

## **Impact of Hedonistic Lifestyle to the Impulsive Buying of Students through the Perspective of Islamic Economy**

**Atika Rizki<sup>1</sup>, Abdul Wahab<sup>2</sup>, Nasrullah Bin Sapa<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: atika.rizki0906@gmail.com<sup>1</sup>, abdulwahab@uin-alauddin.ac.id<sup>2</sup>,

nasrullah.sapa@uin-alauddin.ac.id<sup>3</sup>

Received: 11 Desember 2023; Revised: 22 Desember 2023; Published: 28 Desember 2023

### **Abstrak**

Kalangan yang paling rentan terhadap gaya hidup ini adalah remaja atau pelajar. Fokus penelitian ini gaya hidup hedonis terhadap perilaku impulsif mahasiswa pada perspektif ekonomi Islam. Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dan jenis penelitian fenomenologi, pengumpulan melalui wawancara, observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis mahasiswa FEBI UIN Alauddin Makassar berdampak signifikan terhadap perilaku konsumtif, dan mendorong terjadinya pembelian impulsif. Hal ini bertentangan dengan nilai Islam yang mengancam pemborosan. Penelitian ini memberikan pengetahuan tentang faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis dan perilaku impulsif pada mahasiswa, serta menekankan pertentangan antara perilaku tersebut dengan prinsip ekonomi Islam. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perlunya pemahaman mendalam, kesadaran dan pengendalian diri terhadap gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa agar dapat meminimalkan perilaku konsumsi impulsif yang bertentangan dengan nilai ekonomi Islam.

**Kata Kunci** : Gaya Hidup Hedonisme; Konsumsi Islami; Impulse Buying.

### **Abstrak**

*The groups most vulnerable to this lifestyle are teenagers or students. The focus of this research is hedonic lifestyle on students' impulsive behavior from an Islamic economic perspective. This research approach is qualitative and is a phenomenological type of research, collecting through interviews, observation. The research results show that the hedonic lifestyle of FEBI UIN Alauddin Makassar students has a significant impact on consumer behavior and encourages impulsive purchases. This is contrary to Islamic values which condemn waste. This research provides knowledge about the factors that influence hedonic lifestyles and impulsive behavior in students, and emphasizes the conflict between this behavior and Islamic economic principles. The conclusion of this research is the need for in-depth understanding, awareness and self-control of hedonic lifestyles among students in order to minimize impulsive consumption behavior which is contrary to Islamic economic values.*

**Keywords** : Hedonism Lifestyle; Islamic Consumption; Impulse Buying.

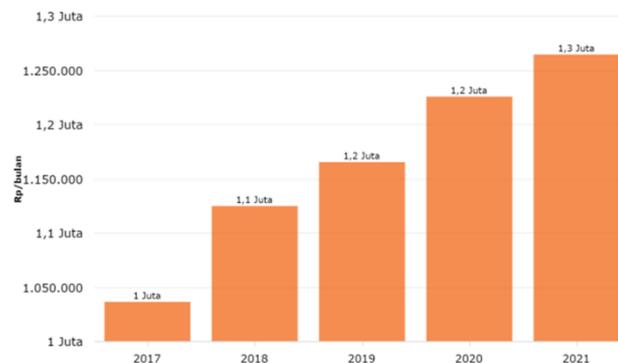
## PENDAHULUAN

Globalisasi telah menyebar ke seluruh dunia, termasuk Indonesia, dan terutama dalam bidang ekonomi, meningkatkan taraf hidup masyarakat. Globalisasi mempengaruhi nilai-nilai masyarakat dengan menciptakan persediaan barang publik yang melimpah (Rosyida & Nadhira, 2019). Masyarakat lebih tertarik pada produk dengan banyak pilihan. Barang kebutuhan pelengkap menjadi kebutuhan utama dan kemewahan menjadi kebutuhan pelengkap atau bahkan menjadi kebutuhan utama. Gaya hidup hedonistik yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan materi telah muncul (Fathrul Quddus, 2021). Perspektif empiris hedonistik menjelaskan konsumsi sebagai kegiatan yang menyenangkan, lebih menekankan pada perasaan daripada rasionalitas (R. Wahyuni et al., 2016).

Perilaku hedonis berlebihan menyebabkan ketidakmampuan mengatasi tuntutan lingkungan yang konstan. Hedonis kronis terjebak dalam lingkungan dengan tren arus konstan (Setianingsih, 2019). Indonesia berada di peringkat ketiga dari 106 negara sampel (Komala, 2019). Dibandingkan dengan Skandinavia dan Swiss, yang memiliki pertumbuhan ekonomi stabil dan populasi konsumen yang besar. Dua negara (Skandinavia & Swiss) saat ini di peringkat 60 & 70, peneliti berpendapat ini tanda budaya konsumen. Konsumerisme ciptakan budaya individualistis, materialistis, & hedonistik. Mahasiswa yang sering bertanya dan berdiskusi dengan guru memiliki kemungkinan besar untuk memahami pelajaran dengan lebih baik dan memiliki tingkat keberhasilan yang lebih tinggi daripada siswa yang diam dan tidak berinteraksi (Aguayo Torrez, 2021).

