

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan zaman yang makin cepat membawa banyak perubahan dalam gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan remaja. Remaja sekarang tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung secara digital. Setiap hari mereka terpapar oleh informasi, tren, gaya hidup selebritas, hingga iklan yang secara tidak langsung membentuk pola pikir dan kebiasaan mereka dalam berbelanja maupun dalam memandang kebutuhan hidup (Fitriani, 2020: 46). Salah satu dampak dari kondisi ini adalah munculnya perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan membeli barang atau jasa bukan karena kebutuhan yang mendesak, melainkan lebih karena dorongan emosional, tekanan sosial, atau sekadar ingin terlihat “kekinian.” Perilaku ini sering muncul karena adanya perasaan tidak puas, ingin diakui, atau karena adanya perbandingan sosial melalui media sosial.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Snapcart terhadap lebih dari 6.000 responden di Indonesia, Shopee menempati posisi teratas sebagai platform e-commerce yang paling populer dan paling sering digunakan, dengan tingkat penggunaan mencapai 37%, disusul Tokopedia sebesar 25% dan Lazada sebesar 20%. Dari segi demografi, mayoritas pengguna e-commerce adalah perempuan (65%), sementara laki-laki sebesar 35%. Konsumen didominasi oleh kelompok usia muda, terutama generasi milenial (25–34 tahun) yang menyumbang 31%, diikuti oleh generasi Z (15–24 tahun) sebesar 16%, dan hanya 2% berasal dari kelompok usia 35 tahun ke atas. Produk yang paling banyak dibeli mencakup pakaian, aksesoris, tas, sepatu, serta peralatan kesehatan dan kecantikan (Snapcart, 2018).

Distribusi geografis konsumen *e commerce* di Indonesia menunjukkan bahwa Pulau Jawa merupakan wilayah dengan jumlah pengguna terbanyak, dengan Provinsi Jawa Barat sebagai penyumbang utama sebesar 33%, diikuti oleh DKI Jakarta sebesar 31%. Provinsi Banten berada di urutan ketiga dengan kontribusi 13%, sedangkan Jawa Timur dan Jawa Tengah masing-masing

menyumbang 8% dan 3%. Di luar Jawa, partisipasi berasal dari Sumatera Utara dan Sumatera Selatan yang masing-masing mencatatkan 2%, serta Bali, Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta yang masing-masing menyumbang 1% (Kredivo & katadata, 2020: 8).

Shopee merupakan platform *e commerce* terkemuka di Asia Tenggara dan Taiwan, termasuk Indonesia, yang menawarkan berbagai produk seperti fashion, elektronik, kecantikan, hingga makanan melalui aplikasi dan situs web yang mudah digunakan. Selain memudahkan konsumen, Shopee juga membantu penjual dan umkm memasarkan produknya secara online. Salah satu fitur andalannya adalah *shopee paylater (spaylater)*, metode pembayaran yang diawasi ojk, memungkinkan pengguna membeli barang sekarang dan membayar nanti secara penuh atau cicilan 1, 3, 6, hingga 12 bulan sesuai jatuh tempo (shopee, 2025). Oleh karenanya, tidak sedikit remaja menggunakan shopee untuk berbelanja. dengan menggunakan fitur *shopee paylater* para remaja mendapatkan kemudahan untuk berbelanja dengan membeli sekarang dan bayar nanti atau membayar dengan dicicil dari 1 bulan hingga 12 bulan. Dari kemudahan inilah terjadi sebagaimana remaja menggunakan kemudahan tersebut bukan untuk memenuhi kebutuhannya, akan tetapi untuk memenuhi keinginannya sehingga terjadilah perilaku konsumtif pada remaja.

Jika ditinjau berdasarkan kota, Bekasi menempati posisi teratas dengan proporsi konsumen sebesar 9%, diikuti oleh Tangerang dan Jakarta Selatan yang masing-masing mencapai 8%, serta Bandung dan Jakarta Barat masing-masing sebesar 7%. Beberapa kota besar di luar Pulau Jawa, seperti Medan, Palembang, dan Denpasar, turut menunjukkan kontribusi signifikan dalam transaksi daring, dengan kisaran 1% hingga 2%. Temuan ini mengindikasikan bahwa dominasi konsumen berada di wilayah Jawa. adapun Bandung menjadi salah satu kota yang memiliki konsumen yang banyak yaitu berada pada tingkat ke empat (Kredivo & katadata, 2020: 8).

Berdasarkan observasi dan wawancara awal dengan beberapa remaja di Karang Taruna Rw 16, Ranacaekak Kencana, terungkap bahwa perilaku konsumtif, seperti kecenderungan berbelanja *online* menggunakan shopee

paylater, kebiasaan boros, membeli barang mahal yang fungsinya tidak berbeda dengan barang yang sudah dimiliki sebelumnya, serta mudah terpengaruh oleh iklan dan keinginan untuk selalu bergaya, sering kali terjadi. Remaja tersebut cenderung mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, sehingga kebutuhan mereka sering kali tidak terpenuhi karena uang telah habis untuk memenuhi keinginan. Perilaku konsumtif ini sering dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor internal maupun faktor yang ada di lingkungan sekitar.

