

DAMPAK PENGGUNAAN TIKTOKSHOP TERHADAP GAYA HIDUP PADA GENERASI Z MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

Ade Ihwani Harahap¹, Romi Adetio Setiawan², Anwar Junaidi³

¹ Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; Adeihwani10@gmail.com

² Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; Romiadetio@mail.uinfabengkulu.ac.id

³ Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; Anwarjunaidi@mail.uinfabengkulu.ac.id

Abstract

Keywords:
*TikTokShop,
Consumptive
Lifestyle, Impact
of Use.*

The development of social commerce through the TikTok platform has changed Generation Z consumption patterns, particularly in their impulsive online shopping behavior. This study aims to analyze the influence of TikTok use on the consumer lifestyle of Generation Z students and its impact on financial management, from an Islamic economic perspective. This study used a quantitative approach with a survey method. Data were obtained from 82 respondents, students from the Faculty of Islamic Economics and Business, Fatmawati Sukarno State Islamic University, Bengkulu, from the class of 2021 who actively use TikTok. Data analysis techniques used validity, reliability, normality tests, and partial t-tests using SPSS. The results showed that TikTok use had a positive and significant effect on the consumer lifestyle of Generation Z students. Furthermore, a consumer lifestyle had a significant effect on student financial management. A consumer lifestyle was also shown to mediate the influence of TikTok use on financial management. From an Islamic economic perspective, these findings indicate that uncontrolled consumer behavior has the potential to conflict with the principles of simplicity and wise wealth management. Therefore, it is necessary to increase Islamic financial literacy so that the use of TikTok Shop remains in line with Islamic values.

Abstrak

Kata kunci:
*Tiktokshop,
Gaya Hidup,
Dampak
Penggunaan.*

Perkembangan social commerce melalui platform Tiktokshop telah mengubah pola konsumsi Generasi Z, khususnya dalam perilaku belanja online yang cenderung impulsif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan Tiktokshop terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z serta dampaknya terhadap pengelolaan keuangan, dengan tinjauan perspektif ekonomi Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh dari 82 responden mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu dan merupakan angkatan 2021 yang aktif menggunakan Tiktokshop. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji normalitas, serta uji t parsial dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Tiktokshop berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z. Selanjutnya, gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa. Gaya hidup konsumtif juga terbukti memediasi pengaruh penggunaan Tiktokshop terhadap pengelolaan keuangan. Dari perspektif ekonomi Islam, temuan ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang tidak terkontrol berpotensi bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dan pengelolaan harta secara bijak. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan literasi keuangan syariah agar pemanfaatan Tiktokshop tetap selaras dengan nilai-nilai Islam.

Diajukan :
Desember 2025

Diterima :
Januari 2026

Diterbitkan :
Januari 2026

Corresponding Author:

Ade Ihwani Harahap

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu; Adeihwani10@gmail.com

PENDAHULUAN

Tiktokshop muncul sebagai fitur terbaru dalam aplikasi Tiktok yang diluncurkan pada 17 April 2021. Fitur ini sangat memudahkan penggunanya lantaran semua telah tersedia hanya dalam satu aplikasi mulai dari pengenalan produk, pemilihan produk, proses transaksi, komunikasi dengan penjual, hingga pengiriman dan penilaian produk. Fitur ini disediakan untuk para pengguna tiktok dengan akun bisnis. Tiktokshop ini memberikan kesempatan bagi mereka dan penjual untuk mengembangkan usaha mereka melalui fitur Tiktokshop di aplikasi tiktok.

Salah satu alasan utama mengapa fitur Tiktokshop semakin diminati adalah adanya promosi dan diskon yang menarik. Selain itu, tawaran *cashback*, hadiah, serta insentif untuk mencoba produk baru selama periode penjualan tertentu, dan juga menjadi faktor penting yang mendorong pengguna tiktok untuk berbelanja. aplikasi tiktok menyediakan berbagai kategori produk yang dapat dibeli, mulai dari barang kecantikan, fashion, hingga peralatan kesehatan dan olahraga.

