

PENERAPAN ETIKA KEKRISTENAN DALAM MENGENDALIKAN KONSUMTIFITAS MAHASISWA PROGRAM STUDI AKUTANSI DAN PERPAJAKAN UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN

Nurliani Siregar, Lusiana Sitohang, Gita Manik, Zefanaya Siagian, Jansen Simbolon
Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nommensen Medan

Email : nurlianisiregar@uhn.ac.id, lusiana.theresia@student.uhn.ac.id,
gita.citra@student.uhn.ac.id, zefanaya.putri@student.uhn.ac.id,
jansen.simbolon@student.uhn.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan Etika Kekristenan berperan dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Latar belakang penelitian berangkat dari fenomena meningkatnya kecenderungan konsumtif di kalangan mahasiswa, terutama akibat pengaruh media digital, tren sosial, dan kebutuhan untuk memperoleh pengakuan diri. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran skala perilaku konsumtif kepada 40 mahasiswa sebagai sampel. Instrumen penelitian disusun berdasarkan aspek perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa berada pada kategori perilaku konsumtif sedang (50%), diikuti kategori tinggi (25%) dan rendah (25%). Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih terpengaruh oleh dorongan emosional dan sosial dalam konsumsi, namun tetap memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku tersebut. Penerapan Etika Kekristenan, terutama nilai kesederhanaan, penguasaan diri, dan penatalayanan yang bertanggung jawab, terbukti relevan sebagai landasan moral dalam membentuk perilaku konsumsi yang lebih bijaksana. Nilai-nilai iman Kristen berperan membantu mahasiswa menahan dorongan konsumtif, mengelola sumber daya secara bertanggung jawab, serta mengarahkan pola hidup yang seimbang antara kebutuhan material dan nilai spiritual. Dengan demikian, Etika Kekristenan dapat menjadi pendekatan efektif dalam pengendalian perilaku konsumtif mahasiswa di lingkungan perguruan tinggi Kristen.

Kata Kunci : Etika Kekristenan, Perilaku Konsumtif

Abstract

This study aims to determine how the application of Christian Ethics plays a role in controlling the consumer behavior of students in the Accounting and Taxation Study Program at HKBP Nommensen University, Medan. The background of the study stems from the phenomenon of increasing consumer tendencies among students, primarily due to the influence of digital media, social trends, and the need for self-recognition. The study used a quantitative method by distributing a consumer behavior scale to a sample of 40 students. The research instrument was designed based on aspects of consumer behavior according to Sumartono (2002). The results showed that the majority of students fell into the moderate consumer behavior category

Article History

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism Checker No 77

Prefix DOI :

10.8734/liberosis.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

(50%), followed by high (25%) and low (25%) categories. These findings indicate that students are still influenced by emotional and social impulses in consumption, but retain the ability to control these behaviors. The application of Christian Ethics, particularly the values of simplicity, self-control, and responsible stewardship, has proven relevant as a moral foundation for shaping wiser consumer behavior. Christian faith values play a role in helping students restrain consumer impulses, manage resources responsibly, and guide a lifestyle that balances material needs and spiritual values. Thus, Christian Ethics can be an effective approach to controlling student consumer behavior in Christian higher education environments.

Keywords: Christian Ethics, Consumer Behavior

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk yang memiliki akal budi, emosi, kehendak, serta kemampuan mengambil keputusan yang selalu berhubungan dengan nilai moral. Setiap tindakan manusia, termasuk aktivitas konsumsi, tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan biologis, tetapi juga keinginan psikologis dan tuntutan sosial. Mahasiswa sebagai bagian dari manusia berada dalam fase perkembangan menuju kedewasaan, di mana pencarian identitas diri, dorongan aktualisasi, keinginan tampil sesuai tren, serta kebutuhan akan pengakuan sosial sering kali memengaruhi pola konsumsi mereka. Kondisi ini membuat mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang rentan terhadap perilaku konsumtif, khususnya di era digital yang sangat memudahkan akses belanja melalui marketplace dan media sosial.

Era globalisasi dan digitalisasi telah membawa perubahan signifikan terhadap gaya hidup masyarakat modern. Perkembangan *platform e-commerce*, promosi produk yang masif, serta budaya visual media sosial memperkuat arus konsumerisme dan menjadikan konsumsi bukan hanya sekadar pemenuhan kebutuhan, tetapi juga simbol status dan eksistensi diri. Mahasiswa berada pada posisi strategis dalam fenomena ini karena secara psikologis mereka cenderung mengikuti tren, memiliki rasa ingin mencoba yang tinggi, serta berada dalam lingkungan pertemanan yang memengaruhi keputusan belanja. Akibatnya, muncul kecenderungan membeli barang atau jasa secara berlebihan hanya untuk memenuhi kepuasan sesaat, gengsi sosial, atau dorongan mengikuti mode yang sedang viral.