Indri Anggraini dalam Mujahidah (2022: 4) mengelompokkan tingkat perilaku konsumtif berdasarkan frekuensi aktivitas belanja dalam satu bulan ke dalam empat kategori, yaitu rendah, sedang, tinggi, dan sangat tinggi. Kategori rendah ditandai dengan frekuensi belanja sebanyak 1–3 kali per bulan, kategori sedang 4–6 kali per bulan, kategori tinggi 7–9 kali per bulan, serta kategori sangat tinggi apabila frekuensi belanja melebihi 10 kali dalam satu bulan. Mengacu pada klasifikasi tersebut, peneliti memperkirakan bahwa perilaku konsumtif remaja berada pada tingkat tinggi, meskipun sebagian lainnya menunjukkan kecenderungan pada kategori sedang.

Perilaku konsumtif pada remaja bisa menjadi masalah serius. Selain berdampak pada kondisi finansial, ia juga dapat memengaruhi kesehatan mental. Remaja yang konsumtif cenderung mudah stres, merasa tidak pernah cukup, dan akhirnya sulit bersyukur. Kondisi ini bisa berlanjut hingga dewasa jika tidak ditangani sejak dini. Oleh karena itu, dibutuhkannya pendekatan yang tidak hanya bersifat ekonomi atau psikologis, tetapi juga spiritual. Perilaku konsumtif merupakan kebiasaan seseorang dalam membeli barang atau jasa tanpa mempertimbangkan nilai guna atau kebutuhan yang sebenarnya. Tindakan ini biasanya muncul dari dorongan untuk mendapatkan kepuasan pribadi, meskipun barang yang dibeli tidak terlalu diperlukan dalam kehidupan sehari-hari (Siallagan, dkk., 2021: 54).

Menurut Tambunan, kecenderungan berperilaku konsumtif sering kali dialami oleh kalangan remaja. Hal ini disebabkan karena remaja merupakan kelompok konsumen yang rentan terpengaruh oleh daya tarik iklan. Pada umumnya, remaja belum memiliki pola pikir yang mempertimbangkan prinsip

hidup hemat dan cenderung bertindak secara impulsif. Banyak remaja membeli barang bukan karena kebutuhan, melainkan hanya ingin mengikuti tren, tanpa mempertimbangkan fungsi atau manfaat dari produk tersebut. Fenomena ini diduga berkaitan dengan lemahnya pemahaman terhadap nilai-nilai ajaran Islam, khususnya yang berkaitan dengan larangan berperilaku boros atau konsumtif (Duhani, 2022: 4).

Secara umum, perilaku konsumtif ditandai dengan kecenderungan untuk membeli barang-barang sekunder yakni barang-barang yang bukan merupakan kebutuhan pokok secara berlebihan. Hal ini biasanya dilakukan bukan karena kebutuhan, melainkan karena keinginan semata (Pulungan & Febriaty, 2018: 104). Menurut Astuti (2013: 80), perilaku konsumtif pada remaja memiliki sejumlah karakteristik khas, antara lain: 1. Mudah terpengaruh oleh bujuk rayu penjual, 2. Rentan terpengaruh oleh iklan, 3. Tidak memiliki kesadaran untuk hidup hemat, dan 4. Kurang memiliki sikap realistis dalam mengelola kebutuhan.

Adapun penyebab dari terbentuknya perilaku konsumtif ini berasal dari dua sisi, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup usia, gaya hidup, motivasi, tingkat harga diri, persepsi terhadap suatu barang, pengetahuan, kepribadian, hingga keyakinan pribadi. Sementara faktor eksternal meliputi budaya yang dianut, kondisi sosial di sekitar, kelompok pertemanan, serta pengaruh lingkungan terdekat seperti keluarga (Siallagan, dkk., 2021: 55).

Menurut Pulungan & Febriaty (2018: 104), perilaku konsumtif berpotensi menimbulkan gaya hidup boros, mengurangi kemampuan individu untuk menabung, serta membuat seseorang kurang memperhatikan kebutuhan jangka panjang atau masa depan. Hal ini membuat pengelolaan keuangan pribadi menjadi tidak sehat dan cenderung merugikan dalam jangka panjang.

Perilaku konsumtif tercermin dalam gaya hidup yang cenderung berlebihan, di mana seseorang membeli barang untuk memenuhi keinginan mendapatkan kepuasan dan kenyamanan secara fisik. Menurut (Julitasari, 2017: 14), perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan atau bahkan tidak diperlukan, dilakukan secara berlebihan, hingga akhirnya menjadi pemborosan tanpa mempertimbangkan manfaat yang nyata bagi

diri sendiri. Selain itu, perilaku ini juga bertentangan dengan prinsip-prinsip nilai syari'ah dalam konsumsi. Sementara itu, (Suminar & Meiyuntari, 2015: 147) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif terjadi ketika individu mengkonsumsi barang dan jasa semata-mata untuk memperoleh sesuatu yang dianggap lebih baru, lebih bagus, lebih banyak, dan melebihi kebutuhan riilnya. Tujuan akhirnya adalah untuk mendapatkan rasa puas dari kepemilikan benda-benda tersebut, meskipun kebutuhan sebenarnya telah terpenuhi.

Sebagaimana Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana dan tidak berlebihan dalam berbagai hal. Allah SWT dengan tegas menyatakan bahwa Dia tidak menyukai perilaku mubazir atau berlebih-lebihan, sebagaimana dijelaskan dalam salah satu ayat Al-Qur'an.