Generasi Z adalah kelompok yang sejak lahir telah berinteraksi dengan kemajuan teknologi. Pengasuhan mereka banyak didukung oleh teknologi dan internet. Mereka lahir antara tahun 1995 hingga 2012, sehingga tidak pernah merasakan kehidupan tanpa adanya teknologi dan internet. Kehadiran teknologi dan internet menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Bagi Generasi Z, teknologi dan internet bukanlah sekedar inovasi, melainkan sesuatu yang esensial. Kemajuan teknologi dan cepatnya arus informasi melalui internet telah memberikan dampak besar pada kehidupan mereka. Generasi Z merupakan salah satu generasi yang harus mempersiapkan diri 46 dalam perubahan zaman dan perkembangan era penggunaan teknologi.

Adanya fitur Tiktokshop di aplikasi tiktok membawa berbagai dampak positif dan negatif, di mana tiktokshop mendorong Generasi Z termotivasi untuk menjadi *reseller*, *dropshipper*, atau *content creator* yang menjual produk secara halal, sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dalam mendorong aktivitas produktif dan muamalah yang baik. Tiktokshop juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan produk-produk halal dan lokal jika dimanfaatkan dengan benar dan sesuai syariah. Dan Jika diarahkan

Title: Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

dengan baik, Tiktokshop bisa menjadi media untuk menyebarkan konten edukatif tentang konsumsi bijak dan pengelolaan keuangan Islami.

Pemanfaatan Tiktokshop berdampak pada gaya hidup Generasi Z dengan mendorong perilaku konsumtif yang sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti pengendalian diri dan kepatuhan terhadap etika dalam berbelanja. Situasi ini menimbulkan tantangan dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan saat berbelanja. Fenomena ini sangat diminati oleh Generasi Z, generasi ini sangat terbiasa dengan penggunaan teknologi dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Tiktokshop menjadi bagian dari gaya hidup konsumtif mereka, di mana keputusan pembelian sering kali dipengaruhi oleh tren, *endorsement* dari *influencer*, serta dorongan emosional dari konten video yang viral. Namun, di balik kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan, muncul sejumlah permasalahan dari sisi gaya hidup dan ekonomi, terutama jika ditinjau dari perspektif ekonomi Islam. Gaya hidup konsumtif yang tidak dibarengi dengan kesadaran terhadap nilai-nilai syariah dapat mendorong perilaku boros, pemborosan waktu, hingga pengabaian terhadap prinsip-prinsip seperti kesederhanaan dan tanggung jawab dalam mengelola harta.

Pandangan dan pendekatan terhadap ekonomi yang didasarkan pada prinsip-prinsip dan nilai-nilai yang terdapat dalam ajaran Islam, khususnya dalam Al-Qur'an dan Sunnah. Ekonomi Islam menekankan pentingnya keseimbangan antara keuntungan materi dan tanggung jawab sosial, dengan tujuan mencapai kesejahteraan dan kemaslahatan bagi umat manusia. Dalam mempelajari dampak penggunaan Tiktokshop terhadap gaya hidup generasi Z dalam perspektif ekonomi Islam yaitu berfokus pada dampak penggunaan aplikasi tiktok terhadap ekonomi Islam seperti pengaruhnya terhadap pendapatan pengguna. dan potensi bisnis yang dapat dikembangkan melalui platform dan bagaimana pengguna Tiktokshop dapat mempengaruhi gaya hidup generasi z termasuk perilaku konsumsi, pola belanja, dan keputusan finansial yang diambil oleh mereka.

Berdasarkan fenomena diatas penting untuk mengkaji dampak penggunaan Tiktokshop terhadap gaya hidup Generasi Z dari perspektif ekonomi Islam, guna memahami sejauh mana fenomena ini selaras atau bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam dalam aktivitas ekonomi dan konsumsi khususnya pada generasi z di

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno (UINFAS) Bengkulu. Oleh karena itu penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z Di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, yang bertujuan untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel secara empiris berdasarkan data numerik. Lokasi penelitian dilakukan di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, khususnya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Generasi Z yang menggunakan Tiktokshop di lingkungan FEBI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden yaitu mahasiswa FEBI angkatan 2021, berusia antara 18-24 tahun, serta aktif menggunakan fitur Tiktokshop. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 82 responden.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner yang disusun menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel penggunaan Tiktokshop, gaya hidup konsumtif, dan pengelolaan keuangan mahasiswa, yang diadaptasi dari teori dan penelitian terdahulu. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS Statistics.

