

PENGARUH PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KESADARAN EKONOMI SISWA SMA YASFI PADA MATA PELAJARAN PAI

Wirya Fatih Alif¹, Najwa Salsabila Agustina², Ibnu Rizal Mutafaqqih³, Muhammad Rafli⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Pendidikan Agama Islam, Universitas Negeri Jakarta

Email: wirya.fatiha.alif@mhs.unj.ac.id, najwa.salsabila.agustina@mhs.unj.ac.id,
ibnu.rizal.mutafaqqih@mhs.unj.ac.id, muhhammad.rafli@mhs.unj.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh perilaku konsumtif terhadap kesadaran ekonomi siswa SMA YASFI pada mata pelajaran PAI dalam materi Prinsip dan Ekonomi Syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan studi kepustakaan. Penelitian ini memanfaatkan uji validitas menggunakan korelasi Product Moment dengan jumlah responden sebanyak 22 siswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumtif berpengaruh terhadap tingkat kesadaran ekonomi siswa pada mata Pelajaran PAI dalam materi Prinsip dan Ekonomi Islam. kesadaran ekonomi siswa pada mata pelajaran PAI materi ekonomi syariah tergolong cukup baik. Siswa memiliki pemahaman yang memadai mengenai konsep dasar ekonomi syariah, seperti larangan riba, prinsip keadilan, keseimbangan, dan tolong-menolong. Selain itu, siswa menunjukkan sikap positif terhadap penerapan nilai-nilai ekonomi syariah. Namun, dalam aspek penerapan, kesadaran ekonomi siswa belum sepenuhnya optimal, terutama dalam perilaku konsumsi yang masih dipengaruhi oleh tren dan lingkungan sosial. Pembelajaran PAI berperan penting dalam meningkatkan kesadaran ekonomi siswa, meskipun masih diperlukan penguatan melalui pembelajaran yang lebih kontekstual dan aplikatif.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Kesadaran Ekonomi, Pendidikan Agama Islam

Abstract

This study aims to analyze the influence of consumer behavior on the economic awareness of YASFI High School students in the Islamic Religious Education (PAI) subject in the material of Sharia Principles and Economics. This study uses a quantitative approach with data collection techniques used, namely questionnaires and literature studies. This study utilizes a validity test using the Product Moment correlation with a total of 22 students as respondents. The results of the study indicate that consumer behavior influences the level of economic awareness of students in the Islamic Religious Education (PAI) subject in the material of Islamic Principles and Economics. Students' economic awareness in the Islamic Religious Education (PAI) subject in the material of Sharia Economics is quite good. Students have an adequate understanding of the basic concepts of Sharia economics, such as the prohibition of usury, the principles of justice, balance, and mutual assistance. In addition, students show a positive attitude towards the application of Sharia economic values. However, in terms of application, students' economic awareness is not yet fully optimal, especially in consumption behavior which is still influenced by trends and the social environment. Islamic Religious Education learning plays an important role in increasing students' economic awareness, although it still needs to be strengthened through more contextual and applicable learning.

Keywords: Consumptive Behavior, Economic Awareness, Islamic Religion Education

PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif menjadi perhatian khususnya pada generasi muda yang tergolong rentan terhadap pola perilaku konsumsi berlebihan. Menurut (Mujahidah, 2021), perilaku konsumtif merupakan perilaku membelanjakan uang tanpa memprioritaskan kebutuhan yang bersifat mendesak. Perkembangan teknologi digital dan media sosial menjadikan generasi muda dapat terpengaruh oleh berbagai aktivitas komersial. Menurut (I Dewa Gede Sayang Adi Yadnya, 2023) menyatakan platform media sosial menyediakan ruang untuk berbagi pendapat, preferensi, dan rekomendasi produk, yang mempengaruhi keputusan pembelian remaja. Dalam penelitian ini, siswa kelas XII IPS menjadi representasi generasi yang berpotensi mengalami perilaku konsumtif, seperti pembelian impulsif, kecenderungan mengikuti tren maupun penggunaan barang atau merk sebagai simbol status sosial. Selain itu, menurut (Andina, 2025) lingkungan teman sebaya ini akan berdampak terhadap pemilihan

fashion, hubungan sosial, pengeluaran tidak terkontrol dengan baik, gengsi yang tinggi sesama teman, hingga kurangnya rasa kesederhanaan dalam memilih barang yang akan memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pengaruh teman sebaya ini sangat terlihat jelas pada dunia perkuliahan yaitu pada para mahasiswa.