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya: *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”* (Q.S Al-A'raf: 31).

Ayat tersebut mengandung pesan bahwa Allah SWT tidak menyukai perilaku berlebihan, termasuk dalam hal konsumsi. Allah memerintahkan umat-Nya untuk menaati semua perintah dan menjauhi segala larangan-Nya. Dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa harta yang dimiliki hendaknya dibelanjakan sesuai dengan kebutuhan yang bermanfaat, bukan sekadar untuk memenuhi keinginan semata. Dengan demikian, pengeluaran yang dilakukan seharusnya proporsional, sesuai kebutuhan, dan tidak berlebihan (Duhani, 2022: 5).

Ditegaskan lagi dalam ayat yang lain, bahwa perilaku berlebih-lebihan atau mubazir sangat tidak dianjurkan. Allah SWT menegaskan dalam Al-Qur'an bahwa Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan sebagaimana yang tercantum dalam (QS. Al-Isra': 26–27).

وَاٰتِ ذَا الْقُرْبٰى حَقَّهٗ وَالْمَسْكِيْنَ وَابْنَ السَّبِيْلِ وَلَا تُبْذِرْ اَمْوَالَكُم مِّنْ دُوْنِهَا

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya, (juga kepada) orang miskin, dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S Al-Isra. 26).

Berikanlah hak-hak kepada kerabat terdekat, baik dari garis keturunan ayah maupun ibu, dalam bentuk bantuan, kebaikan, atau menjaga hubungan silaturahmi. Selain itu, penuhilah hak orang-orang miskin dan para musafir dengan menunaikan zakat, memberikan sedekah yang dianjurkan, atau bantuan lain sesuai kebutuhan mereka. Namun, dalam membelanjakan harta, hindarilah sikap boros dengan menggunakannya untuk hal-hal yang tidak membawa manfaat atau kemaslahatan.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

“Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya” (Q.S Al-Isra. 27).

Allah mengecam perbuatan membelanjakan harta secara berlebihan. Dalam firman-Nya disebutkan bahwa orang-orang yang bersikap boros adalah saudara-saudara setan. Yang dalam konteks modern dikenal sebagai perilaku konsumtif. Mereka membelanjakan harta tanpa pertimbangan yang bijak karena mengikuti bisikan setan. Oleh sebab itu, perilaku boros dikategorikan sebagai sifat setan, dan setan sendiri dikenal sebagai makhluk yang kufur terhadap nikmat dan anugerah yang diberikan oleh Tuhannya.

Menurut Sumartono dalam Nazula (2023:17), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor Internal mencakup aspek-aspek psikologis individu seperti motivasi, harga diri, hasil pengamatan, proses belajar, kepribadian, serta konsep diri. Faktor-faktor ini berperan dalam membentuk pola pikir dan dorongan seseorang dalam melakukan konsumsi. Faktor eksternal, meliputi pengaruh lingkungan sosial, seperti keluarga, budaya, kelas sosial, dan kelompok sosial tempat individu berinteraksi. Faktor-faktor eksternal ini membentuk nilai dan norma yang kemudian memengaruhi perilaku konsumsi seseorang.

Menurut Heni (2013: 5), memiliki rasa syukur yang tinggi dapat membantu menekan perilaku konsumtif, serta mendorong remaja untuk lebih mendekatkan

diri kepada Allah SWT. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Q.S Al-Baqarah ayat 152.

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴿١٥٢﴾

“Maka ingatlah kepada Ku, niscaya Aku akan ingat kepadamu, Bersyukurlah kepada Ku, dan janganlah kamu ingkar kepada Ku” (Q.S Al-Baqarah: 152).

Ayat tersebut menegaskan perintah Allah SWT kepada umat-Nya untuk senantiasa mengingat dan bersyukur kepada-Nya, sebagai bentuk kesadaran atas Kebesaran dan Keesaan Allah serta atas segala nikmat dan karunia yang telah diberikan. Rasa syukur kepada Allah SWT diwujudkan melalui pengetahuan, hati, ucapan, dan perbuatan. Dengan bersyukur, Allah SWT berjanji akan menambahkan nikmat kepada hamba-Nya, sekaligus memperingatkan agar tidak mengingkari nikmat yang telah diberikan.

Salah satu nilai utama yang diajarkan dalam Islam untuk menghindari perilaku ini adalah syukur. Syukur adalah sikap menerima dan menghargai segala nikmat yang diberikan Allah SWT, baik melalui hati, ucapan, maupun perbuatan. Secara bahasa, syukur berarti bentuk penghormatan dan pengagungan kepada pihak yang telah berbuat kebaikan atas dirinya. Hakikat syukur terletak pada upaya menampakkan nikmat yang diterima, yaitu dengan menggunakan dan memperlihatkan nikmat tersebut sesuai dengan kondisi dan tempat yang semestinya. Selain itu, syukur juga diwujudkan melalui lisan, yakni dengan memuji Sang Pemberi nikmat menggunakan alat indera, khususnya lidah. Dalam pengertian istilah, syukur adalah pengakuan atas segala kenikmatan yang diberikan oleh Allah, disertai dengan rasa pasrah kepada-Nya, serta memanfaatkan nikmat tersebut sesuai dengan tujuan dan kehendak Allah SWT (Shihab, 1996: 216).