Berikut gambar peningkatan jumlah konsumsi masyarakat dari tahun ke tahun:

**Gambar Pengeluaran Konsumsi Masyarakat**



*Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS), 13 Juni 2022*

Berdasarkan data di Badan Pusat Statistik (BPS), penduduk Indonesia akan menghabiskan rata-rata Rp. 1,26 juta per bulan untuk konsumsi pada 2021. Nilai ini akan meningkat sekitar Rp. 38.905 atau 3,17% pada tahun 2020, setara dengan rata-rata Rp. 1,22 juta per bulan. Belanja konsumen bulanan diperkirakan akan meningkat sebesar 22% pada tahun 2021 dibandingkan tahun 2017, masih rata-rata Rp. 1,03 juta per bulan. Berdasarkan pos pengeluaran, rata-rata penduduk Indonesia diperkirakan akan mengeluarkan Rp. 622,8 ribu per bulan untuk konsumsi makanan pada tahun 2021, diikuti Rp. 641,7 ribu untuk konsumsi bukan makanan (Amelia, 2022)

Munculnya gaya hidup hedonis juga menjadi faktor tak terpisahkan yang memotivasi masyarakat untuk berbelanja. Motif belanja hedonis mengacu pada perilaku orang yang berbelanja secara berlebihan untuk memuaskan pribadi sendiri. Alasan orang memiliki sifat hedonistik adalah karena banyak keinginan mereka yang belum terpuaskan (Rosyida & Nadhira, 2019). Setelah kebutuhannya terealisasi, mungkin timbul kebutuhan baru dan lebih tinggi dari sebelumnya (Setianingsih, 2019)

Gaya hidup hedonistik yang marak terjadi di masyarakat saat ini dapat mempengaruhi munculnya perilaku pembelian impulsif (Khairat et al., 2019), dimana berbelanja merupakan sarana untuk memenuhi kepuasan konsumen atas sebuah produk yang bukan menjadi kebutuhan mereka. Namun, karena mereka membeli produk tersebut karena kebutuhan hedonistik, perilaku ini mengakibatkan konsumen untuk membeli tanpa direncanakan atau impulsif (Komala, 2019). Perilaku seperti ini dipengaruhi oleh motivasi berupa ketidakmampuan membedakan antara kebutuhan dan keinginan, perilaku pembelian tanpa perencanaan seperti ini juga memungkinkan didorong oleh kebutuhan hedonis (Pulungan et al., 2018). Perilaku impulsif berasal dari keinginan kuat konsumen untuk memenuhi kebutuhannya setiap saat. Pembelian tidak terencana dapat terjadi dengan sendirinya ketika konsumen sudah merasakan kegembiraan dan kenikmatan saat membeli suatu produk (Rosyida & Nadhira, 2019).

Perilaku impulsif berasal dari keinginan kuat konsumen untuk memenuhi kebutuhannya setiap saat. Pembelian tidak terencana dapat terjadi dengan sendirinya ketika konsumen sudah merasakan kegembiraan dan kenikmatan saat membeli suatu produk (Haq & Ilyan Sandrian Kusnanto, 2020). Perilaku impulsif berasal dari keinginan kuat konsumen untuk memenuhi kebutuhannya setiap saat. Pembelian tidak terencana dapat terjadi dengan

sendirinya ketika konsumen merasakan kegembiraan atau kesenangan dalam membeli suatu produk. Di dalam Al-Qur'an Allah Swt telah mendidik umatnya untuk tidak berlebih-lebihan atau boros dalam membelanjakan harta benda pribadi tersebut merupakan contoh buruk dari setan. Firman Allah QS. Al-Isra/17:27 berbunyi :

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Terjemahnya:

“Sungguh orang-orang yang berlebih-lebihan itu saudaranya syaiton dan syaiton itu adalah sangat ingkar pada Allah”. (Kementerian Agama RI, 2019)

Fenomena yang terungkap dalam beberapa penelitian selama ini adalah gaya hidup mahasiswa saat ini beragam, mulai dari pakaian, tas, dan sepatu yang berlebihan, hingga berujung pada aktivitas konsumsi mahasiswa. Menurut Sumartono, perilaku konsumen adalah perilaku pada saat menggunakan suatu produk dan diukur dengan jumlah orang yang menggunakan produk tersebut. Perilaku konsumsi siswa dikendalikan oleh hawa nafsu dan keinginan, sehingga siswa tidak lagi mengkonsumsi barang berdasarkan kebutuhannya (Hidayati & Ikhwan, 2019).

Hedonisme juga menyebabkan mahasiswa menunda berpikir kritisnya dan cenderung melakukan sesuatu tanpa terlebih dahulu memikirkan akibatnya, sehingga jika harus mengulang mata kuliah tertentu, mahasiswa tersebut sendiri bisa saja mangkir atau membolos. kegiatan yang berdampak negatif bagi siswa tersebut. Hedonis berarti sikap acuh tak acuh terhadap lingkungan sekitar (Hidayati & Ikhwan, 2019).

Gejala hidup hedonistik semakin marak di kalangan mahasiswa dan berdampak negatif yang signifikan bagi mereka. Dalam penelitian yang ditulis oleh Rika Hidayanti dan Ihwang, salah satu gejala gaya hidup hedonistik mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UNP dapat dilihat dari perilaku sehari-hari sebagai berikut: Dan barang-barang yang digunakan adalah tantangan hidup mereka. Tergantung pada efek yang ditimbulkannya, hedonisme terkadang dipandang baik dan sebaliknya. Perilaku hedonis dipandang buruk jika menimbulkan rasa sakit, kesulitan, atau masalah yang dapat membuat rugi pelakunya. Seseorang yang bertindak demikian tujuan hidupnya hanya kesenangan (Hidayati & Ikhwan, 2019)

Perilaku hedonis sangat diminati siswa. Mereka lebih suka hidup glamor, cenderung boros, dan selalu ingin terlihat kaya tanpa harus bekerja dan

berkorban. Seorang siswa dengan kekuatan finansial yang mapan tidak akan memiliki masalah, tetapi sebaliknya, seorang siswa dengan kekuatan finansial yang pas-pasan akan menggunakan segala cara yang diperlukan untuk membantu dirinya sendiri, bahkan jika dia memilih jalan yang salah, selalu cenderung mencari cara untuk memenuhi kebutuhannya (Hidayati & Ikhwan, 2019).