Tahapan analisis data meliputi beberapa pengujian statistik, Uji Validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana butir pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi Pearson Product Moment, dengan kriteria nilai r -hitung $>$ r -tabel pada taraf signifikansi 0,05. Uji Reliabilitas, bertujuan untuk mengetahui konsistensi instrumen penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan ketentuan nilai Alpha $>$ 0,60 menunjukkan instrumen reliabel. Uji Normalitas, digunakan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan menggunakan Kolmogorov-Smirnov Test, dengan kriteria nilai signifikansi $>$ 0,05 yang menunjukkan data berdistribusi normal.

Title: Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

Uji t Parsial, digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel serta melihat nilai signifikansi (Sig.). Jika nilai Sig. < 0,05, maka hipotesis penelitian dinyatakan diterima. Melalui tahapan analisis tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai pengaruh penggunaan Tiktokshop terhadap gaya hidup konsumtif serta dampaknya terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Generasi Z dalam perspektif ekonomi Islam.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Penelitian

Dari proses pengumpulan data melalui kuesioner terstruktur yang disebarakan menggunakan Google Form, diperoleh sebanyak 82 responden. Data yang dikumpulkan telah diverifikasi terlebih dahulu untuk mengeliminasi data yang tidak valid guna memastikan keakuratan hasil analisis penelitian. Profil responden dalam penelitian ini dianalisis untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik sampel penelitian. Responden dikelompokkan ke dalam beberapa kategori berdasarkan nama, usia, prodi/fakultas, angkatan 2021, dan aktif menggunakan tiktokshop.

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah data yang didapat lapangan memang benar-benar layak untuk diteliti atau tidak. Pada pengujian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Metode yang digunakan untuk menilai validitas kuesioner tersebut adalah korelasi produk moment.

Untuk jumlah responden $n=82$, maka derajat kebebasan $(df) = n-2 = 80$ untuk tingkat signifikan 5% , nilai $r_{tabel} = 0,220$

Jadi item pernyataan dinyatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{table}$

Tabel 1
Hasil uji validitas variable

No butir soal	rhitung	rtabel	Kriteria
1	0,671	0,220	Valid
2	0,764	0,220	Valid
3	0,767	0,220	Valid
4	0,727	0,220	Valid
5	0,667	0,220	Valid
6	0,832	0,220	Valid
7	0,713	0,220	Valid
8	0,759	0,220	Valid
9	0,752	0,220	Valid
10	0,610	0,220	Valid
11	0,655	0,220	Valid
12	0,729	0,220	Valid
13	0,774	0,220	Valid
14	0,750	0,220	Valid
15	0,619	0,220	Valid
16	0,765	0,220	Valid
17	0,741	0,220	Valid
18	0,770	0,220	Valid
19	0,710	0,220	Valid
20	0,813	0,220	Valid

Sumber: hasil dari olahan data, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas menggunakan korelasi product moment, diperoleh bahwa seluruh item pertanyaan memiliki nilai r-hitung lebih besar daripada nilai r-tabel (0,220) pada taraf signifikan 5%. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrument penelitian.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpa > 0,60.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	82	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	82	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.953	20

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	69.28	190.846	.633	.952
P2	70.09	186.202	.731	.951
P3	69.77	185.390	.733	.951
P4	69.39	189.179	.694	.951
P5	69.43	192.174	.631	.952
P6	69.83	184.810	.808	.949
P7	70.06	187.441	.674	.951
P8	69.99	185.346	.723	.951
P9	69.78	186.988	.718	.951
P10	69.66	192.005	.565	.953
P11	69.66	191.857	.616	.952
P12	69.90	187.669	.692	.951
P13	69.68	188.071	.745	.950
P14	69.51	190.747	.723	.951
P15	69.98	190.666	.571	.953
P16	69.55	187.658	.735	.950
P17	69.49	188.994	.709	.951
P18	69.50	186.846	.739	.950
P19	69.41	188.962	.674	.951
P20	69.54	187.215	.790	.950

Sumber: Hasil Olahan Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4.2.2 Menunjukkan bahwa kuesioner dengan 20 item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini reliabel dan layak digunakan untuk

penelitian selanjutnya. Tidak diperlukan revisi atau penghapusan item karena seluruh butir memberikan kontribusi positif terhadap reliabilitas keseluruhan.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal sebagai salah satu syarat dalam analisis statistik parametrik. Data yang berdistribusi normal menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk pengujian hipotesis.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Data	.048	82	.200*	.978	82	.177
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

Sumber: Hasil Dari Olah Data, 2025

Berdasarkan uji kolmogorov-smirnov dengan jumlah data 82, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji t Parsial

Uji t parsial bertujuan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen, dengan melihat nilai signifikansi dan t-hitung dalam model regresi.