Syukur merupakan bentuk pengakuan atas nikmat yang diterima, yang diwujudkan melalui kebaikan dalam hati, ucapan, dan tindakan. Bersyukur dengan hati berarti menyadari sepenuhnya bahwa segala nikmat berasal dari Allah SWT, tanpa lalai ataupun melupakannya. Adapun wujud syukur melalui lisan adalah dengan memuji dan menyanjung Allah, sedangkan melalui perbuatan diwujudkan

dengan menggunakan anggota tubuh untuk beribadah sebagai ungkapan rasa terima kasih atas anugerah yang telah diberikan oleh Allah SWT (Duhani, 2022: 18).

Imam Al-Ghazali dalam kitab *Ihya' Ulumiddin*. Beliau menjelaskan bahwa Syukur merupakan ungkapan rasa terima kasih dan menerima dengan rasa kerendahan diri atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah serta menguakannya sesuai kehendak-Nya sesuai yang diwujudkan dalam ilmu (pengetahuan), qalbu (hati), ucapan (lisan), dan semua anggota badan (perbuatan) (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Syukur juga merupakan salah satu kajian dalam psikologi positif yang berperan dalam mendorong individu untuk melakukan perilaku prososial. Sikap bersyukur dapat mengurangi emosi negatif, meningkatkan kebahagiaan, serta melindungi seseorang dari risiko gejala depresi. Syukur membawa perasaan bahagia dan kenyamanan batin, bahkan dapat meningkatkan motivasi seseorang. Dengan demikian, syukur menjadi bagian dari karakter individu yang berpikir positif dan mampu mengarahkan kehidupan ke arah yang lebih optimis dan bermakna (Putra, 2014: 37).

Dari pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa remaja saat ini cenderung terpengaruh oleh perilaku konsumtif, yaitu kecenderungan untuk membeli barang berdasarkan keinginan, bukan kebutuhan. Hal ini dapat berdampak negatif pada kondisi keuangan dan memengaruhi kesehatan mental, karena remaja yang konsumtif sering merasa stres, tidak pernah merasa cukup, dan kesulitan untuk bersyukur (Duhani, 2022: 4).

Untuk mengatasi atau mengurangi perilaku konsumtif tersebut, peneliti menawarkan syukur sebagai solusi. Syukur dapat meningkatkan kepuasan hidup, menciptakan optimisme, dan mengurangi rasa iri. Allah SWT memerintahkan umat-Nya untuk selalu bersyukur atas segala nikmat yang diberikan, karena syukur akan mendatangkan kebaikan bagi yang melakukannya (Heni, 2013: 5). Dengan demikian, membangun rasa syukur di kalangan remaja bukan hanya penting dari sisi religiusitas, tetapi juga sebagai upaya preventif untuk membentuk

generasi yang lebih bijak, bertanggung jawab, dan tahan terhadap tekanan gaya hidup konsumtif di era modern ini.

Menanggapi dari beberapa penjelasan dan pemaparan masalah di atas, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “HUBUNGAN SYUKUR DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA SHOPEE *PAYLATER* (Studi Kasus pada Karang Taruna di Rw 16, Rancaekek Kencana).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, fokus persoalan yang akan ditemukan jawabannya dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran syukur pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw 16, rancaekek kencana?
2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw 16, rancaekek kencana?
3. Bagaimana hubungan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw16, rancaekek kencana?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan diadakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran syukur pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw 16, rancaekek kencana.
2. Untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw 16, rancaekek kencana.
3. Untuk mengetahui hubungan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater* karang taruna rw 16, rancaekek kencana.

D. Manfaat Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki beberapa manfaat bagi para pembaca sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi dalam memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai hubungan antara syukur dan perilaku konsumtif di kalangan remaja.
- b. Penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi sumber informasi yang berguna, tetapi juga dapat dijadikan bahan diskusi dan referensi ilmiah untuk memahami serta mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan mampu memicu pemikiran kritis dan menjadi pijakan bagi penelitian-penelitian lanjutan yang lebih mendalam.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

- a. Bagi remaja, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi untuk menumbuhkan rasa syukur dan mengendalikan perilaku konsumtif, khususnya dalam penggunaan *shopee paylater*.
- b. Bagi orang tua dan keluarga, penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam membimbing anak remaja agar memiliki pola hidup hemat dan bertanggung jawab.
- c. Bagi lembaga pendidikan dan keagamaan, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam pembinaan karakter remaja berbasis nilai-nilai syukur.
- d. Penelitian ini juga dapat menjadi rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji hubungan antara syukur dan perilaku konsumtif.
- e. Memberikan pemahaman bagi masyarakat umum tentang pentingnya menanamkan nilai syukur untuk menghindari gaya hidup konsumtif di era modern.

E. Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini, persepsi difokuskan pada rasa syukur sebagai upaya untuk mencegah atau mengurangi perilaku konsumtif di kalangan remaja. Asumsi dasar yang digunakan adalah bahwa rasa syukur dapat membentuk individu agar terhindar dari perilaku konsumtif yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Menurut Masyhuri, yang mengutip pendapat Muhammad Syafi'i dalam bukunya *Dahsyatnya Syukur*, kata "syukur" dalam Ensiklopedi Islam berasal dari istilah *asy-syukr* yang berarti ucapan, perbuatan, dan sikap sebagai bentuk terima kasih, serta *al-hamdu* yang bermakna pujian. Secara istilah syariat, syukur diartikan sebagai pengakuan terhadap nikmat yang diberikan Allah SWT, disertai dengan ketundukan kepada-Nya dan penggunaan nikmat tersebut sesuai dengan kehendak-Nya. Dalam pandangan ilmu tasawuf, syukur dimaknai sebagai ungkapan, sikap, dan perbuatan terima kasih yang tulus kepada Allah atas segala nikmat dan karunia yang dianugerahkan-Nya (Masyhuri, 2018: 6).

Syukur adalah sikap menerima dan menghargai segala nikmat yang diberikan Allah SWT, baik melalui hati, ucapan, maupun perbuatan. Secara bahasa, syukur berarti bentuk penghormatan dan pengagungan kepada pihak yang telah berbuat kebaikan atas dirinya. Hakikat syukur terletak pada upaya menampakkan nikmat yang diterima, yaitu dengan menggunakan dan memperlihatkan nikmat tersebut sesuai dengan kondisi dan tempat yang semestinya. Selain itu, syukur juga diwujudkan melalui lisan, yakni dengan memuji Sang Pemberi nikmat menggunakan alat indera, khususnya lidah. Dalam pengertian istilah, syukur adalah pengakuan atas segala kenikmatan yang diberikan oleh Allah, disertai dengan rasa pasrah kepada-Nya, serta memanfaatkan nikmat tersebut sesuai dengan tujuan dan kehendak Allah SWT (Shihab, 1996: 213).

Menurut Muhammad Quraish Shihab dalam bukunya *Wawasan Al-Quran: Tafsir tematik atas pelbagai persoalan umat*, syukur mencakup tiga bentuk utama, yaitu: Syukur dengan Hati Merupakan kesadaran penuh bahwa seluruh nikmat yang diterima adalah murni anugerah, karunia, dan kemurahan dari

Allah SWT. Kesadaran ini membuat seseorang menerima nikmat tersebut dengan ikhlas, tanpa ada rasa keberatan, bahkan ketika nikmat yang diperoleh tampak kecil sekalipun. Syukur dengan Lisan Yaitu mengungkapkan rasa syukur secara nyata melalui ucapan, dengan memuji dan menyatakan terima kasih atas nikmat yang telah diterima. Syukur dengan Perbuatan Dilakukan dengan menggunakan nikmat tersebut sesuai dengan tujuan penciptaannya. Hal ini juga mendorong seseorang untuk merenungkan makna dan maksud dari anugerah yang telah Allah berikan (Shihab, 1996: 216).

Pendapat di atas diperkuat oleh seorang ulama sufi yang kredibel dalam Keilmuan Tasawuf, yaitu Imam Al-Ghazali dalam kitab Ihya' Ulumiddin. Beliau menjelaskan bahwa Syukur merupakan ungkapan rasa terima kasih dan menerima dengan rasa kerendahan diri atas nikmat yang telah diberikan oleh Allah serta mengguakannya sesuai kehendak-Nya sesuai yang diwujudkan dalam ilmu (pengetahuan), qalbu (hati), ucapan (lisan), dan semua anggota badan (perbuatan) (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Rasa syukur kepada Allah dapat diwujudkan melalui empat aspek utama, yaitu dengan ilmu (pengetahuan), qalbu (hati), ucapan (lisan), dan perbuatan.

Syukur dengan pengetahuan mencerminkan kesadaran bahwa segala bentuk nikmat, baik yang tampak maupun yang tersembunyi, sepenuhnya berasal dari Allah. Bersyukur dengan pengetahuan berarti menyadari bahwa setiap ilmu yang dimiliki adalah karunia dari-Nya, menghargainya sebagai anugerah, dan memanfaatkannya untuk tujuan yang bermanfaat serta membawa kebaikan (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Syukur dengan qalbu berarti mengakui atau meyakini setiap nikmat yang diberikan Allah dengan hati yang tulus dan penuh kesadaran akan kebesaran-Nya. Seseorang yang bersyukur dengan qalbu akan merenungkan segala nikmat yang diterima, merasa cukup dengan apa yang dimiliki, merasakan kebahagiaan atas pemberian Allah, serta menerima semua nikmat dengan lapang dada (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Syukur juga dapat diungkapkan melalui ucapan atau lisan. Hal ini dilakukan dengan mengucapkan rasa terima kasih dalam doa atas segala

nikmat yang telah diberikan oleh Allah. Selain itu, mengucapkan kalimat tahmid seperti “*Alhamdulillah*” ketika memperoleh nikmat, menerima kekurangan diri dengan tetap memuji Allah, serta senantiasa berdzikir kepada-Nya adalah bentuk nyata dari syukur lisan (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Adapun syukur dengan perbuatan diwujudkan dengan menggunakan nikmat yang diberikan Allah untuk berbuat kebaikan. Nikmat tersebut seharusnya dimanfaatkan untuk membantu sesama, digunakan di jalan yang diridhai oleh Allah, dan tidak disia-siakan. Salah satu contohnya adalah menggunakan nikmat sehat yang telah diberikan Allah untuk memperbanyak ibadah. Dengan memadukan ketiga aspek ini, seseorang dapat menunjukkan rasa syukur yang utuh dan sempurna kepada Allah SWT (Al-Ghazali, 2011: 1149).

