online adalah transaksi yang dilakukan oleh kedua belah pihak tanpa bertemu langsung untuk melakukan negosiasi dan transaksi jual beli yang dilakukan melalui alat komunikasi seperti chat, telepon, sms, website, social media dan lainnya. (Halim, 2010)

3. Konsumtif

Perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) merupakan perilaku menggunakan produk tanpa menghabiskan masa pakai produk tersebut, tetapi telah membeli produk dengan jenis yang sama tetapi berbeda merek atau membeli barang karena terdapat hadiah atau membeli produk karena produk tersebut sedang ramai digunakan.

F. Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian yang lebih jauh mengenai kajian yang akan dibahas, terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengangkat pembahasan mengenai gaya hidup hedonis dan kemudahan transaksi serta perilaku konsumtif mahasiswa. Meskipun pembahasan memiliki kesamaan tema, tentunya terdapat perbedaan baik dari fokus pembahasan, objek penelitian,

maupun metodologi yang digunakan. Berikut beberapa literatur yang relevan mengenai variabel dalam penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Pertama, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Intan Aulia (2024) dengan judul “Pengaruh Penggunaan E-Money dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa FEBI UIN Mataram Angkatan 2020)” penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 176 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa angket/kuesioner. Pengujian data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan penggunaan e-money dengan nilai signifikan sebesar $0,018 < 0,05$ dan nilai t hitung $2.390 >$ dari t tabel $1,974$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan e-money berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif. Nilai signifikan gaya hidup hedonis sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $4.367 >$ dari t tabel $1,974$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel gaya hidup hedonis berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dengan hasil koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 18,4% dipengaruhi oleh variabel penggunaan e-money dan variabel gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif dan 81,6% dijelaskan variabel lainnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel penggunaan *e-money* dan gaya hidup hedonis berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.
2. Kedua, penelitian skripsi yang dilakukan oleh Farid Ahmada Kahfi (2021) berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, E-Commerce, dan Pendapatan, Terhadap

Perilaku Konsumtif Nasabah Pengguna Bank Syariah Indonesia Mobie Generasi Milenial Di Ponorgo”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah populasi tidak diketahui dan jumlah sampel 97 responden yang ditentukan berdasarkan rumus bailey. Teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah melakukan wawancara dan menyebarkan kuisioner kepada 97 nasabah pengguna bsi mobile generasi milenial di Ponorogo. Teknik analisis data yang dilakukan dengan metode regresi linier berganda menggunakan spss 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, secara persial gaya hidup, ecommerce, dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah. Secara simultan gaya hidup, e-commerce, dan pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada nasabah pengguna bsi mobile generasi milenial di Ponorogo. Sebesar 66% variabel perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh variabel gaya hidup, e-commerce, dan pendapatan. Sedangkan sisanya yaitu 34% dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel model penelitian.

3. Ketiga, penelitian jurnal yang dilakukan oleh Rahmad Hidayat dan Fia Ayuning Pertiwi (2025) yang berjudul “pengaruh Konsumtif Dan Resiko Masyarakat Melakukan Pinjol Terhadap perspektif Ekonomi Syariah” Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling, di mana responden yang terlibat adalah mahasiswa yang memiliki pengalaman dalam menggunakan pinjol. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur tingkat literasi keuangan syariah, perilaku konsumtif, dan pemahaman tentang

risiko pinjol. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang tinggi di kalangan mahasiswa berhubungan positif dengan penggunaan pinjol, sementara rendahnya literasi keuangan syariah berkontribusi pada pengambilan keputusan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini juga menemukan bahwa risiko yang terkait dengan pinjol, seperti bunga tinggi dan ketidakpastian dalam pembayaran, dapat menimbulkan beban finansial yang berat bagi peminjam. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pengembangan program pendidikan literasi keuangan syariah di kalangan mahasiswa, serta perlunya regulasi yang lebih ketat terhadap praktik pinjol untuk melindungi konsumen. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang implikasi penggunaan pinjol dalam konteks ekonomi syariah.

4. Keempat, penelitian tesis yang dilakukan oleh Astuti Wulandari (2023) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Perilaku Konsumtif dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keputusan Penggunaan Shopee Paylater”. Penelitian ini mengacu pada rumusan masalah dan hipotesis yang telah ditentukan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner yang dibagikan melalui platform google form. Populasi pada penelitian ini merupakan masyarakat yang menggunakan Shopee Paylater. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode Non-Probability Sampling dengan teknik purposive sampling. Jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis,

perilaku konsumtif, dan kemudahan transaksi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan Shopee Paylater.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika untuk lebih mudah memahami isi, maka penulis membagi dalam lima bab, sebagai berikut:

1. BAB I Pendahuluan, menguraikan latar belakang masalah mengenai gaya hidup hedonis, kemudahan transaksi, dan perilaku konsumtif. Selain itu bab ini juga merumuskan masalah penelitian, menetapkan tujuan untuk menganalisis pengaruh variabel secara parsial dan simultan. Serta menjelaskan signifikansi penelitian baik secara teoritis dan praktis.
2. BAB II Landasan Teori, pada bab ini menjelaskan tinjauan Pustaka yang mendalam mengenai teori gaya hidup hedonis, kemudahan transaksi, serta perilaku konsumtif. Bab ini juga menyertakan kerangka pikir yang menggambarkan alur pengaruh antar variabel, serta perumusan hipotesis penelitian sebagai dugaan awal atas hubungan antar variabel yang diteliti.
3. BAB III Metode Penelitian, menjelaskan secara rinci prosedur teknis penelitian yang mencakup jenis penelitian *field research* dengan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Bagian ini merincikan lokasi penelitian di fakultas ekonomi syariah UIN Antasari Banjarmasin, penentuan populasi dan sampel menggunakan rumus slovin, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner, definisi operasional variabel, hingga teknik analisis

data yang meliputi uji validitas, reabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda serta uji hipotesis.

4. BAB IV Hasil dan Pembahasan, disajikan dengan gambaran umum objek penelitian dan deskripsi data mengenai karakteristik responden. Bab ini merupakan inti dari laporan penelitian yang memuat hasil analisis data, pengujian hipotesis melalui uji F dan uji t, serta pembahasan mendalam yang menginterpretasikan temuan lapangan dengan mengaitkannya pada landasan teori dan penelitian terdahulu yang relevan.
5. BAB V Penutup, berisi kesimpulan yang merangkum jawaban atau rumusan masalah berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran baik berupa pengingat untuk mahasiswa terhadap perilaku konsumtif, maupun saran bagi peneliti selanjutnya untuk pengembangan kajian dimasa mendatang. Keseluruhan naskah ini ditutup dengan daftar Pustaka sebagai referensi rujukan dan lampiran-lampiran sebagai data pendukung penelitian.