Tabel 4
Hasil uji t parsial

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.411	1.060		3.218	.002
	X1	.314	.082	.336	3.811	.000
	X2	.498	.077	.573	6.492	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Dari Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil uji t parsial pada table coefficients, variable X1 memperoleh t hitung 3.811 dan X2 6.492 dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H0 ditolak dan Ha diterima. Nilai koefisien regresi menunjukkan bahwa variabel penggunaan tiktokshop (X1) memiliki koefisien sebesar 0,314, yang berarti setiap peningkatan satu satuan penggunaan tiktokshop akan meningkatkan dampak penggunaan sebesar 0,314 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan. Sementara itu, gaya hidup konsumtif (X2) memiliki koefisien sebesar 0,498, yang menunjukkan pengaruh yang lebih besar dibandingkan penggunaan tiktokshop. Hal ini mengindikasikan bahwa gaya hidup konsumtif merupakan faktor dominan yang memengaruhi dampak penggunaan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa.

Pembahasan

Penggunaan Tiktokshop Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa

Hasil uji t ($t = 3.811$; $sig = 0.000$) menunjukkan bahwa tiktokshop berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif. Temuan ini sesuai dengan teori Sa'adah (2022) yang menjelaskan bahwa fitur visual dan live streaming bersifat *persuasif* dan mendorong *impulsivitas* (membeli barang tanpa adanya pertimbangan atau perencanaan). Hal ini juga sesuai dengan temuan Saragih (2024) yang menemukan bahwa tiktokshop meningkatkan kecenderungan konsumtif pada Generasi Z. Hal ini berarti semakin tinggi intensitas penggunaan tiktokshop, maka semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Hasil penelitian ini juga

secara tegas mendukung hipotesis. Pengaruh signifikan di peroleh karena tiktokshop memanfaatkan video pendek dan fitur *live shopping* yang sangat persuasif. Penjual menggunakan durasi siaran yang terbatas dan penawaran diskon waktu singkat (*flash sale*) yang memicu rasa takut ketinggalan (*Fear of Missing Out / FOMO*) pada mahasiswa. Hal ini secara efektif mengubah belanja dari rasional menjadi emosional dan impulsif.

Pengaruh signifikan penggunaan tiktokshop terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa FEBI UINFAS Bengkulu menunjukkan bahwa kemudahan akses, visualisasi produk, serta sistem promosi berbasis live streaming telah menggeser pola konsumsi mahasiswa dari rasional ke emosional. Mahasiswa tidak lagi mendasarkan keputusan pembelian pada kebutuhan fungsional, melainkan pada dorongan tren, rekomendasi influencer, serta tekanan sosial digital. Kondisi ini memperkuat teori gaya hidup Kotler yang menyatakan bahwa konsumsi merupakan refleksi dari aktivitas, minat, dan opini individu yang dibentuk oleh lingkungannya.

Gaya Hidup Konsumtif Berpengaruh secara Signifikan dan Berdampak Pada Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Dampak penggunaan tiktokshop dalam penelitian ini diukur melalui pengelolaan keuangan mahasiswa. Hasil uji t ($t = 6.492$; $sig = 0.000$) menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif berdampak negatif pada pengelolaan keuangan mahasiswa. Temuan ini konsisten dengan teori Setiawan (2024), yang menyatakan bahwa ketidakmampuan membedakan kebutuhan dan keinginan menyebabkan ketidakseimbangan keuangan. Mahasiswa generasi Z cenderung mengutamakan tren daripada stabilitas finansial. Mahasiswa dengan tingkat konsumtif yang lebih tinggi cenderung mengalami kesulitan dalam mengatur anggaran, menabung, dan mengontrol pengeluaran. Gaya hidup konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa generasi Z di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINFAS Bengkulu karena pola konsumsi yang berlebihan secara langsung melemahkan kemampuan mereka dalam

Kondisi ini menyebabkan mahasiswa kesulitan menjaga stabilitas finansial, bahkan tidak jarang menimbulkan ketergantungan pada sumber dana tambahan seperti paylater atau pinjaman konsumtif. Dengan demikian, peningkatan gaya hidup konsumtif berbanding lurus dengan menurunnya kemampuan mahasiswa dalam

Title: Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

membuat anggaran, menetapkan prioritas keuangan, dan menjaga keseimbangan dalam pengeluaran. Fenomena ini menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif bukan hanya memengaruhi perilaku belanja, tetapi juga secara signifikan menentukan kualitas pengelolaan keuangan mahasiswa Generasi Z di lingkungan FEBI UINFAS Bengkulu.