Menurut M. Quraish Shihab, kata *syukur* disebutkan sebanyak 64 kali dalam berbagai ayat di dalam Al-Qur'an. Salah satunya terdapat dalam Surat Ibrahim ayat 7,

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧﴾

“*Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (kenikmatan).*”

Selain itu, dalam Surat Ali-Imran ayat 145 disebutkan bahwa,

وَسَنَجْزِي الشَّاكِرِينَ ﴿١٤٥﴾
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

“*dan Kami akan memberi balasan kepada orang-orang yang bersyukur.*”

Syukur juga merupakan kewajiban yang harus dilakukan manusia, sebagaimana perintah Allah dalam Surat Al-Baqarah ayat 152 yang berbunyi,

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ ﴿١٥٢﴾

“*Bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu mengingkari nikmat-Ku.*” (Shihab, 1996: 217).

Ayat-ayat tersebut menegaskan bahwa syukur bukan sekadar ajakan, melainkan merupakan bentuk perintah Allah agar manusia senantiasa mengingat-Nya, menaati perintah-Nya, dan tidak melakukan perbuatan yang mencerminkan kedurhakaan. Dengan bersyukur, seseorang dapat

mengembangkan sikap hidup yang positif, meningkatkan kesejahteraan mental, serta menghindari perilaku yang kurang baik seperti perilaku konsumtif dan sikap berlebih-lebihan.

Menurut Fromm dalam Salamah (2019: 20) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan dorongan individu di era modern untuk mengonsumsi sesuatu yang sebenarnya tidak lagi berkaitan dengan kebutuhan nyata. Perilaku ini dilakukan secara berlebihan demi memperoleh kesenangan yang bersifat sementara. Fromm juga menguraikan empat dimensi perilaku konsumtif, yaitu: (1) pemenuhan kebutuhan semu, ketika seseorang terus membeli barang demi kepuasan meski tidak benar-benar membutuhkannya; (2) dorongan kompulsif terhadap barang di luar jangkauan yang menimbulkan rasa tidak puas dan keinginan terus-menerus untuk memiliki hal baru; (3) konsumsi berlebihan yang menjadikan barang tidak produktif; dan (4) pembelian berdasarkan status sosial, yakni ketika seseorang membeli barang untuk menunjukkan gengsi atau kedudukan.

Menurut Sumartono dalam Aulia (2019: 15), perilaku konsumtif merujuk pada tindakan membeli yang tidak lagi dilandasi oleh pertimbangan logis atau kebutuhan yang nyata, melainkan lebih didorong oleh dorongan emosional atau keinginan semata. Seseorang dikatakan memiliki perilaku konsumtif apabila melakukan pembelian yang melampaui kebutuhan dasar, dan keputusan konsumsinya lebih didasari oleh keinginan (want) dari pada kebutuhan rasional (need).

Allah SWT dengan tegas menyatakan bahwa Dia tidak menyukai perilaku mubazir atau berlebih-lebihan, sebagaimana dijelaskan dalam salah satu ayat Al-Qur'an Al-A'raf: ayat 31.

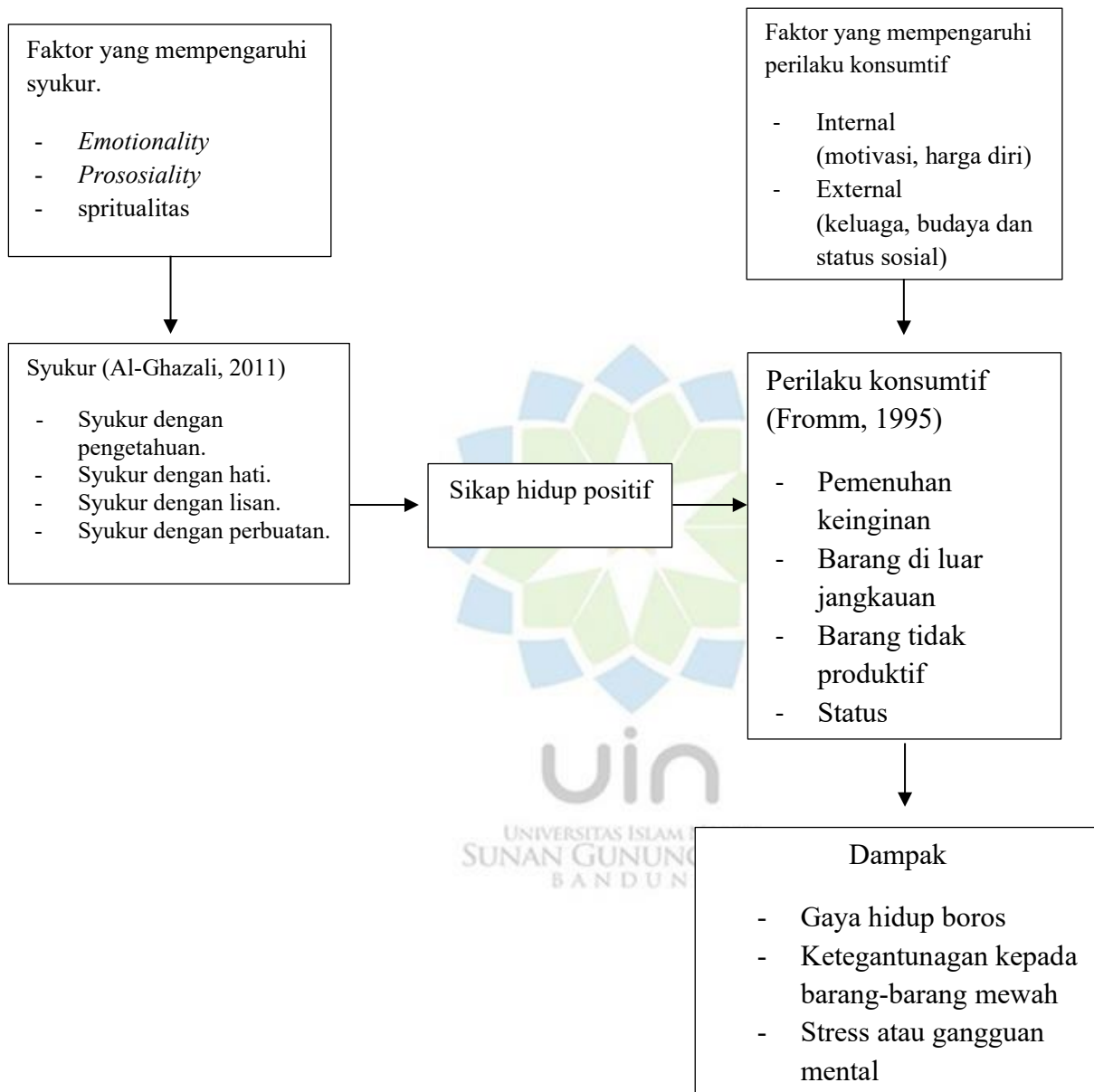
يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ اٰزِيْنَتَكَمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