Perilaku konsumtif dapat dipicu oleh beberapa faktor, yaitu pengaruh iklan di media sosial, pengaruh teman sebaya, serta motif prestise atau pencarian kebanggaan diri, iklan sering kali menghadirkan citra ideal yang mampu membangun keinginan konsumsi meskipun tidak didasarkan pada kebutuhan riil teman sebaya juga memainkan peran penting melalui proses imitasi dan konformitas sosial, sedangkan motif prestise mendorong siswa untuk membeli barang tertentu demi memperoleh pengakuan sosial. Motif prestise turut memperkuat perilaku konsumtif, karena siswa terdorong membeli barang tertentu demi memperoleh pengakuan sosial. Penelitian Hakim (2020) menunjukkan bahwa konsumsi tidak lagi dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan, tetapi telah bergeser menjadi simbol identitas dan status (Erika Bulango, 2025). Hal ini sejalan dengan temuan Yuniarti (2020) bahwa nilai-nilai materialisme pada remaja berkontribusi pada meningkatnya pembelian emosional dan *impulse buying* (Virly, 2022).

Dalam perspektif islam, perilaku konsumtif yang berlebihan termasuk perilaku yang tidak dianjurkan, “sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan” (QS. Al-Isra:27). Ayat tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif bukan hanya persoalan ekonomi, tetapi juga persoalan moral dan spiritual. Maka dari itu, mata pelajaran pendidikan agama islam memegang peranan penting dalam membentuk pola pikir dan sikap siswa agar mampu menahan diri atau mengelola keinginan konsumtif sesuai nilai-nilai islam. Melalui pemahaman dalil, kisah, dan prinsip etika ekonomi islam, pembelajaran pendidikan agama islam diharapkan dapat menanamkan kesadaran untuk berperilaku bijak dan proporsional dalam konsumsi. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku konsumtif terhadap kesadaran ekonomi siswa pada mata pelajaran pendidikan agama islam dalam materi prinsip dan ekonomi syariah.

METODE

Dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner dengan skala Likert dan studi kepustakaan. Penelitian ini memanfaatkan uji validitas menggunakan korelasi Product Moment dengan jumlah responden sebanyak 22 siswa.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel utama, yaitu variabel bebas (X) berupa perilaku konsumtif, dan variabel terikat (Y) berupa kesadaran ekonomi. Diketahui indikator kedua variabel tersebut seperti tabel berikut:

Tabel 1. Indiator Variabel

| Variabel | Indikator | Skala Pengukuran |
|------------------------|---------------------------------|------------------|
| Perilaku konsumtif (X) | 1. Pembelian impulsif | Skala likert |
| | 2. Pemborosan | |
| | 3. Pengaruh pergaulan | |
| | 4. Pengaruh sosmed | |
| Kesadaran ekonomi (Y) | 1. Kemampuan literasi finansial | Skala likert |
| | 2. Pemahaman prioritas | |
| | 3. Sikap hemat dan qana'ah | |

Sumber data penelitian ini mencakup sumber primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data primer yaitu dengan penyebaran kuesioner penelitian terhadap responden yaitu siswa kelas XII SMA Yasfi. Sedangkan sumber sekunder diperoleh dari studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan yaitu uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Deskripsi responden**

Adapun karakteristik responden pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden

| Karakteristik | Keterangan | Jumlah | Persentase |
|---------------|---------------|-----------|-------------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 8 | 36% |
| | Perempuan | 14 | 64% |
| | Jumlah | 22 | 100% |

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa data responden dalam penelitian mayoritas adalah berjenis kelamin perempuan dengan persentase yaitu 64%. Berbeda dengan jenis kelamin laki-laki yaitu 36%.

Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner melalui uji validitas korelasi Product Moment Pearson. Diketahui bahwa sampel yang digunakan berjumlah (N) 22 siswa. Nilai R Tabel dengan N 22 dengan tingkat signifikansi 5% sebesar 0,4044 seperti tabel berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

| BUTIR SOAL | R HITUNG | R TABEL | Keterangan |
|------------|-----------|---------|------------|
| 1 | 0,52833 | 0,4044 | Valid |
| 2 | 0,4485 | 0,4044 | Valid |
| 3 | 0,5486 | 0,4044 | Valid |
| 4 | 0,43525 | 0,4044 | Valid |
| 5 | 0,56652 | 0,4044 | Valid |
| 6 | 0,41832 | 0,4044 | Valid |
| 7 | 0,42069 | 0,4044 | Valid |
| 8 | 0,45637 | 0,4044 | Valid |
| 9 | 0,5595842 | 0,4044 | Valid |
| 10 | 0,48879 | 0,4044 | Valid |
| 11 | 0,41334 | 0,4044 | Valid |
| 12 | 0,41009 | 0,4044 | Valid |
| 13 | 0,51623 | 0,4044 | Valid |
| 14 | 0,46447 | 0,4044 | Valid |
| 15 | 0,43781 | 0,4044 | Valid |
| 16 | 0,45623 | 0,4044 | Valid |
| 17 | 0,4681 | 0,4044 | Valid |
| 18 | 0,4521 | 0,4044 | Valid |
| 19 | 0,40903 | 0,4044 | Valid |
| 20 | 0,47456 | 0,4044 | Valid |
| 21 | 0,43998 | 0,4044 | Valid |

Dari tabel di atas terdapat jumlah skor dari pernyataan yang menghasilkan nilai R hitung > R tabel, sehingga data valid. Tahap selanjutnya adalah uji reliabilitas Instrumen, suatu variabel dikatakan reliable (handal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Instrumen kuesioner dinyatakan reliabel (handal) apabila nilai Cronbach Alpha > 0,6.

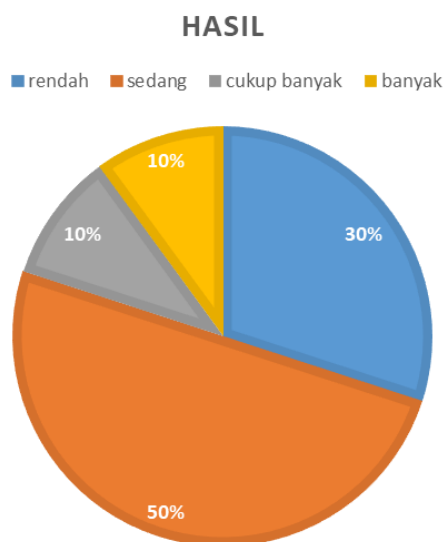
Hasil Uji Reliabilitas**Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Cronbach Alpha | Keterangan |
|--------------------|----------------|------------|
| Perilaku Konsumtif | 0,8471 | Reliabel |
| Kesadaran Ekonomi | 0,8048 | |

Dari tabel di atas hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel X dan Y memiliki koefisien alpha yang besar yaitu $>0,6$ sehingga dapat dikategorikan kuesioner dari variabel tersebut adalah reliabel.

Perilaku konsumtif terhadap kesadaran ekonomi siswa kelas xii pada mata pelajaran PAI materi Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil kuesioner dapat diketahui bahwa pengaruh perilaku konsumtif terhadap kesadaran ekonomi siswa pada mata pelajaran PAI khususnya pada materi ekonomi syariah tergolong sedang. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut ini .



Hasil data diatas sesuai dengan keputusan konsumsi yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell, dan Miniard (EBM), di mana keputusan konsumsi ini dipengaruhi oleh faktor internal seperti bagaimana motivasi dan minat, serta faktor eksternal seperti pengaruh sosial. Dalam data ini, pengaruh media sosial dan tergabungnya dalam suatu komunitas menjadi peran penting dalam mendorong perilaku konsumtif siswa kelas XII, itu semua berdasarkan hasil penelitian secara langsung berupa data dari hasil kuesioner dan didukung saat observasi secara langsung.

Kesadaran ekonomi siswa pada mata pelajaran PAI materi ekonomi syariah di Sma Yasfi

Berdasarkan hasil analisis data di atas, menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara perilaku konsumtif dan kesadaran ekonomi siswa efektif. Hal ini disebabkan hasil data korelasi yang menunjukkan bahwa meningkatnya perilaku konsumtif siswa, diikuti dengan menurunnya kesadaran ekonomi siswa di sma yasfi afektif pada mata pelajaran PAI khususnya materi ekonomi syariah, dengan persentase sebesar 50% yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi.