Peran Gaya Hidup Konsumtif Memediasi Hubungan Antara Penggunaan Tiktokshop dan Pengelolaan Keuangan Mahasiswa

Hasil analisis menunjukkan bahwa gaya hidup konsumtif memediasi hubungan antara penggunaan tiktokshop dan pengelolaan keuangan. Artinya, peningkatan intensitas penggunaan tiktokshop dalam meningkatkan gaya hidup konsumtif, dan menurunkan kemampuan mengelola keuangan. Temuan ini sesuai dengan model teori perilaku konsumsi Islam yang menyatakan bahwa konsumsi berlebihan mengarah pada ketidakstabilan finansial. Gaya hidup konsumtif bertindak sebagai mediator antara penggunaan tiktokshop dan pengelolaan keuangan. Hal ini berarti tiktokshop tidak secara langsung menurunkan kualitas pengelolaan keuangan, tetapi pengaruhnya bekerja melalui peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa. Semakin tinggi penggunaan tiktokshop, maka semakin meningkat gaya hidup konsumtif, yang pada akhirnya menurunkan kemampuan mahasiswa mengelola keuangan. Dan meningkatnya intensitas penggunaan tiktokshop cenderung mendorong mahasiswa untuk berperilaku lebih konsumtif, dan kecenderungan konsumtif tersebut berkontribusi pada semakin lemahnya kemampuan mereka dalam mengatur keuangan. Dengan kata lain, dampak penggunaan tiktokshop terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa generasi z terutama muncul melalui peningkatan gaya hidup konsumtif.

Gaya hidup konsumtif memediasi pengaruh penggunaan Tiktokshop terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa Generasi Z karena penggunaan platform tersebut tidak secara langsung melemahkan kemampuan keuangan, tetapi terlebih dahulu membentuk pola konsumsi yang berlebihan. Ketika mahasiswa sering terpapar konten belanja, promosi diskon, live shopping, dan rekomendasi influencer di Tiktokshop, mereka terdorong untuk membeli barang secara impulsif. Paparan inilah yang meningkatkan gaya hidup konsumtif, seperti kecenderungan belanja tanpa

perencanaan, mengikuti tren semata, dan memprioritaskan keinginan dibanding kebutuhan.

Mahasiswa yang konsumtif biasanya sulit menyusun anggaran, tidak mampu membedakan kebutuhan dan keinginan, serta cenderung menghabiskan uang lebih cepat sehingga mengganggu alokasi untuk kebutuhan pokok, tabungan, atau akademik. Dengan demikian, pengaruh penggunaan tiktokshop terhadap lemahnya pengelolaan keuangan tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui peningkatan perilaku konsumtif sebagai jembatan. Artinya, semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktokshop, maka semakin tinggi gaya hidup konsumtif mahasiswa, dan pada akhirnya semakin buruk kemampuan mereka dalam mengatur keuangan.

Tinjauan Perspektif Ekonomi Islam

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumtif yang berlebihan tidak diperbolehkan karena termasuk dalam kategori *israf* (berlebihan) dan *tabdzir* (pemborosan). Temuan penelitian sesuai dengan teori Majid dan Sa'dullah (2023) yang menunjukkan bahwa mahasiswa sering melakukan pembelian impulsif karena tren, bukan kebutuhan, sehingga tidak selaras dengan prinsip *qawwamah* (keseimbangan) dan *maslahah*.