Menurut hasil wawancara dengan Rika Hidayanti dan Ihwan, aktivitas konsumsi seperti berbelanja, mengunjungi kafe, karaoke, dan jalan-jalan dilakukan hampir setiap bulan. Mereka beralih sering membeli kebutuhan tersier agar terlihat lebih trendy di mata teman-temannya karena ingin tampil kekinian di depan teman-temannya yang lain. Perilaku hedonistik di kalangan mahasiswa juga dapat dikenali dari aktivitas yang dilakukan oleh mahasiswa itu sendiri. Dulu, siswa sering menghabiskan waktunya untuk membaca buku, namun kini mereka lebih banyak menghabiskan waktu mengunjungi pusat perbelanjaan, kafe, dan bioskop hanya untuk bersenang-senang (Hidayati & Ikhwan, 2019).

Sebagai pakar pendidikan dan guru besar pendidikan akhlak di Universitas Negeri Semarang, Prof. Masurki menyatakan mahasiswa sekarang cenderung pada gaya hidup hedonis. Masurki juga mengatakan bahwa 10% mahasiswa/remaja adalah mahasiswa idealis, sedangkan 90% adalah mahasiswa hedonistik yang orientasinya gaya hidup glamor dan foya-foya. Berdasarkan pernyataan tersebut, perilaku hedonistik terbukti semakin marak di kalangan mahasiswa pada masa ini (Ulfairah, 2021)

Kegiatan yang paling sering dilakukan mahasiswa adalah pergi ke pusat perbelanjaan (24%), nongkrong di kafe (24%), dan menonton film (17%). Perilaku mahasiswa dengan gaya hidup hedonistik adalah mereka adalah pencari kesenangan, selalu berusaha tampil trendi, menyukai produk mahal dari merek terkenal, nongkrong di kafe dan pusat perbelanjaan, serta makan lebih awal (Hidayati & Ikhwan, 2019).

Jika dilihat dari konteks yang ada Perbandingan antara gaya hidup hedonisme dan prinsip-prinsip ekonomi Islam dalam konteks konsumsi dan pengeluaran dapat dilakukan dengan melibatkan beberapa dimensi. Pertama dari segi Tujuan Konsumsi, hedonisme: Tujuan utama adalah kepuasan pribadi dan kenikmatan sensorik. Konsumsi seringkali didasarkan pada keinginan untuk merasakan kesenangan dan kebahagiaan sesaat. Ekonomi Islam : Tujuan konsumsi dalam Islam lebih terfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar dan memastikan keadilan sosial. Konsumsi yang berlebihan atau mewah yang dapat merugikan diri sendiri atau orang lain harus dihindari.

Kedua, Sumber Dana, hedonisme: Mungkin melibatkan penggunaan sumber dana tanpa pertimbangan etika atau keberlanjutan, dengan orientasi pada keinginan dan hasrat pribadi. Ekonomi Islam : Mendorong penggunaan sumber dana yang halal dan etis. Zakat dan infaq dianggap sebagai bentuk kontribusi sosial dan pengeluaran yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ketiga, Konsep Kepemilikan, hedonisme: Fokus pada kepemilikan barang-barang mewah dan status simbol sebagai sumber kebahagiaan dan prestise. Ekonomi Islam: Menekankan kepemilikan yang halal, dihasilkan dari sumber yang sah dan proses yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kepemilikan dipandang sebagai amanah yang harus dikelola dengan bijak.

Keempat, Keadilan Sosial, Hedonisme: Tidak selalu mempertimbangkan implikasi sosial dari konsumsi berlebihan atau perilaku impulse buying. Ekonomi Islam: Menekankan prinsip keadilan sosial dan distribusi yang adil. Konsumsi yang berlebihan dapat merugikan orang lain dan bertentangan dengan prinsip keadilan ekonomi .

Kelima, Kesadaran Lingkungan Hedonisme: Mungkin kurang memperhatikan dampak lingkungan dari kebiasaan konsumsi yang berlebihan. Ekonomi Islam: Menyuarakan keberlanjutan dan kepedulian terhadap lingkungan. Konsumsi yang bertanggung jawab terhadap alam dihargai.

Keenam, Pemenuhan Kebutuhan Primer, Hedonisme: Terkadang cenderung mengabaikan kebutuhan dasar dengan lebih menekankan pada keinginan dan kebahagiaan sesaat. Ekonomi Islam: Menegaskan pentingnya memenuhi kebutuhan dasar sebelum memenuhi keinginan pribadi.

Penelitian ini mempertimbangan beberapa aspek. Aspek yang dimaksud adalah Kurangnya Penelitian pada Konteks Spesifik, artinya tidak adanya penelitian yang secara khusus menganalisis gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang dinamika konsumsi di lingkungan akademik yang berbasis ekonomi Islam. Keterbatasan Pemahaman Ekonomi Islam dalam Konteks Konsumsi Mahasiswa artinya kurangnya penelitian yang memadai yang menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip ekonomi Islam dapat diterapkan untuk mengatasi atau memahami perilaku konsumtif, khususnya impulse buying, di kalangan mahasiswa. Implikasi Sosial dan Ekonomi Mahasiswa artinya tidak banyak penelitian yang mencakup implikasi sosial dan ekonomi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Studi ini dapat mengisi celah ini dengan fokus pada

dampak konsumsi impulsif terhadap kondisi keuangan dan kesejahteraan mahasiswa.