Perilaku konsumtif sendiri dimaknai sebagai kecenderungan membeli dan menggunakan barang atau jasa secara impulsif, tidak terencana, dan tidak berdasarkan kebutuhan rasional, melainkan keinginan emosional atau tekanan sosial. Suminar dan Meiyuntari (2015) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif tidak hanya berdampak pada masalah finansial mahasiswa, tetapi juga dapat mengganggu keseimbangan psikologis, fokus akademik, serta membentuk pola hidup boros yang berkelanjutan. Data BPS (2024) menunjukkan bahwa tingkat konsumsi masyarakat Indonesia mencapai 81,49% dari total pengeluaran nasional, yang mengindikasikan tingginya orientasi konsumtif dalam kehidupan masyarakat. Pada kalangan mahasiswa, perilaku ini tampak melalui pembelian barang-barang non-prioritas seperti gadget terbaru, fashion branded, kosmetik kekinian, kuliner viral, dan kebutuhan gaya hidup yang bersifat hedonis.

Menariknya, fenomena konsumtif juga banyak ditemukan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi, khususnya Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Padahal secara teoritis, mahasiswa di bidang ekonomi memiliki pemahaman lebih baik mengenai literasi keuangan, manajemen anggaran, biaya-manfaat, serta pentingnya kontrol finansial jangka panjang. Pengetahuan tersebut seharusnya membantu mahasiswa membuat keputusan konsumsi secara logis dan terukur. Namun kenyataan lapangan menunjukkan adanya

kesenjangan (gap) antara pengetahuan ekonomi dengan praktik konsumsi sehari-hari. Banyak mahasiswa memahami teori pengelolaan keuangan, tetapi tetap mengikuti tren konsumtif karena faktor sosial, emosional, dan gaya hidup. Ketika selalu muncul tren terbaru maka mereka akan mencoba meniru dan melakukan apapun untuk mengikutinya. Konsumtif tidak mau atau masa bodoh dengan dampak jangka panjang karena menurut mereka memuaskan diri sendiri itu lebih penting tanpa berpikir panjang (Fitriani dkk., 2022).

Kesenjangan inilah yang membuat peran etika menjadi penting. Pengetahuan tanpa etika tidak cukup kuat mengendalikan perilaku konsumsi. Etika Kekristenan memberikan perspektif moral mengenai bagaimana manusia seharusnya mengelola harta dan sumber daya. Ajaran Alkitab mengenai penatalayanan (stewardship) menegaskan bahwa manusia hanyalah pengelola, bukan pemilik mutlak, sehingga setiap keputusan konsumsi perlu dipertanggungjawabkan di hadapan Tuhan. Nilai kesederhanaan, penguasaan diri, syukur, serta menjauhi ketamakan merupakan dasar etis yang dapat mengarahkan mahasiswa untuk lebih selektif dalam membeli barang dan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan. Lukas 12:15 mengingatkan agar manusia waspada terhadap keserakahan karena hidup tidak bergantung pada banyaknya harta; sedangkan Filipi 4:11-13 menegaskan pentingnya kecukupan diri sebagai bentuk kedewasaan rohani.

Dalam perspektif etika kristen, perilaku konsumtif yang tidak terkontrol sebagai tindakan yang dapat mengabaikan prinsip moral Alkitab mengenai hidup tanggung jawab, dan pengelolaan berkat Allah secara bijaksana. Etika Kristen adalah etika hidup orang-orang Kristen yang berlandaskan Firman Tuhan. Landasan Firman Tuhan sebagai pedoman orang-orang Kristen yang tinggal dalam tatanan kehidupan Allah. Etika Kristen menekankan bahwa manusia dipanggil untuk hidup sebagai melayani atas segala berkat yang diterima. Prinsip ini menuntun para mahasiswa untuk menggunakan sumber daya secara hemat dengan penuh hikmat, integritas, dan pengendalian diri. Oleh sebab itu, penerapan Etika Kekristenan menjadi sangat relevan dalam mengendalikan kecenderungan konsumtif mahasiswa. Universitas HKBP Nommensen, sebagai institusi yang berlandaskan nilai Kristiani, memiliki tanggung jawab bukan hanya menghasilkan lulusan yang cerdas secara intelektual, tetapi juga berkarakter, bertanggung jawab, dan mampu mengelola sumber daya secara bijaksana. Integrasi antara pengetahuan ekonomi dan nilai-nilai etis diharapkan dapat membentuk pola konsumsi mahasiswa yang lebih matang dan berorientasi pada prioritas kebutuhan, bukan semata mengikuti tren.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini dilakukan dengan fokus pada bagaimana penerapan Etika Kekristenan dapat membantu mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Penelitian ini penting untuk melihat sejauh mana nilai moral Kristen berperan dalam menjaga keseimbangan konsumsi mahasiswa dan menjadi dasar pembinaan karakter finansial di lingkungan perguruan tinggi Kristen.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana penerapan Etika Kekristenan dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan

C. Pengertian Konsumtifitas

Perilaku konsumtif merupakan fenomena psikologis dan sosial yang mencerminkan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian atau penggunaan barang dan jasa secara berlebihan, impulsif, dan tidak proporsional. Pola perilaku ini ditandai dengan lemahnya pertimbangan rasional dalam proses pengambilan keputusan konsumsi, sehingga pembelian yang dilakukan tidak didasarkan pada analisis kebutuhan yang objektif, melainkan lebih didorong oleh faktor-faktor emosional, psikologis, dan sosial yang bersifat subjektif.

Sumartono (2002) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif terlihat ketika seseorang membeli produk baru padahal produk sejenis yang telah dimiliki sebelumnya belum habis masa pakainya atau masih berfungsi dengan baik. Individu dengan perilaku konsumtif juga cenderung mengganti produk yang sudah dimiliki dengan produk serupa namun bermerek berbeda tanpa adanya alasan fungsional atau peningkatan kualitas yang signifikan. Selain itu, keputusan membeli sering kali dipicu oleh strategi pemasaran seperti pemberian hadiah, diskon, atau promosi menarik lainnya, serta dipengaruhi oleh tren atau mode yang sedang populer di masyarakat, di mana individu merasa perlu mengikuti gaya hidup tertentu agar dapat diterima secara sosial.

Astuti (2013) menegaskan bahwa perilaku konsumtif muncul akibat ketidakseimbangan antara kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan bersifat esensial untuk kehidupan sehari-hari, sedangkan keinginan lebih bersifat emosional, aspirasional, dan terkait dengan gengsi atau citra diri. Individu dengan perilaku konsumtif cenderung memprioritaskan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan, bahkan ketika kemampuan finansialnya terbatas, sehingga menciptakan pola konsumsi kompulsif yang sulit dikendalikan. Menurut Lina dan Rosyid (1997), perilaku konsumtif juga berkaitan erat dengan orientasi terhadap status sosial dan prestise. Individu dengan perilaku ini lebih memilih produk dengan harga tinggi atau yang mencerminkan kemewahan demi memperoleh pengakuan sosial, meningkatkan harga diri, dan mendapatkan kenyamanan emosional. Dalam konteks ini, konsumsi lebih bernilai simbolis daripada fungsional.

Haryani (2015) menambahkan bahwa ciri utama perilaku konsumtif adalah absennya proses evaluasi rasional dalam keputusan pembelian. Keputusan sering kali dilakukan secara spontan dan emosional akibat pengaruh media, iklan, lingkungan sosial, maupun kondisi psikologis tertentu. Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah pola konsumsi yang maladaptif, ditandai oleh pembelian berlebihan dan tidak rasional yang didorong oleh emosi dan keinginan untuk memperoleh kepuasan psikologis maupun pengakuan sosial, dengan mengabaikan pertimbangan logis dan finansial.

D. Etika Kristen

Konsep etika dalam perspektif kekristenan merujuk pada kerangka berpikir yang membimbing umat Kristen untuk menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran iman mereka. Heward-Mills (2015) menjelaskan bahwa etika Kristen berfungsi sebagai kompas moral yang memandu umat dalam mengimplementasikan ajaran agama di tengah dinamika kehidupan modern. Etika Kristen tidak hanya berupa seperangkat aturan yang bersifat memaksa, melainkan merupakan wujud penghargaan dan respons kasih terhadap karya penyelamatan Allah melalui Yesus Kristus, yang telah membebaskan manusia dari dosa. Dengan demikian, setiap tindakan etis yang dilakukan oleh orang Kristen didasarkan pada rasa syukur dan kesadaran akan kasih karunia Tuhan, bukan sekadar pada kewajiban moral semata. Zubair (1980) membedakan antara moralitas dan etika, di mana moralitas berfokus pada penilaian terhadap perbuatan konkret manusia—apakah baik atau buruk—sedangkan etika menelaah sistem nilai yang melandasi perbuatan tersebut. Artinya, moralitas lebih bersifat praktis, sementara etika lebih bersifat reflektif dan teoretis, karena meninjau prinsip-prinsip yang mendasari tindakan moral.