“Hai anak keturunan Adam, kenakanlah pakaian terbaikmu setiap kali kamu pergi ke masjid. Makan dan minumlah sebagaimana mestinya, namun jangan melampaui batas, karena Allah tidak menyukai orang yang berlebihan.”

Dalam ayat ini juga dijelaskan bahwa harta yang dimiliki hendaknya dibelanjakan sesuai dengan kebutuhan yang bermanfaat, bukan sekadar untuk memenuhi keinginan semata. Dengan demikian, pengeluaran yang dilakukan seharusnya proporsional, sesuai kebutuhan, dan tidak berlebihan.



Gambar 1.1. kerangka Berpikir



F. Hipotesis

Secara etimologis, istilah hipotesis berasal dari dua kata, yaitu *hypo* yang berarti "kurang" dan *thesis* yang berarti "pendapat." Dalam perkembangan bahasa Indonesia, istilah *hypothesis* diadaptasi menjadi "hipotesa," lalu berkembang menjadi "hipotesis," yang merujuk pada sebuah kesimpulan sementara atau pendapat yang masih belum sempurna (Burhan Bungin, 2005: 30).

Menurut Sudjarwo, hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah penelitian. Jawaban ini disebut sementara karena baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui proses pengumpulan data (Basrowi Sudjarwo, 2009: 22). Sementara itu, (Arikunto, 2017: 53). mendefinisikan hipotesis sebagai suatu kebenaran yang bersifat sementara, yang ditetapkan oleh peneliti dan perlu dibuktikan atau diuji kebenarannya melalui penelitian. Hipotesis sendiri terbagi menjadi dua jenis, yaitu: Hipotesis nol (H_0), yaitu pernyataan yang menunjukkan tidak adanya perbedaan atau tidak adanya hubungan antara dua kelompok atau lebih. Hipotesis alternatif (H_a), yaitu pernyataan yang menunjukkan adanya hubungan antara variabel X dan variabel Y atau adanya perbedaan antara keduanya.

Sehubungan dengan hal tersebut, penulis menggunakan hipotesis alternatif dan hipotesis nol sebagai dasar kesimpulan sementara, dengan perumusan sebagai berikut:

H_a : Terdapat hubungan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater*

H_0 : Tidak terdapat hubungan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja pengguna shopee *paylater*

G. Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelusuran terhadap studi-studi sebelumnya, penulis menemukan sejumlah penelitian yang relevan dengan topik penelitian ini. Meskipun ada hubungan dalam aspek pembahasan, penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu yang relevan tersebut adalah sebagai berikut:

Artikel jurnal yang ditulis oleh Aisyah Bahiyyah, Alsa Apriani, dan Putri Awalia (2024) berjudul "Peran Terapi Bersyukur Untuk Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa" bertujuan untuk mengetahui pengaruh terapi syukur terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Metode yang digunakan adalah metode kuasi eksperimen dengan desain one group pre-test dan post-test. Penelitian ini melibatkan 20 mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di UIN Raden Fatah Palembang yang menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif. Para partisipan diberikan perlakuan berupa terapi syukur yang dilaksanakan selama empat minggu, satu kali pertemuan setiap minggunya dengan durasi 20 menit per sesi. Hasil penelitian menunjukkan adanya penurunan yang signifikan dalam perilaku konsumtif setelah pelaksanaan terapi syukur. Terapi ini tidak hanya berhasil mengurangi dorongan belanja berlebihan, tetapi juga mendorong perubahan pola pikir peserta menuju nilai-nilai yang lebih berkelanjutan dan memuaskan, yang tidak hanya berorientasi pada materi. Persamaan dengan peneliti terdahulu terletak pada pembahasan yang sama membahas syukur dan perilaku konsumtif. Adapun perbedaannya Penelitian terdahulu menggunakan eksperimen dengan pemberian terapi syukur pada mahasiswa, sedangkan penelitian penulis menggunakan metode korelasional tanpa intervensi pada remaja Karang Taruna (Bahiyyah, dkk., 2024).