Relevansi dengan Pendidikan Ekonomi Islam, penelitian ini dapat mempertimbangkan bagaimana gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif dapat berdampak pada pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip ekonomi Islam di kalangan mahasiswa yang belajar di lingkungan akademik Islam. Pentingnya Kesadaran dan Edukasi, kurangnya penelitian yang fokus pada upaya-upaya peningkatan kesadaran dan edukasi terkait dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam untuk mengurangi perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Variabilitas Faktor Budaya dan Lingkungan, tidak semua penelitian dapat memberikan gambaran lengkap tentang bagaimana faktor budaya dan lingkungan khusus di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dapat mempengaruhi gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif mahasiswa. Pengembangan Model atau Alat Ukur, potensi pengembangan model atau alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif secara khusus pada konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yakni sebuah penelitian yang memperkenalkan metode analisis. Metode analisis yang dimaksud adalah dengan menganalisis hasil wawancara dengan informan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis kehidupan sosial dengan merinci realitas sosial dari perspektif atau interpretasi individu (informan) (Lexy J Moleong, 2017). Pendekatan penelitian menggunakan pendekatan fenomenologi, pendekatan ini digunakan karena penelitian ini berkaitan dengan gejala yang muncul dalam kehidupan sosial mahasiswa (Sudaryono, 2018). Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini melalui tahap observasi, wawancara dan dokumentasi (Lexy J Moleong, 2017). Adapun teknik pengelolaan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan tiga tahap, yakni Reduksi Data yaitu melakukan proses pengumpulan data sekomprehensif mungkin dan menyusunnya ke dalam konsep-konsep, kategori-kategori, atau tema-tema yang spesifik. Penyajian Data, data yang telah direduksi selanjutnya disajikan untuk dilihat secara lebih utuh, Penarikan kesimpulan, langkah terakhir dilakukan penarikan kesimpulan untuk memudahkan upaya pemaparan (*Conclusion Drawing/Verification*) (Usman Jazad, 2018).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumsi Impulse Buying Mahasiswa FEBI UIN Alauddin Makasar antara lain;

### Perilaku Hidup Mewah

Seseorang dengan gaya hidup seperti ini selalu mementingkan persepsi orang lain terhadap dirinya (Tirtayasa & Ramadhani, 2023). Akibatnya, seseorang selalu merasa kekurangan dan tidak pernah bersyukur terhadap apa yang dia miliki, selalu cemas akan keinginan dan kebutuhannya. Seseorang dengan gaya hidup hedon cenderung memiliki keputusan yang tiba-tiba ketika akan berbelanja yang biasa dikenal dengan istilah impulsive buying (Tuzzahrah et al., 2019). Mereka berpikir bahwa berbelanja adalah cara kebahagiaan dan kesenangan bagi mereka. Kemewahan bisa dikatakan sebagai gaya hidup yang memenuhi beberapa kriteria, antara lain banyak uang, menggunakan produk bermerek harga tinggi, menyukai tempat yang elegan dan mewah untuk beraktivitas (Hasibuan et al., 2019).

Seseorang dengan gaya hidup demikian memakai teknologi modern yang lebih canggih contohnya laptop dan gadget, orang dengan gaya hidup seperti ini selalu tertarik untuk mengembangkan ilmu pengetahuan. Bagi mereka dengan gaya hidup hedonistik, mereka lebih peka terhadap perubahan informasi dan mengikuti tren.

### Kondisi Ekonomi Orang Tua

Gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi impulse buying yang terjadi terhadap remaja tentunya tidak terlepas dari mana uang yang mereka peroleh, termasuk dari kondisi ekonomi orang tua. Jika diamati dari hasil wawancara, mahasiswa yang berasal dari orang tua dengan ekonomi menengah keatas mendapatkan uang saku dengan rata-rata 1.000.000-3.000.000 rupiah perbulannya.

### Produk Baru dan Merek

Produk dan merek menjadi alasan utama konsumen memutuskan akan membeli sesuatu atau tidak. melalui produk dan merek ini produsen secara tidak langsung menyihir konsumen dipasar. Mahasiswa dengan kelas ekonomi

menengah keatas mungkin tidak akan kesulitan dengan fenomena ini, justru mereka akan menganggap ini hasil dari perkembangan zaman. Selain itu merek yang diciptakan dalam sebuah produk menimbulkan rasa bangga bagi yang memilikinya (Waspiah et al., 2022).

#### Iklan dan Imitasi

Gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi impulse buying yang terjadi di kalangan mahasiswa FEBI juga dipengaruhi oleh berbagai macam iklan yang ditawarkan produsen melalui media massa. Kehidupan di era saat ini merupakan era modern yang segala hal bisa didapatkan dengan mudah. Iklan secara tidak langsung berupaya mempengaruhi konsumen khususnya mahasiswa untuk melakukan keputusan pembelian .

#### Kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

Mahasiswa saat ini lebih banyak menggunakan teknologi saat berbelanja, semua hanya bisa diakses menggunakan smartpone. Ini adalah fenomena nyata dari pengaruh kemajuan teknologi dalam kehidupan saat ini.

#### Lingkungan Tempat Tinggal dan Pergaulan

Selanjutnya faktor yang paling menentukan gaya hidup mahasiswa dan perilaku konsumsinya adalah lingkungan dan tempat tinggalnya. Mahasiswa yang tinggal dengan orang tua serta tinggal di lingkungan yang berkelas hidup menjadi mahasiswa yang sangat memperhatikan penampilan dan stylenya kekampus. Sedangkan mahasiswa yang berada pada lingkungan kelas ekonomi menengah kebawah seperti mahasiswa yang tinggal di kost-kostan seringkali hidup diantara dua pilihan yakni mengikuti pola dan gaya hidup teman yang cenderung mewah agar terkesan mengikuti trend atau memilih untuk menutup diri. Tapi dari beberapa hasil wawancara yang telah dilakukan, kebanyakan dari mereka lebih menyesuaikan diri meskipun harus memaksakan kondisi ekonomi mereka. Karna perilaku menyesuaikan ini bagi mereka dapat membuat mereka lebih percaya diri dan mendapatkan strata sosial yang lebih diakui.