Keraf (1991:23) mengklasifikasikan etika ke dalam dua kategori utama, yaitu etika deskriptif dan etika normatif. Etika Deskriptif, yaitu etika yang secara kritis dan rasional mengkaji sikap serta perilaku manusia sebagaimana adanya dalam realitas kehidupan. Etika ini berusaha memahami apa yang dianggap bernilai oleh manusia, bagaimana mereka bertindak, dan mengapa tindakan tersebut dilakukan. Dengan kata lain, etika deskriptif berfungsi sebagai kajian objektif terhadap nilai-nilai dan perilaku moral yang hidup di masyarakat. Etika Normatif, yaitu etika yang menetapkan standar ideal tentang bagaimana manusia seharusnya bertindak dan nilai apa yang patut dijunjung tinggi. Etika normatif memberikan pedoman bagi

individu untuk membedakan antara yang baik dan yang buruk, serta membimbing manusia agar hidup sesuai dengan norma-norma moral yang berlaku dan sesuai dengan kehendak Allah.

Sutoyo (2019) mempertegas bahwa etika Kristen berfungsi sebagai instrumen untuk memeriksa, memperbaiki, dan mengendalikan perilaku umat berdasarkan prinsip-prinsip Kitab Suci. Landasan ini sejalan dengan firman Tuhan dalam 2 Timotius 3:16-17, yang menyatakan bahwa “Segala tulisan yang diilhamkan Allah memang bermanfaat untuk mengajar, menyatakan kesalahan, memperbaiki kelakuan dan mendidik orang dalam kebenaran, supaya tiap-tiap manusia kepunyaan Allah diperlengkapi untuk setiap perbuatan baik.” Berdasarkan ayat tersebut, dapat dipahami bahwa etika Kristen bukan hanya sekadar teori moral, melainkan juga pedoman praktis yang mengarahkan kehidupan orang percaya agar selaras dengan kehendak Tuhan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa etika Kristen merupakan ilmu dan pedoman hidup yang bersumber dari Firman Tuhan, yang menuntun umat untuk berpikir, berkata, dan bertindak sesuai dengan kehendak Allah. Etika ini membantu orang Kristen dalam menilai berbagai situasi kehidupan berdasarkan kasih, kebenaran, dan keadilan yang diajarkan oleh Yesus Kristus, sehingga seluruh perilaku manusia dapat mencerminkan kemuliaan Tuhan.

E. Pengendalian Diri

Pengendalian diri atau disebut juga *self-control*, menurut Hurlock (1990) yang menyatakan bahwa kontrol diri adalah suatu kemampuan individu dalam membimbing, mengatur serta mengarahkan bentuk-bentuk perilakunya melalui pertimbangan kognitif yang mampu membawa ke arah yang positif. Menurut Chaplin (2011) kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri, kemampuan untuk menekan atau merintangi impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. Hal ini sejalan oleh Intani dan Ildil (2018), bahwa kontrol diri merupakan suatu pengendalian tingkah laku seseorang yang cenderung bertindak positif dalam berfikir. Kontrol diri dapat diartikan sebagai perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan sesuatu yang diinginkan.

Sementara itu Gufron dan Risnawati (2011) sendiri mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya serta kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi. Kemampuan untuk mengendalikan perilaku kecenderungan untuk menarik perhatian, keinginan untuk mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, selalu nyaman dengan orang lain, menutup perasaannya. Menurut Gufron dan Risnawati (2011), pengendalian diri merujuk pada kemampuan individu untuk peka terhadap situasi internal dan eksternal, serta mengatur berbagai elemen perilaku agar selaras dengan konteks terkini demi menunjukkan sikap yang tepat saat berinteraksi sosial. Kemampuan ini mencakup pengendalian dorongan untuk mencari perhatian, adaptasi perilaku demi menyesuaikan diri dengan orang lain, rasa nyaman dalam kebersamaan, serta pengelolaan emosi secara tertutup.