Artikel jurnal yang ditulis oleh Riskawati Saleh, Wantini, A.M. Diponegoro (2023) berjudul "Analisis Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Psikologi Islam" Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku konsumtif dari sudut pandang psikologi Islam. Peneliti mengidentifikasi bahwa perilaku konsumtif saat ini semakin meningkat, terutama disebabkan oleh kemajuan teknologi, maraknya belanja daring, serta pengaruh gaya hidup modern. Dalam kajian ini, perilaku konsumtif dipahami sebagai bentuk dari ketidakmampuan individu mengendalikan dorongan untuk memiliki sesuatu secara berlebihan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif berupa studi pustaka. Dua konsep utama dari psikologi Islam yang diajukan sebagai solusi untuk menekan perilaku konsumtif adalah sabar dan syukur. Syukur diposisikan sebagai sikap yang dapat menumbuhkan kesadaran atas nikmat yang sudah dimiliki, sehingga individu

tidak terdorong untuk terus membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan. Penelitian ini bersifat konseptual dan normatif, tanpa menguji hubungan antar variabel secara statistik. Adapun perbedaan dengan penelitian terdahulu yaitu penelitian terdahulu yang bersifat teoretis dan umum, sedangkan yang akan diteliti memiliki fokus subjek yang spesifik, yaitu remaja yang tergabung dalam komunitas Karang Taruna pada lokasi tertentu. Sedangkan persamaannya Sama-sama menyoroti perilaku konsumtif sebagai fenomena yang meningkat akibat perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi. Sama-sama menempatkan syukur sebagai solusi untuk menekan perilaku konsumtif. Sama-sama menggunakan kerangka Islam sebagai dasar teori (Saleh, dkk., 2023).

Artikel jurnal yang berjudul "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja" oleh Eni Lestarina, Hasnah Karimah, Nia Febrianti, Ranny, dan Desi Harlina (2017), membahas tentang perilaku konsumtif yang marak terjadi di kalangan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum tentang perkembangan remaja dan kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul akibat faktor internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa perilaku konsumtif muncul karena pengaruh gaya hidup, media, keinginan untuk diterima dalam kelompok sosial, serta keinginan untuk meningkatkan harga diri. Adapun aspek perilaku konsumtif yang dibahas meliputi pembelian impulsif, pemborosan, dan pencarian kesenangan semata tanpa pertimbangan kebutuhan. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja diidentifikasi sebagai faktor internal (motivasi, kepribadian, konsep diri) dan faktor eksternal (keluarga, teman sebaya, budaya, dan media massa). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan mengkaji karakteristik, aspek, serta penyebab munculnya perilaku konsumtif di kalangan remaja, khususnya remaja putri. penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama mengkaji perilaku konsumtif remaja, peneliti memiliki pembeda kuat yaitu mengaitkan perilaku konsumtif dengan tingkat rasa syukur, sedangkan penelitian terdahulu hanya fokus pada faktor-faktor pembentuk perilaku konsumtif tanpa menghubungkannya dengan aspek spiritual atau keagamaan seperti syukur (Lestarina, dkk., 2017).

Artikel jurnal yang ditulis oleh Fisnu Anggara Fitrianta dan Ayatullah Kutub Hardew (2024) berjudul *“Hubungan Qana’ah dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Rantau”* menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan 151 responden. Hasil penelitian menunjukkan nilai $r = -0,423$ dan $p = 0,000$, yang berarti terdapat hubungan negatif signifikan antara qana’ah dan perilaku konsumtif semakin tinggi qana’ah, semakin rendah perilaku konsumtif. Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan diteliti oleh penulis karena sama-sama meneliti faktor psikologis yang menekan perilaku konsumtif, meski variabel yang digunakan berbeda antara qana’ah dengan syukur dan subjeknya pun berbeda mahasiswa rantau dengan remaja pengguna Shopee PayLater (Fitrianta & Hardew, 2024).

Artikel Jurnal yang ditulis oleh Pramesti Cahyani (2025) berjudul *“Fenomena Perilaku Konsumtif di Era Digital dalam Perspektif Psikologi Islam”* menggunakan metode studi literatur untuk meninjau perilaku konsumtif dari sudut pandang Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sabar dan syukur dapat mengurangi perilaku konsumtif, karena keduanya menumbuhkan kesadaran untuk hidup sederhana dan bijak dalam menggunakan nikmat Allah. Penelitian ini relevan dengan penelitian penulis, karena sama-sama menyoroti peran syukur dalam mengendalikan perilaku konsumtif, meskipun dengan metode dan subjek yang berbeda (Cahyani, 2025).

Adapun penelitian ini posisinya, mengembangkan dari penelitian sebelumnya yang menjadikan syukur sebagai fokus utama dalam mencari hubungan dengan perilaku konsumtif.