#### Daerah Asal

Daerah asal juga merupakan faktor yang menentukan fenomena gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi mahasiswa. Mahasiswa yang berasal dari daerah tertentu lalu tinggal diwilayah perkotaan tentu akan merasa berbeda dengan tempat tinggalnya sebelumnya. Ada begitu banyak yang seseorang dapatkan dan rasakan ketika tinggal diwilayah perkotaan dibandingka tinggal diwilayah pedesaan. Kondisi inilah yang mengaruskan mahasiswa berupaya

beradaptasi dan menyesuaikan kondisi dan kehidupannya ketika sudah menjadi mahasiswa dan tinggal di perkotaan.

#### Beasiswa

Hibah adalah pemberian dalam bentuk bantuan keuangan kepada individu yang ingin menggunakannya untuk melanjutkan pendidikan mereka. Hibah dapat diberikan oleh lembaga negara, perusahaan atau yayasan.

Sebagian besar siswa mencoba mendapatkan beasiswa untuk membantu mereka secara finansial selama studi mereka. Menurut pemahamannya, hibah adalah penghargaan untuk memenuhi kebutuhan pendidikan. Namun sayangnya, tidak semua mahasiswa menggunakan beasiswa sebagaimana sebutannya. Lebih anehnya lagi, sebagian besar mahasiswa yang diwawancarai mengaku bahwa beasiswa yang mereka terima biasanya digunakan untuk membeli produk branded dan kegiatan hura-hura lainnya. Orang tua mereka bertanggung jawab atas SPP mereka. Sebaliknya, mereka merasa menggunakan beasiswa untuk memenuhi keinginan mereka untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka di kampus, yang meningkatkan semangat mereka untuk melanjutkan studi. Semua pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh mahasiswa Febi penerima beasiswa.

#### Persepsi Tentang Gaya Hidup

Persepsi adalah pandangan seseorang tentang cara hidupnya. Ini adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

#### **Gaya Hidup Hedon**

##### Belanja (Shopping)

Kehidupan seseorang tidak bisa dipisahkan dari kegiatan berbelanja. Belanja merupakan sebuah kegiatan yang tidak bisa dipisahkan disetiap kegiatan sehari-hari manusia (Tambuwun, 2016). Pada umumnya, belanja dilakukan untuk memebuhi kebutuhan sesorang. Tetapi saat ini seiring perkembangan zaman berbelanja bukan lagi kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pokok, melainkan sebagai sarana untuk memenuhi dan memuaskan keinginan yang tidak terbatas. Belanja menjadi gaya hidup terutama bagi orang-orang yang tinggal di kota besar (Ertina & Ibrahim, 2019).

Mahasiswa yang tinggal di wilayah perkotaan terkontaminasi dengan gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi yang berlebih (Roubal, 2019). Hal ini didukung dengan banyaknya pusat perbelanjaan dan perkembangan teknologi saat ini. Sehingga gaya hidup dan perilaku konsumsi ini tidak terhindarkan. Mereka berbelanja tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan (Tuzzahrah et al., 2019).

#### Nongkrong di Kafe

Gaya hidup hedon menimbulkan pola hidup konsumtif. kondisi ini akan membawa dampak negatif terhadap mahasiswa. Gaya hidup yang seperti ini menimbulkan kondisi ekonomi dengan biaya tinggi (Putra et al., 2020). Gaya hidup hedon cenderung ingin mendapatkan pengakuan elit di lingkungan sosialnya walaupun harus mengeluarkan biaya tinggi untuk memenuhi keinginannya. Gaya hidup kedua yang terjadi dikalangan mahasiswa Febi yakni bagaimana mahasiswa tersebut lebih banyak menghabiskan waktu dan uangnya diluar rumah dengan cara nongkrong di kafe.

#### Nonton Bioskop

Potret gaya hidup hedon yang ketiga yang melanda mahasiswa adalah menghabiskan uang dan waktu mereka tidak hanya dengan belanja di Mall tapi juga dengan nonton bioskop.

#### Karaoke

Bentuk keempat kehidupan mahasiswa yang hedonis adalah pergi ke bar karaoke (Simbolon, 2023). Karaoke adalah hiburan di mana seseorang bernyanyi mengikuti musik dan lirik yang ditampilkan di layar, musik tersebut disertai dengan rekaman atau disk yang berisi program rekaman dan lirik

### **Perilaku Konsumsi Impulse Buying**

Mahasiswa dengan pola dan gaya hidup hedon sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi impulse buying mahasiswa. Kondisi ini terjadi karena sebagian mahasiswa dengan selera tinggi cenderung tidak merencanakan kegiatan konsumsi yang akan ia lakukan dan tidak memikirkan dampak yang akan ditimbulkan. Kecenderungan berbelanja tanpa perencanaan yang matang merupakan dampak yang terjadi karena gaya hidup hedon mereka. kondisi inilah yang disebut perilaku konsumsi Impulse Buying.

### **Analisis Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumsi Impulse Buying Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Islam**

Gaya hidup hedon yang terjadi dikalangan mahasiswa Febi UIN Alauddin Makassar memicu terjadinya perilaku konsumsi impulse buying. Dari hasil wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa semakin hedon seseorang maka sudah pasti perilaku konsumsinya berlebihan. Mereka seringkali melakukan aktivitas konsumsi impulse buying.