Dari definisi diatas, dapat penulis ketahui bahwa pengendalian diri (*self-control*) merupakan kemampuan individu untuk menyadari, membimbing, mengatur, dan menyesuaikan perilaku melalui proses kognitif dan psikomotorik terhadap situasi internal maupun eksternal, sehingga menghasilkan tindakan positif, efektif, dan adaptif dalam interaksi sosial.

F. Hubungan Etika dan Pengendalian Diri dan Konsumtifitas

Etika berperan sebagai landasan nilai yang menentukan apakah suatu tindakan dapat dianggap baik, benar, dan layak dilakukan. Dalam konteks kehidupan mahasiswa, etika membantu seseorang memahami batasan moral dalam menggunakan sumber daya, termasuk uang, waktu, dan kebutuhan pribadi. Sementara itu, pengendalian diri (*self-control*) adalah kemampuan untuk mengatur dorongan internal, menahan keinginan sesaat, serta memilih tindakan yang konsisten dengan nilai moral dan tujuan jangka panjang. Keduanya saling berkaitan erat, sebab etika memberikan arah, sedangkan pengendalian diri menjadi kekuatan

untuk menjalankan arah tersebut. Tanpa etika, pengendalian diri tidak memiliki tujuan; tanpa pengendalian diri, etika hanya menjadi konsep tanpa tindakan nyata.

Etika sebagai Pedoman dalam Membatasi Konsumtifitas

Etika berfungsi sebagai pedoman untuk membedakan kebutuhan dan keinginan. Dalam kehidupan mahasiswa, dorongan konsumtif sering muncul dari tren, tekanan sosial, promosi digital, atau keinginan untuk menjaga citra diri. Etika memberikan kerangka berpikir agar mahasiswa mempertanyakan apakah suatu pembelian benar-benar diperlukan atau hanya mengikuti keinginan sesaat. Menurut Zubair (1980), etika normatif memberikan standar bagaimana manusia seharusnya bertindak. Dalam hal konsumsi, standar itu mengarah pada tindakan bijak, tidak berlebihan, dan bertanggung jawab. Nilai kesederhanaan, tanggung jawab, dan keadilan merupakan prinsip yang dapat mengurangi perilaku konsumtif.

Pengendalian Diri sebagai Implementasi Etika

Pengendalian diri menjadi kemampuan yang memungkinkan mahasiswa menerapkan nilai-nilai etika dalam situasi nyata. Tangney et al. (2004) menjelaskan bahwa pengendalian diri adalah kapasitas untuk mengatur emosi, dorongan, dan perilaku agar sejalan dengan standar moral dan tujuan jangka panjang.

Contohnya dalam kehidupan kuliah:

- menahan diri dari membeli barang tidak penting (misalnya fashion atau skincare viral),
- menghindari pembelian impulsif karena diskon,
- mengatur prioritas pengeluaran demi kebutuhan akademik,
- tidak mengikuti tekanan teman sebaya untuk “ikut-ikut” gaya hidup tertentu.

Dengan self-control yang baik, mahasiswa mampu menjaga perilaku konsumsinya tetap rasional dan sesuai etika.

Hubungan Etika dan Pengendalian Diri

Etika dan pengendalian diri berjalan secara komplementer:

Etika → memberikan nilai moral seperti tanggung jawab, kejujuran, dan kesederhanaan.

Pengendalian diri → menjalankan nilai tersebut dalam keputusan konsumsi.

Dalam pengambilan keputusan konsumsi, mahasiswa yang memiliki nilai etis kuat akan cenderung bertanya:

“Apakah ini kebutuhan?”

“Apakah pembelian ini bermanfaat?”

“Apakah ini hanya gaya hidup?”

Di sisi lain, mahasiswa yang memiliki pengendalian diri kuat akan mampu menahan keinginan meski berada dalam situasi yang menggoda, seperti flash sale, promo TikTok Shop, atau perbandingan sosial di Instagram. Dengan demikian, etika menjadi kompas moral, sedangkan pengendalian diri menjadi rem yang mengontrol perilaku konsumtif.

Kontribusi Keduanya dalam Mengurangi Konsumtifitas Mahasiswa

Penelitian Suminar & Meiyuntari (2015) mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif erat kaitannya dengan kontrol diri dan tekanan sosial. Sementara penelitian Pramudita & Misidawati (2024) menegaskan bahwa kontrol diri adalah faktor yang sangat berpengaruh dalam menurunkan perilaku konsumtif belanja online mahasiswa.