Hasil data tersebut ditinjau lebih dalam, bahwa hasil belajar afektif yang meningkat ini lebih terfokus pada pembelajaran yang berkaitan dengan ekonomi syariah daripada pembelajaran umum di lingkungan pendidikan formal. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengumpulan data, sebagian besar siswa SMA Yasfi menunjukkan **pemahaman yang cukup baik** terhadap konsep dasar ekonomi syariah. Siswa mampu menjelaskan pengertian ekonomi syariah sebagai sistem ekonomi yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits, serta memahami perbedaan mendasar antara ekonomi syariah dan ekonomi konvensional, khususnya dalam hal larangan riba, gharar, dan maysir. Siswa juga menunjukkan kesadaran bahwa aktivitas ekonomi tidak hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan materi, tetapi juga harus memperhatikan aspek moral, etika, dan tanggung jawab sosial. Hal ini terlihat dari

pandangan siswa yang menilai bahwa kejujuran, keadilan, dan kepedulian sosial merupakan nilai utama dalam aktivitas ekonomi menurut ajaran Islam.

Kesadaran ekonomi menjadi dimensi penting dalam pendidikan karakter anak dan remaja. Ahmad & Yusuf (2021) menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai etika Islam dalam pembelajaran dapat mendorong perilaku ekonomi yang produktif. Anak yang memiliki kesadaran ekonomi tidak hanya mampu mengelola keuangan dan memahami nilai uang, tetapi juga dapat membuat keputusan finansial secara rasional. Prinsip kejujuran, kerja keras, dan tanggung jawab menjadi landasan moral yang membentuk karakter anak agar tidak mudah tergoda perilaku konsumtif dan materialistik (Ina Nur Fajariyah, 2025).

Pengaruh perilaku konsumtif terhadap kesadaran ekonomi siswa kelas xii pada mata pelajaran PAI materi ekonomi syariah di Sma Yasfi

Berdasarkan hasil pengolahan data yang sudah dilakukan, diketahui bahwa terdapat pengaruh positif antara perilaku konsumtif terhadap tingkat kesadaran ekonomi afektif, sesuai dengan hasil analisis regresi sederhana. Dalam data hasil uji koefisien determinasi menunjukkan juga bahwa kontribusi variabel X kepada variabel Y sebesar 50%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

SIMPULAN

Dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dalam komunitas ini bukan hanya berkaitan pada pembelian produk fisik saja, tetapi dengan investasi waktu, perhatian dalam mempelajari mengenai iklan dan konten di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi dalam penelitian ini tidak hanya bersifat material tetapi juga memiliki aspek afektif yang kuat. Hal ini menunjukkan konsumsi dalam penelitian ini tidak hanya bersifat material tetapi juga memiliki aspek afektif yang kuat. Hasil data dari uji regresi sederhana dapat disimpulkan, penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dengan nilai koefisien 0,671 berdasarkan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$, sehingga disimpulkan variabel Perilaku Konsumtif berpengaruh terhadap variabel tingkat kesadaran ekonomi dalam hal pemahaman materi ekonomi syariah (Y).

Daftar Pustaka

- Andina, R. (2025). Pengaruh Pergaulan Terhadap Perilaku Konsumtif. *Jurnal Kajian Ilmiah Interdisipliner: Vol 9 No. 5 Mei 2025*.
- Erika Bulango, d. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *TRILOGI: Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Eksakta*.
- I Dewa Gede Sayang Adi Yadnya, D. W. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif dan Persepsi Diri Remaja di Jakarta: Studi Mengenai Interaksi Online, Pengaruh Endorsement, dan Dampak Psikologis. *Jurnal Psikologi dan Konseling West Science: Vol. 1, No. 05, Desember 2023*.
- Ina Nur Fajariyah, M. S. (2025). Pendidikan Agama Islam untuk Menumbuhkan Kesadaran Ekonomi dan Kepedulian Sosial pada Anak dan Remaja. *Journal of Humanities, Social Sciences, And Education (JHUSE)*.
- Mujahidah, A. N. (2021). *Analisis Perilaku Konsumtif Dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di Smk Negeri 8*. Retrieved from <https://eprints.unm.ac.id/id/eprint/18970>
- Salma Alfina Yasmin, S. K. (2025). Pengaruh Perilaku Konsumtif terhadap Hasil Belajar Afektif Pada Komunitas K-Pop di Kabupaten Garut. *Jurnal Pendidikan Tambusai: Volume 9 Nomor 1 Tahun 2025*.

Virly, N. (2022). HUBUNGAN SELF ESTEEM DENGAN KECENDERUNGAN ONLINE. *Skripsi*.