Mayoritas mahasiswa UIN Alauddin Makassar terlibat dalam kegiatan rekreasi, perjalanan, dan kegiatan sosial yang bersifat hedonistik. Preferensi terhadap merek-merek dan barang-barang mewah sebagai bagian dari gaya hidup hedonistik. Keterlibatan dalam kegiatan konsumtif yang berfokus pada kepuasan pribadi dan kesenangan instan. situasi pemicu impulse buying, seperti diskon besar-besaran, penawaran khusus, atau tren konsumsi terkini. Mahasiswa UIN Alauddin Makassar seringkali terlibat dalam pembelian impulsif tanpa perencanaan yang matang.

Prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan distributif dan keberlanjutan, tidak selalu tercermin dalam perilaku konsumtif mahasiswa. Ketersediaan alternatif yang sesuai dengan prinsip syariah seringkali kurang diperhatikan dalam keputusan konsumsi. Kesadaran mahasiswa terhadap prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung bervariasi. Mahasiswa yang lebih menyadari prinsip-prinsip ekonomi Islam cenderung memiliki kecenderungan lebih rendah untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang bertentangan dengan syariah.

Faktor-faktor budaya di UIN Alauddin Makassar, seperti tekanan sosial atau norma di kalangan teman sebaya, dapat mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk mengadopsi gaya hidup hedonistik. Lingkungan kampus yang mendorong konsumsi materialistik juga berkontribusi pada perilaku konsumtif mahasiswa. Sebagian mahasiswa melihat kepemilikan barang-barang mewah sebagai simbol status dan prestise. Materialisme dalam konteks kepemilikan dapat bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan keberlanjutan dan distribusi kekayaan yang adil.

Dampak sosial perilaku konsumtif pada kesejahteraan dan keberlanjutan masyarakat dan individu. Rekomendasi untuk meningkatkan kesadaran ekonomi Islam di kalangan mahasiswa, termasuk kampanye edukasi, pengembangan kurikulum, dan kegiatan-kegiatan kampus yang mempromosikan nilai-nilai syariah.

Melihat realitas gaya hidup para milenial di atas yang sedemikian konsumtif dan hedon, maka penulis menawarkan beberapa solusi untuk

mencegah terjadinya hedonisme dalam kehidupan baik beragama, bermasyarakat, berbangsa dan bernegara, antara lain:

- 1) Ubah mindset dan cara berpikir Anda dari konsumtif menjadi produktif. Ini akan membantu Anda menghindari gaya hidup hedonistik dan mengawasi situasi keuangan Anda saat ini dan masa depan.
- 2) Sadarilah bahwa hidup memiliki tujuan, bukan hanya kesenangan. Dalam artian hidup bermanfaat bagi orang lain, bukan hanya untuk kepuasan pribadi dan keluarga. Keseimbangan dalam hidup harus dijaga dan properti, bahkan properti pribadi, tidak boleh digunakan secara berlebihan. Hidup dalam masyarakat nusantara yang beradab dan santun, kita harus menjalani hidup berhemat dan bermartabat.
- 3) Milenial percaya bahwa mereka perlu menetapkan tujuan dan rencana keuangan jangka panjang. Ini membantu Anda memprioritaskan pengeluaran dan menghindari tindakan boros dan tidak berguna.
- 4) Milenial harus selektif dalam pergaulan. Hindari pertemanan yang membenamkan Anda dalam gaya hidup mewah. Karena hal ini sering terjadi pada masyarakat tradisional yang abai dengan dunia teknologi, namun karena diasosiasikan dengan masyarakat yang tech-savvy, maka mereka terpengaruh juga efek dari gaya hidup yang bebas dan hedonis karena mudah. Oleh karena itu, memilih teman bisa menjadi alternatif untuk menghindari dampak gaya hidup yang tidak berarti.
- 5) Kita harus dengan bijak bersyukur kepada Allah SWT atas nikmat yang dilimpahkan kepada kita. Menjadi Qana'ah seperti Rasulullah SAW memang sulit, namun bukan berarti Anda harus menghindari perilaku kenabian dalam mengatur gaya hidup. Mengatakan 'Alhamdulillah' dengan nikmat sekecil apa pun dari Allah akan memberi Anda kepuasan yang tak terlukiskan. Menghargai apa yang Anda miliki dan tidak menginginkan milik orang lain adalah sikap yang tepat untuk menghindari keinginan untuk terus-menerus menuntut agar gaya hidup orang lain sama dengan Anda.
- 6) Milenial perlu mengubah gaya hidup dan tetap sederhana tanpa berlebihan. Dengan demikian, Anda terhindar dari gaya hidup hedonistik dan mengembangkan rasa syukur dalam diri Anda. Setidaknya sikap hidup yang sederhana tidak menyiksa kita karena menginginkan sesuatu yang tidak dapat dicapai seperti orang lain.

Hedonisme bertentangan dengan ajaran Islam. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup seperti ini berpotensi mendatangkan mudharat bagi diri sendiri dan

orang lain. Islam pada dasarnya menyeru kepada manusia untuk kaya agar dapat memberi kepada orang lain, bukan untuk hidup boros dan foya-foya. Perlu diingat, kehidupan duniawi bukan yang utama. Dunia tempat kita membentuk diri dan mempersiapkan diri untuk perjalanan selanjutnya. Baik atau tidaknya tempat kita diakhirat tergantung dari besar kecilnya amal yang terbentuk pada kehidupan duniawi. Islam tidak membenarkan gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi impulse buying karena berpeluang menimbulkan mudharat atau menzolimi diri dan orang lain. Gaya hidup mewah mendorong seseorang berfoya-foya hingga pada pemborosan yang tidak terhentikan. Perilaku seperti ini akan membuat seseorang lupa diri akan posisinya sebagai khalifah dimuka bumi, membuat mereka tidak mau berusaha dan berjuang. Syariah Islam memiliki seperangkat etika dan norma yang harus dipegang manakala seseorang berkonsumsi. Syariat Islam memberikan petunjuk mengenai aturan prioritas kebutuhan yang boleh dipenuhi berdasarkan tingkat Maqāṣid asy-Syari'ah al-Islāmiyah dengan istilah dārurīyyāh, hājjiyyāh, dan tāhsinīyyāh.