Jika etika memberikan sudut pandang moral, dan pengendalian diri memberikan kemampuan psikologis, maka keduanya dapat bersama-sama:

- a. memperkuat kemampuan mahasiswa dalam mengelola uang,
- b. membangun prioritas kebutuhan,
- c. menghindarkan mahasiswa dari pembelian impulsif,
- d. membangun gaya hidup yang lebih sederhana dan produktif,
- e. mengurangi kecemasan akibat tekanan gaya hidup (FOMO).

Dengan kata lain, etika menentukan “apa yang tepat”, dan pengendalian diri memastikan “bagaimana melakukannya”. Kombinasi keduanya dapat secara efektif mengurangi konsumtifitas mahasiswa, khususnya di lingkungan perguruan tinggi yang sarat pengaruh sosial dan digital.

METODE DAN BAHAN

Pelaksanaan penelitian dilakukan pada tanggal 04 Oktober - 06 Oktober 2025 kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Peneliti menyebarkan link kuesioner secara online melalui Google Form kepada 40 responden yang dijadikan sampel penelitian. Pada tahap ini, peneliti memastikan bahwa setiap responden memahami tujuan penelitian dan mengisi kuesioner dengan jujur serta sesuai dengan pengalaman pribadi mereka. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan—siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik subjek dapat dijadikan sampel (Sugiyono, 2013).

Pada penelitian ini, subjek berjumlah 40 mahasiswa/i aktif Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Proses pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan link Google Form secara online kepada mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Pada tahap ini, peneliti merencanakan dan mempersiapkan langkah-langkah yang tepat dalam menyusun instrumen penelitian yang akan digunakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, subjek berjumlah 40 mahasiswa/i aktif Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan. Berdasarkan hasil pengisian skala psikologi yang disebarkan secara online oleh peneliti kepada setiap subjek penelitian, maka diperoleh data sosio-demografi yang menggambarkan karakteristik responden seperti jenis kelamin, usia, dan program studi.

Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	Prosentase (%)
Laki-laki	10	25 %
Perempuan	30	75 %
Total	40	100

Berdasarkan tabel 4.1.1, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 30 orang (75%), sedangkan laki-laki berjumlah 10 orang (25%). Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa perempuan lebih banyak berpartisipasi dalam pengisian kuesioner penelitian mengenai perilaku konsumtif dibandingkan mahasiswa laki-laki.

Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Program Studi

Tabel 4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Program Studi		
Program Studi	Jumlah	Prosentase (%)
Akuntansi	20	50 %
Perpajakan	20	50 %
Total	40	100

Berdasarkan tabel 4.1.2, diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari dua program studi, yaitu Akuntansi dan Perpajakan, masing-masing sebanyak 20 orang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi mahasiswa dari kedua program studi berjalan seimbang, sehingga dapat mewakili persepsi dari kedua jurusan dalam melihat perilaku konsumtif mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas HKBP Nommensen Medan.

Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Semester

Tabel 4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Semester

Program Studi	Jumlah	Prosentase (%)
1	1	2,5 %
3	7	17,5 %
5	8	20 %
7	24	60 %
Total	40	100%

Berdasarkan tabel 4.1.3, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berasal dari semester 7, yaitu sebanyak 24 orang (60%). Disusul oleh semester 5 sebanyak 8 orang (20%), semester 3 sebanyak 7 orang (17,5%), dan semester 1 sebanyak 1 orang (2,5%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan mahasiswa tingkat akhir, yang umumnya sudah memiliki pola konsumsi yang lebih mandiri dan cenderung stabil dalam pengambilan keputusan konsumtif.

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memaparkan pengkategorisasian tingkat perilaku konsumtif mahasiswa berdasarkan total skor dari skala psikologi yang telah diisi oleh responden. Skor total kemudian dikategorikan ke dalam tiga tingkatan, yaitu tinggi, sedang, dan rendah, dengan dasar kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 4.2.1 Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

Variabel	Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Prosentase
Perilaku	$X \geq 82$	Tinggi	10	25%
Konsumtif	$55 \leq X < 82$	Sedang	20	50 %
f	$X \leq 55$	Rendah	10	25 %
Total			40	100 %

Berdasarkan tabel 4.2.1, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 20 orang (50%). Responden dengan tingkat perilaku konsumtif tinggi berjumlah 10 orang (25%), sedangkan kategori rendah juga sebanyak 10 orang (25%).