Dalam ekonomi Islam, konsumsi harus dilakukan secara proporsional sesuai kebutuhan bukan sekadar mengikuti keinginan. *Israf* adalah perilaku mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, meskipun hal yang dikonsumsi itu sendiri pada dasarnya halal dan bermanfaat. Seperti membeli barang yang sama berulang kali walau belum diperlukan. Dan mengikuti tren tiktokshop hanya demi eksistensi atau gengsi sosial. *Tabdzir* adalah menghambur-hamburkan harta untuk hal yang tidak bermanfaat atau sia-sia. Berbeda dengan *israf* yang berlebih, *tabdzir* adalah pemborosan pada sesuatu yang jelas tidak memberi nilai. Seperti membeli barang viral yang tidak memiliki fungsi nyata. Dan menggunakan uang bulanan untuk barang-barang estetika yang tidak menunjang kebutuhan hidup atau studi.

Dalam perspektif ekonomi Islam, harta bukan hanya untuk konsumsi, tetapi harus mendatangkan manfaat (*maslahah*) bagi pemiliknya maupun bagi masyarakat. Harta harus memberi manfaat, bukan sekadar kesenangan sesaat. Jika pembelian dilakukan hanya karena diskon, tren atau ajakan influencer tanpa analisis manfaat, maka penggunaan harta tersebut tidak termasuk *maslahah*. Perilaku konsumtif yang

muncul akibat penggunaan tiktokshop tidak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Hal ini karena konsumsi berlebihan dapat masuk kategori melampaui batas kebutuhan (*israf*) dan pemborosan (*tabdzir*), sehingga bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan kesederhanaan dan penggunaan harta secara bertanggung jawab. Selain itu, perilaku konsumtif melemahkan kemampuan pengelolaan keuangan (*qawwamah*), yaitu prinsip Islam yang menuntut perencanaan, prioritas kebutuhan, serta tanggung jawab dalam membelanjakan harta. Jika pembelian hanya didorong oleh diskon, tren, atau dorongan emosional, maka penggunaan harta tersebut tidak memenuhi unsur kemanfaatan (*maslahah*) sebagaimana yang dianjurkan syariah.

Islam menekankan agar konsumsi dilakukan secara proporsional, rasional, dan tidak mengikuti nafsu. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai generasi digital perlu memperkuat literasi keuangan syariah agar mampu mengendalikan diri dari budaya belanja *impulsif* yang sering dipicu oleh konten dan fitur di tiktokshop.

Dari perspektif ekonomi Islam, temuan penelitian ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara praktik konsumsi mahasiswa dengan prinsip *wasathiyah* (keseimbangan). Perilaku konsumtif yang dipicu oleh tiktokshop mengarah pada *israf* dan *tabdzir*, terutama ketika pembelian dilakukan tanpa pertimbangan kebutuhan dan kemampuan finansial. Hal ini bertentangan dengan tujuan maqasid syariah, khususnya *hifz al-mal* (perlindungan harta). Oleh karena itu, penggunaan tiktokshop seharusnya diarahkan sebagai sarana muamalah yang produktif, bukan sekadar konsumtif, misalnya melalui aktivitas reseller halal atau promosi produk syariah.

KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil penelitian, menunjukkan bahwa penggunaan Tiktokshop berpengaruh positif dan signifikan terhadap gaya hidup konsumtif mahasiswa Generasi Z (nilai *t*-hitung 3,811; signifikansi $0,000 < 0,05$), dan gaya hidup konsumtif tersebut berpengaruh signifikan terhadap pengelolaan keuangan mahasiswa (nilai *t*-hitung 6,492; signifikansi $0,000 < 0,05$) serta gaya hidup berperan sebagai variabel mediasi, sehingga peningkatan intensitas penggunaan Tiktokshop mendorong perilaku konsumtif yang berdampak pada melemahnya pengelolaan keuangan dan bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam yang menekankan kesederhanaan (*wasathiyah*) serta larangan *israf* dan *tabdzir*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Noer Fathia, Desy Safitri, and Sujarwo, 'Perilaku Konsumtif Gen Z Dalam Kehadiran Tiktok Shop Gen Z Consumptive Behavior in the Presence of the Tiktok Shop', *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1 (2024), pp. 878-88
- Astuti, Aloyia Triska widhia, 'Engaruh Phubbing Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z Di Kota Yogyakarta', *Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*, 2021, pp. 64-65
- Al-Qaradawi, Y. (1999). *The Lawful and the Prohibited in Islam*. Islamic Book Trust.
- Bianchi, S. (2020). "Generation Z and Financial Literacy: A Study of Financial Knowledge and Attitudes." *Journal of Financial Education*.
- Chintya, Neha, and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Pengaruh Negatif Perkembangan Tiktokshop Melalui Sistem Informasi Manajemen', *Surplus : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2024), pp. 149-53
- Dimock, M. (2019, January 17). Defining generations: Where millennials end and post-millennials begin
- Dudung Hadiwijaya, 'Jurnal Manajemen Bisnis', *Manajemen Bisnis*, 1.2 (2024), pp. 47-56
- Falah, Muhammad Fajrul, Lilik Rahmawati, and Abdul Hakim, 'Perilaku Ekonomi Muslim Generasi Z Kecamatan Mojosari Mojokerto Pada Belanja Online Perspektif Perilaku Konsumsi Islam', *Jurnal Ekonomi ...*, 09.01 (2024), pp. 42-58
- Febriyanti, Pitri, 'METODOLOGI PENELITIAN Analisis Penetapan Harga Pokok Penjualan Es Teh Terhadap Tingkat Pendapatan Pada Cv Citra Tea Periode 2022, 7, 2023
- Hadi, Kartika Candra Kirana, Romi Adetio Setiawan, and Herlina Yustati, 'Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah', *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8.2 (2024), p. 1220,
- Hadiwijaya, Dudung, 'Jurnal Manajemen Bisnis', *Manajemen Bisnis*, 1.2 (2024), pp. 47-56
- Haryana, Nila Reswari, Risti Rosmiati, Edy Marjuan Purba, and Hardi Firmansyah, 'Gaya Hidup Generasi Z Dalam Konteks Perilaku Makan, Tingkat Stres, Kualitas Tidur Dan Kaitannya Dengan Status Gizi: Literature Review', *Jurnal Gizi Kerja Dan Produktivitas*, 4.2 (2023), pp. 253-68
- Hidayat, R., & Fitriyani, D. (2023). *Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 11(2).
- Idah Mufidah, "Prinsip Pengelolaan Harta Dalam Al- Qur'a N : Kajian Tematik Tesis', UIN Sunan Ampel, Surabaya 2022
- Indayani, Velia Putri, 'Dampak E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Febi Iain Ponorogo Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam', 2024

Title: Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

- Jelin Rachel Stephoney Saragih and others, 'Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z', *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion*, 1.2 (2024), pp. 330-43,
- Kartika Candra Kirana Hadi, Romi Adetio Setiawan, and Herlina Yustati, 'Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah', *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8.2 (2024), p. 1220
- Khikam Ali Majid, M, Najih Sa, Lilik Rahmawati, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, and Universitas Islam Negeri Surabaya, 'Fenomena Dan Perilaku Belanja Online Melalui Tiktok Shop Pada Generasi Z Perspektif Konsumsi Islam', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10.02 (2024), pp. 1796-1806
- Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192.
- Leni Siva Marlisa Putri and Shanty Komalasari, 'Dibalik Klik: Memahami Motif Konsumtif Generasi Z Di Era Belanja Online Dan Kebutuhan Psikologis Yang Tidak Terpenuhi Behind the Click: Understanding Generation Z'S Consumptive Motives in the Era of Online Shopping and Unmet Psychological Needs', *Jurnal Psikologi Jambi*, 8.02 (2023), pp. 1-10.
- Melis, Melis, 'Motivasi: Teori Dan Perspektif Dalam Ekonomi Islam', *Islamic Banking : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah*, 4.2 (2019), pp. 55-65
- Muftihun Najah, "Israf Dalam Hadis Nabi Dan Relevansinya Dengan Perilaku Konsumtif" Tesis 2024, Yogyakarta
- Neha Chintya and Muhammad Irwan Padli Nasution, 'Pengaruh Negatif Perkembangan Tiktokshop Melalui Sistem Informasi Manajemen', *Surplus: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2.2 (2024), pp. 149-53.
- Nilu Reswari Haryana and others, 'Gaya Hidup Generasi Z Dalam Konteks Perilaku Makan, Tingkat Stres, Kualitas Tidur Dan Kaitannya Dengan Status Gizi: Literature Review', *Jurnal Gizi Kerja Dan Produktivitas*, 4.2 (2023), pp. 253-68
- Nurhidayanti S, Sudarmi, Indah Syamsuddin, Herminawaty Abubakar, Fadel, dan Zulfani Iriandani, "Keuangan, Literasi, 'Generation z Financial Management: Lifestyle Analysis and Financial Literacy' *Journal of Economic, Business and Accounting*, Vol 7 No 6 (2024)
- Okta Supriyaningsih, Erlin Kurniati, and Putri Susi Adetya, 'Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Time Limit Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pembelian Online Di Aplikasi Tiktokshop Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pengguna Tiktokshop Di Kota Bandar Lampung)', *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2.3 (2024), pp. 351-64.
- Prabowo, H. (2021). "Perilaku Konsumsi Generasi Z di Era Digital". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(1), 45-60.
- Putra, Muhammad Rafif, 'Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu Implementasi Etika Bisnis Islam Di Dalam Aplikasi Tiktok Shop', 3 (2025), pp. 272-77