### *Pembahasan*

#### **Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam**

Teori perilaku konsumsi menurut Monzer Khaf terdiri atas 4 elemen yakni rasional, keseimbangan konsumsi, paham terhadap barang-barang halal dan thoyyib dan beretika konsumsi Islam (Izza, 2021).

Islam memandang bumi dan seisinya mutlak milik Allah SWT. Manusia bertindak sebagai khalifah dan boleh memilikinya tapi tetap menjadi kekuasaan Allah SWT. Keimanan seseorang dapat diukur dari cara mereka berkonsumsi. Ketika keimanan seseorang bagus maka tujuan mereka melakukan kegiatan konsumsi dan produksi ada tiga yaitu manfaat, kepentingan dan tanggung jawab. Sebaliknya ketika iman buruk, maka motif konsumsi yang mereka lakukan sebaliknya, yakni didominasi dengan sikap egois, keinginan yang berorientasi materi dan keinginan lain individualis. Dalam Islam tujuan seseorang melakukan konsumsi yakni untuk memperoleh manfaat (*public interest or general human good*) atas kebutuhan pokok dan tanggung jawab. (Yulita Amalia & Fauziah, 2019).

Muhammad Muflih memaparkan sebuah pendapat bahwa dalam Islam perilaku konsumen seharusnya menggambarkan hablun minallah (hubungan konsumen dengan Tuhannya). Konsumen yang taat akan berupaya membelanjakan harta di jalan Allah demi memenuhi kebutuhan dunia dan ukhrawi (Larasati et al., 2018).

### **Gaya Hidup Hedonisme**

Hedonisme merupakan sebuah pandangan yang menganggap bahwa kesenangan hidup menjadi tujuan hidup (Maryam Ismail, 2019). Menurut Burhanuddin Hedonisme merupakan hal yang mendatangkan kebahagiaan (Tirtayasa & Ramadhani, 2023), hal yang mendatangkan penderitaan, susah merupakan hal yang tidak baik (Zakiyyah, 2018).

### **Perilaku Konsumsi Impulse Buying**

Impulse Buying merupakan pembelian tidak direncanakan atau biasa disebut dengan pembelian spontan (S. Wahyuni et al., 2022). Pembelanjaan impulse biasa terjadi ketika pembelanjaan yang terjadi tidak sesuai dengan rencana sebelumnya (Komala, 2019).

### **Pandangan Islam terhadap Gaya Hidup Hedoni dan Prilaku Konsumsi Impulse Buying**

Islam memandang perilaku hedonisme sebagai perilaku berfoya-foya dan berlebihan. Gaya hidup seperti ini cenderung membuat pelakunya lebih boros dan banyak menghambur-hamburkan uang tanpa pikir panjang (Maryam Ismail, 2019). Selain itu, ajaran Islam juga menganggap perilaku impulse buying sebagai perilaku yang berlebihan atau boros yang bisa membawa seseorang kerugian. Pembelian implusif pada umumnya sering terjadi ketika muncul keinginan untuk mempunyai produk tertentu. Konsumen dalam hal ini haruslah pandai-pandai memilah dan memilih mana yang menjadi kebutuhan dan mana keinginan semata. Karena jika keinginan menguasai diri seseorang maka kepuasan tidak lagi memiliki batasan. Islam memandang bahwa tidak semua keinginan harus dijadikan kebutuhan. Kecuali keinginan yang orientasinya maslahat (Haq & Ilyan Sandrian Kusnanto, 2020)

## **KESIMPULAN**

Gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi impulse buying menjadi tend dalam kehidupan mahasiswa. Perilaku seperti ini menurut peneliti akan menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat utamanya mahasiswa yang merupakan kaum intelektual. Fakta yang terjadi berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan adalah yang paling marak terjadi dikalangan generasi penerus bangsa Indonesia adalah mayoritas mahasiswa seolah-olah berlomba dan

mengupayakan berbagai cara untuk bisa hidup mewah yakni dengan nongkrong di Kafe, Mall, dan tempat-tempat elite lainnya. Perilaku ini seolah menjadi agenda paling penting dalam kehidupan mereka. Gaya hidup hedon dan perilaku konsumsi impulse buying merupakan tindakan foya-foya yang orientasinya pemborosan. Perilaku seperti ini bertentangan dengan ajaran Islam karena hanya akan mendatangkan kerugian bagi penerus bangsa. Gaya hidup dan perilaku konsumsi seperti ini membuat mahasiswa lupa akan kewajiban terhadap sang pencipta dan tidak peduli terhadap orang disekitar. Karena yang mereka pedulikan hanya kepuasan diri semata. Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu keterbatasan waktu dari informan yang mengakibatkan kurang maksimalnya wawancara yang dilakukan.