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan cenderung memiliki perilaku konsumtif pada taraf sedang, artinya mahasiswa masih dapat mengontrol perilaku pembelian dan penggunaan barang secara relatif proporsional, meskipun tetap terpengaruh oleh tren, kebutuhan sosial, dan faktor emosional dalam konsumsi.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 40 mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan, diperoleh bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa sebagian besar berada pada kategori sedang dengan jumlah responden sebanyak 20 orang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif masih cukup kuat di kalangan mahasiswa, namun belum mencapai taraf yang ekstrem. Dengan kata lain, sebagian besar mahasiswa masih mampu mengendalikan keinginan untuk membeli barang atau jasa secara berlebihan, meskipun sesekali tetap terdorong oleh faktor emosional, sosial, atau tren yang berkembang.

Fenomena ini sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) dan Astuti (2013) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli barang atau jasa secara impulsif tanpa pertimbangan rasional yang matang. Dalam konteks mahasiswa, perilaku konsumtif kerap kali muncul karena pengaruh lingkungan sosial, media digital, dan keinginan untuk menjaga citra diri di hadapan teman sebaya. Mahasiswa

berada dalam fase perkembangan identitas, di mana dorongan untuk diakui dan diterima dalam kelompok sosial sangat kuat, sehingga keputusan konsumsi sering kali lebih didorong oleh kebutuhan simbolik daripada kebutuhan fungsional. Namun demikian, hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa sebagian besar mahasiswa masih mampu menyeimbangkan perilaku konsumsi dengan kesadaran finansial dan nilai moral yang mereka miliki. Kondisi ini dapat dikaitkan dengan penerapan nilai-nilai Etika Kekristenan, yang berperan sebagai pedoman moral dalam membentuk pola pikir dan perilaku mahasiswa Kristen dalam kehidupan sehari-hari.

Etika Kekristenan, sebagaimana dijelaskan oleh Heward-Mills (2015), berfungsi sebagai kompas moral yang menuntun umat Kristen untuk hidup dalam kebenaran dan menjauhkan diri dari perilaku yang berlebihan atau tidak bertanggung jawab. Dalam konteks perilaku konsumtif, ajaran kekristenan menekankan prinsip kesederhanaan (*simplicity*), penguasaan diri (*self-control*), dan penatalayanan yang bertanggung jawab (*responsible stewardship*). Ketiga nilai ini memiliki relevansi langsung terhadap cara mahasiswa mengelola keinginan konsumtif dan penggunaan sumber daya yang dimiliki.

Selanjutnya, prinsip penguasaan diri (*self-control*) sebagaimana ditekankan dalam Galatia 5:22-23, merupakan salah satu buah Roh Kudus yang penting dalam kehidupan orang percaya. Penguasaan diri menjadi kekuatan internal yang menolong individu untuk menolak dorongan impulsif dan mempertimbangkan setiap keputusan dengan bijaksana. Dalam konteks mahasiswa, penguasaan diri berperan penting dalam menahan keinginan untuk membeli barang hanya demi kesenangan sesaat atau tekanan sosial. Dengan memiliki kontrol diri yang baik, mahasiswa mampu mengelola uang sakunya secara bijaksana, memprioritaskan kebutuhan akademik, dan menabung untuk kepentingan masa depan.

Dengan demikian, penerapan Etika Kekristenan dapat menjadi solusi moral dan spiritual dalam mengendalikan perilaku konsumtif mahasiswa. Melalui pemahaman yang benar tentang nilai-nilai kesederhanaan, penguasaan diri, dan penatalayanan, mahasiswa diharapkan dapat menata pola konsumsi yang seimbang antara kebutuhan material dan nilai-nilai rohani. Nilai-nilai iman tidak hanya menjadi pedoman ibadah, tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan praktis seperti penggunaan uang, gaya hidup, dan prioritas kebutuhan. Penelitian ini juga memperkuat pandangan Lina & Rosyid (1997) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat dikendalikan apabila individu memiliki sistem nilai dan moral yang kuat. Nilai-nilai keagamaan berperan sebagai filter dalam menghadapi arus budaya konsumerisme yang semakin gencar di era digital. Oleh karena itu, penting bagi institusi pendidikan Kristen seperti Universitas HKBP Nommensen untuk terus menanamkan nilai-nilai etika kekristenan dalam kegiatan akademik maupun non-akademik, agar mahasiswa tidak hanya unggul secara intelektual tetapi juga memiliki kedewasaan moral dalam menghadapi godaan materialisme.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan Etika Kekristenan berpotensi besar dalam membantu mahasiswa mengendalikan perilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki pemahaman iman dan nilai moral yang kuat cenderung lebih selektif, hemat, dan bertanggung jawab dalam menggunakan sumber daya yang dimiliki. Dengan menumbuhkan kesadaran bahwa setiap keputusan konsumsi memiliki tanggung jawab moral di hadapan Tuhan, maka perilaku konsumtif yang berlebihan dapat diminimalkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 40 mahasiswa Program Studi Akuntansi dan Perpajakan Universitas HKBP Nommensen Medan, dapat disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswa secara umum berada pada kategori sedang. Artinya, sebagian besar mahasiswa masih memiliki kecenderungan untuk melakukan konsumsi yang dipengaruhi oleh faktor emosional, sosial, dan tren, namun tetap memiliki kemampuan untuk mengendalikan perilaku konsumtif tersebut dalam batas yang wajar. Penerapan nilai-nilai etika Kekristenan seperti kesederhanaan, penguasaan diri (*self-control*), dan penatalayanan yang