- Putri, Leni Siva Marlisa, and Shanty Komalasari, 'Dibalik Klik: Memahami Motif Konsumtif Generasi Z Di Era Belanja Online Dan Kebutuhan Psikologis Yang Tidak Terpenuhi Behind the Click: Understanding Generation Z'S Consumptive Motives in the Era of Online Shopping and Unmet Psychological Needs', *Jurnal Psikologi Jambi*, 8.02 (2023), pp. 1-10
- Rahayu Mei Wardani, "Perilaku Konsumsi Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam" Skripsi, IAIN Ponorogo 2021
- Rahman, A. (2022). "Ekonomi Berbasis Komunitas dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Komunikasi dan Ekonomi*, 5(2), 90-105.
- Ramadhan, Guruh Hari, and Husnah Nur Laela Ernaya, 'Accounting Student Research Journal', *Accounting Student Research Journal*, 2.2 (2023), pp. 123-42
- Romi Adetio Setiawan, 'The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation', *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation*, June, 2023, pp. 1-199
- Rulan Aprestiandy Sonya, "Gaya Hidup Shopaholic Mahasiswa Dalam Perspektif Islam (Studi Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar) Otonomi, 2020, Hal 39-40
- Sa'adah, Ai Nur, Ayu Rosma, and Dea Aulia, 'Persepsi Generasi Z Terhadap Fitur Tiktok Shop Pada Aplikasi Tiktok', *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2.5 (2022), pp. 131-40
- Saragih, Jelin Rachel Stephoney, Mirna Salifah Siregar, Khairul Adli Batubara, and Nasrullah Hidayat, 'Pengaruh Penggunaan Social-Commerce (Tiktok Shop) Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Generasi-Z', *MESIR: Journal of Management Education Social Sciences Information and Religion*, 1.2 (2024), pp. 330-43
- Sari, R. (2020). "Konsumsi Berkelanjutan dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 6(2), 101-115.
- Setiawan, Romi Adetio, 'The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation', *The Future of Islamic Banking and Finance in Indonesia: Performance, Risk and Regulation*, June, 2023, pp. 1-199
- Seva Fadillah, Romi Adetio Setiawan, Syaifuddin, 'Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10.4 (2025), pp. 2378-99
- Syaifudin Muhammad Zuhri, " Pengaruh Kepercayaan , Iklan Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) Hasil Analisis, and D A N Pembahasan, Skripsi 2018 pp. 38-59
- Sugiyono. "Metode Penelitian Kuantitatif." *Penerbit Alfabeta, Bandung* 2019
- Supriyaningsih, Okta, Erlin Kurniati, and Putri Susi Adetya, 'Pengaruh Live Streaming Shopping Dan Time Limit Terhadap Perilaku Impulsive Buying Pada Pembelian Online Di Aplikasi Tiktokshop Dalam Perspektif Bisnis Syariah (Studi Pada Pengguna Tiktokshop Di Kota Bandar Lampung)', *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2.3 (2024), pp. 351-64
- Religius, Konsepsi Etika-, Dalam Al, Q U R An, and D A N Perspektif Materialisme-

Title: Dampak Penggunaan Tiktokshop Terhadap Gaya Hidup Pada Generasi Z Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswa Gen Z di Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu)

konsumerisme, 'Dudung Abdurrahman,SE.,M.Si ., Adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Unisba', pp. 65-80

Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy – And Completely Unprepared for Adulthood*. Atria Books.

Velia Putri Indayani, 'Dampak E-Commerce Tiktok Shop Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Febi Iain Ponorogo Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam', 2024

Yusriyah, Afif dkk, *Belajar Dari Tik Tok Shop: The Iceberg, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951-952., 2016, IV