Pola-pola perilaku konsumsi yang muncul dan implikasinya terhadap kesejahteraan ekonomi dan sosial mahasiswa UINAM. Pentingnya integrasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam keputusan konsumsi mahasiswa. Rekomendasi dan temuan ini dapat menjadi dasar untuk pengembangan program-program pendidikan dan kampanye kesadaran yang lebih baik di lingkungan kampus

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia. (2022). *Laporan kerja praktek (kp) kantor badan pusat statistik (bps) kabupaten bengkalis*.
- Ertina, S., & Ibrahim, A. S. (2019). *The Students' Hedonism Lifestyle*. 304(Acpch 2018), 122-126. <https://doi.org/10.2991/acpch-18.2019.31>
- Fathrul Quddus, M. (2021). Kritik Konsumerisme dalam Etika Konsumsi Islam. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 43-60. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>
- Haq, A. A. F., & Ilyan Sandrian Kusnanto, D. F. (2020). Pengaruh potongan harga terhadap pembelian impulsif pada pengguna aplikasi grab (grabfood). *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-9. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Hasibuan, M. F., Deliati, & Batubara, I. H. (2019). *Counseling Guidance Module to Prevent Students' Hedonism Lifestyle Attitude*. 355(Pfeic), 59-62. <https://doi.org/10.2991/pfeic-19.2019.12>
- Hidayati, R., & Ikhwan, I. (2019). Perilaku Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan

- Mahasiswa Kurang Mampu Fakultas Ilmu Sosial UNP. *Culture & Society: Journal Of Anthropological Research*, 1(1), 38–45. <https://doi.org/10.24036/culture/vol1-iss1/6>
- Izza, D. dan F. Z. S. (2021). Transaksi Terlarang Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Keabadian*, 3(2), 26–35.
- Kementerian Agama RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Al-Qalb : Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Komala, C. (2019). Perilaku Konsumsi Impulsive Buying Perspektif Imam Al-Ghazali. *Jurnal Perspektif*, 2(2), 248. <https://doi.org/10.15575/jp.v2i2.31>
- Larasati, A., Hati, S. R. H., & Safira, A. (2018). Religiusitas dan Pengetahuan Terhadap Sikap dan Intensi Konsumen Muslim untuk Membeli Produk Kosmetik Halal. *Esensi: Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 105–114. <https://doi.org/10.15408/ess.v8i2.7459>
- Lexy J Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986(September), 401–406.
- Putra, P. D., Harahap, K., & Rahmah, S. S. (2020). the Hedonism Lifestyle, Financial Literacy and Financial Management Among Business Education Students To Financial Management. *Journal of Community Research and Service*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.24114/jcrs.v4i1.18287>
- Rosyida, S., & Nadhira, A. (2019). Islamisasi Teori Konsumsi Masyarakat Muslim Modern. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 19(01), 8–25. <https://doi.org/10.32939/islamika.v19i01.322>
- Roubal, O. (2019). The duality of hedonism in the ambivalent world of Polarities. *European Journal of Science and Theology*, 15(1), 203–212.
- Setianingsih, E. S. (2019). Wabah Gaya Hidup Hedonisme Mengancam Moral Anak. *Malih Peddas (Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar)*, 8(2), 130. <https://doi.org/10.26877/malihpeddas.v8i2.2844>

- Simbolon, S. E. A. (2023). Implications of Lifestyle Hedonism on Psychology Well-Being Siti Eni Aisyah Simbolon. *Journal of Education Policy Analysis (JEPA)*, 1(1), 4-9. <https://businessandfinanceanalyst.com>
- Sudaryono. (2018). *Metodologi Penelitian*. Rajawali Pers.
- Tambuwun, M. (2016). Shopping lifestyle as intervening relation between hedonic motive and gender on impulse buying. *Ijbfmr*, 4, 9-16.
- Tirtayasa, S., & Ramadhani, F. (2023). The Effect of Price, Product Quality and Hedonism Lifestyle on Diamond Shops Purchasing Decisions Mediated By Perceived Value At Diamond Shops in Medan City. *Jurnal Ekonomi*, 12(02), 2023.
- Tuzzahrah, M., Yulianti, E., & Djuari, L. (2019). Profile of Parenting Style in University Students with Tendency of Hedonism Lifestyle. *JUXTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kedokteran Universitas Airlangga*, 10(1), 29. <https://doi.org/10.20473/juxta.v10i12019.29-33>
- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 5463-5475. <http://jurnal.fisarresearch.or.id/index.php/salman/index>
- Usman Jazad. (2018). No Title. *KINERJA DOMPET DHUAFA DI KOTA MAKASSAR*, VI, 53. <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/beritasosial/article/view/9921>
- Wahyuni, R., Soesilowati, E., & Banowati, E. (2016). Gaya Hidup Remaja Kelas Menengah Kota Pekalongan. *Journal of Educational Social Studies*. <https://doi.org/10.15294/jess.v5i2.14072>
- Wahyuni, S., Suryani, W., & Amelia, W. R. (2022). The Effect of Hedonic Shopping Value and Shopping Lifestyle on the Impulse Buying in Online Shops (case study: Albadar 6 Gang Community). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 3(1), 12-22. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v3i1.995>
- Waspiah, W., Arifin, R., Putri, N. M., Safarin, M. H. A. F., & Putri, D. D. P. (2022). Student Edited Law Journals: Strengthening the Creativity of Law Students in a Challenging Era. *Journal of Creativity Student*, 7(2), 133-154. <https://doi.org/10.15294/jcs.v7i2.38493>
- Yulita Amalia, R., & Fauziah, S. (2019). Perilaku Konsumen Milenial Muslim Pada Resto Bersertifikat Halal Di Indonesia: Implementasi Teori

**Atika, et.al:** *Hedonism Lifestyle; Islamic Consumption; Impulse Buying.*

Perilaku Terencana Ajzen. *JEBA (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 3(2), 200–218. <https://doi.org/10.33476/jeba.v3i2.960>

Zakiyyah, A. M. (2018). Pengaruh Flash Sale Terhadap Pembelian Impulsif Online Pada Toko Online “Pulchragallery.” *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 63–70. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1716>