bertanggung jawab (responsible stewardship) terbukti dapat membantu mahasiswa menahan dorongan konsumtif yang berlebihan. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa pemahaman iman Kristen yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari memiliki dampak positif terhadap keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual mahasiswa.

Saran

Mahasiswa diharapkan mampu menerapkan nilai-nilai etika Kekristenan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam hal pengelolaan keuangan dan pola konsumsi. Dengan menanamkan prinsip kesederhanaan, penguasaan diri, dan rasa tanggung jawab terhadap sumber daya yang dimiliki, mahasiswa dapat menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan dan membangun kebiasaan hidup yang lebih produktif serta berorientasi pada kebutuhan yang nyata. bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian ke program studi lain atau universitas berbeda agar hasil penelitian dapat dibandingkan dan diperkuat secara general. Peneliti juga dapat menambahkan variabel lain seperti pengaruh media sosial, dukungan spiritualitas, atau literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa, guna memperdalam pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi berlebihan di kalangan mahasiswa Kristen.

DAFTAR PUSTAKA

- Alinurdin, D. (2018). Etika Kristen dan teknologi informasi: Sebuah tinjauan menurut perspektif Alkitab. *Veritas*, 17(2), 91-105.
- Ayu, N. P., & Safitri, D. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 3(2), 1-18.
- CAHYANTI, S. PENGARUH PENDAPATAN, GAYA HIDUP DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA BIDIKMISI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA MEDAN.
- Fromm, Erich. (1955). *The Sane Society*. London And New York: British Library.
- Ghufron M. Nur, & Risnawati Rini. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Ar-Ruzz Media
- Hurlock, E.B. 1980. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Erlangga
- Intani, C. P., & Ildil, I. (2018). Hubungan kontrol diri dengan prestasi belajar siswa. *Jurnal EDUCATIO: Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(2), 65-70. DOI: <https://doi.org/10.29210/120182191>
- Karubun, Y. (2024). Pentingnya Literasi Keuangan Untuk Mengatasi Perilaku Konsumtif Di Kalangan Orang Muda Katolik. *Logos: Jurnal Pendidikan, Katekese, dan Pastoral*, 12(2), 163-189.
- Manik, A. M., & Saragi, F. (2023). Etika Kristen Dalam Pendidikan Karakter Dan Moral. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 2(3).
- Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, B. (2023). Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) dalam konsumsi di kalangan mahasiswa FEBI UINSU ditinjau dalam prespektif masalah. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(2), 1997-2006.
- Pramudita, E., & Misidawati, D. N. (2024). Pengaruh Gaya Hidup, Marketing Effect, Modernitas Individu dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Mahasiswa: (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 3(4), 315-339.
- Putri, O. N., & Naylawati, W. A. (2023, November). Budaya Konsumtif Belanja Online Dikalangan Mahasiswa. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1300-1308).
- SALSABILA, N. A. (2024). PENGARUH FEAR OF MISSING OUT (FOMO) TREN PRODUK KOSMETIK DI APLIKASI TIKTOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI DITINJAU MENURUT EKONOMI SYARIAH (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU).
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02).
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan*. Bandung. PT : Alfabeta

- Wiyono, S., Hanock, E. E., & Laoli, A. (2024). Menghadapi Tantangan FOMO dengan Nilai Kesederhanaan Kristen. *Paraklesis*, 1(001), 1-12.
- Hurlock, E.B. 1980. *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Erlangga