

**LAPORAN HASIL PEMBELAJARAN CASE STUDY**  
**SEMINAR EKONOMI SYARIAH: ANALISIS POLA PERILAKU KONSUMSI PADA**  
**KONSUMEN MUSLIM (STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI ISLAM ANGGARAN 2017**  
**UNIVERSITAS MULAWARMAN)**

	<b>MATA KULIAH</b>	<b>:</b>	<b>SEMINAR EKONOMI SYARIAH</b>
	<b>PROGRAM STUDI</b>	<b>:</b>	<b>EKONOMI SYARIAH</b>
	<b>FAKULTAS</b>	<b>:</b>	<b>EKONOMI DAN BISNIS</b>
	<b>UNIVERSITAS</b>	<b>:</b>	<b>MULAWARMAN</b>
	<b>NAMA DOSEN</b>	<b>:</b>	<b>ADI TRI PRAMONO, S.FIL., ME</b>
	<b>JENIS CASE STUDY</b>	<b>:</b>	<b>INDIVIDU</b>

### 1.1 PENDAHULUAN

Mata kuliah ini membahas secara mendalam konsep penelitian ekonomi syariah baik penelitian kuantitatif maupun penelitian kualitatif. Mata kuliah ini memberikan bekal pengetahuan dan kemampuan dasar untuk dapat melakukan penelitian, yang meliputi pengertian dan jenis penelitian, prosedur penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, penyusunan landasan teori dan kerangka berpikir, hipotesis, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, penyusunan dan uji coba instrumen, metode analisis data serta penyusunan laporan.

Mata kuliah ini memiliki capaian agar mahasiswa mampu menggunakan konsep teoritis dan prosedural pada bidang metodologi penelitian sehingga mahasiswa memiliki kompetensi (1) kognitif, yakni memahami dan membedakan berbagai metode penelitian dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi syariah, (2) psikomotorik, yakni memilih dan melaksanakan langkah-langkah penelitian sesuai dengan topik ataupun permasalahan tugas akhir yang mereka pilih, (3) afektif, yakni menghindari cara-cara yang tidak terpuji dalam penelitian, misalnya plagiat.

### 1.2 LATAR BELAKANG

Perilaku konsumsi masyarakat nampaknya sering kali membuktikan bahwa pada saat pemenuhan kebutuhan konsumsi, seseorang tidak sepenuhnya sesuai dengan apa yang diperlukan dan bahkan tidak jarang pula pemenuhan kebutuhan tersebut melebihi dari apa yang dibutuhkan. Dalam artian, ketika seorang konsumen membeli sebuah barang ataupun jasa, yang menjadi pertimbangan utama bukan pada konteks keuntungan atau kerugian yang dipandang dari segi ekonomisnya, maupun kaitannya dengan manfaat

yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut untuk kepentingan diri sendiri. Namun sebaliknya, yang menjadikan pertimbangan utama oleh seorang konsumen ialah bagaimana dengan mengonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan merasa jika dirinya tidak ketinggalan, kemudian terdapat faktor lain yang memengaruhi seperti, sikap gengsi dan pencitraan. Sehingga dari hal tersebut terbentuklah sebuah gaya hidup yang harus selalu mengikuti tren kekinian. Upaya agar dapat mengenali bagaimana perilaku konsumen tentu tidaklah mudah, seorang konsumen tidak selalu menyatakan secara terang-terangan apa saja keinginan dan kebutuhannya, namun adapula beberapa dari mereka yang bertindak sebaliknya. Konsumen kerap kali bereaksi untuk mengubah keputusan dan mengubah pikirannya pada saat melakukan pembelian. Seorang konsumen yang memiliki kebutuhan akan menunjukkan kekurangan yang dialami pada waktu tertentu, sehingga kebutuhan dilihat sebagai pembangkit atau penggerak dari perilaku konsumen.

### **1.3 RUMUSAN CASE STUDY**

- Bagaimana menemukenali dasar penelitian ekonomi syariah?
- Bagaimana membedakan berbagai metode penelitian dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi syariah,
- Bagaimana menghindari cara-cara yang tidak terpuji dalam penelitian, misalnya plagiat

### **1.4 TUJUAN PEMBERIAN CASE STUDY**

- Mampu menjelaskan konsep dasar penelitian ekonomi syariah
- Mampu menjelaskan ragam penelitian ekonomi syariah.
- Mampu mengidentifikasi dan merumuskan permasalahan penelitian.
- Mampu membuat kajian pustaka dan hasil-hasil penelitian yang relevan.

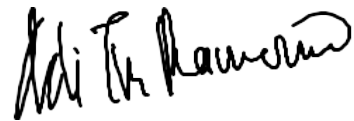
#### **1.4.1 WAKTU PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kuliah berbasis *case studi* ini dilaksanakan pada semester Genap 2020/2021, yakni pada Bulan Februari hingga Juni 2021. Perkuliahan dilaksanakan secara dengan metode *hybrid* dengan mengkombinasi luring maupun daring

## 1.5 PENILAIAN

- Hasil pembelajaran *case studi* disusun dalam bentuk pembuatan laporan individu.

Samarinda, 21 Juni 2021  
Mengetahui  
Dosen Pengampu Mata Kuliah



**Adi Tri Pramono, S.Fil., M.E.**  
NIP. 19850107 201903 1 006

# LAMPIRAN

## **ANALISIS POLA PERILAKU KONSUMSI PADA KONSUMEN MUSLIM**

**(STUDI KASUS MAHASISWA EKONOMI ISLAM  
ANGKATAN 2017 UNIVERSITAS MULAWARMAN)**

### **PROPOSAL SKRIPSI**

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

**NUR AISAH**

**1701045046**

**EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MULAWARMAN**

**SAMARINDA**

**2020**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis kepada Allah *Subhanahu Wa Taa'ala* yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini. Penyusunan proposal ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam program studi Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak lepas dari adanya kerjasama dan bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof.Dr. H. Masjaya, M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Ibu Prof.Dr. Hj. Syarifah Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
3. Ibu Hj.Isna Yuningsih, S.E, MM., Ak., CA selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
4. Bapak Rais Abdullah,MA.,Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, serta pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan proposal skripsi ini.
5. Dosen-dosen serta staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.
6. Keluarga, teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam 2017 , serta kakak-kakak dan adik-adik Himpunan Prodi Ekonomi Islam dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung, yang semuanya tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih atas apa yang telah diberikan berupa fisik maupun non fisik, berupa

dukungan dan doa, semoga Allah melimpahkan kebaikan untuk kalian semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang membangun senantiasa diharapkan. Semoga Allah *Subhanahu wa ta'ala* memberikan balasan yang sebesar-besarnya atas jasa-jasa, kebaikan, serta bantuan yang telah diberikan. Akhirnya semoga skripsi ini memberi manfaat bagi semua pembaca. Amin

Tenggarong, -- 2020

Penulis

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR SINGKATAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1.Latar Belakang .....	
1.2.Rumusan Masalah .....	
1.3.Tujuan Penelitian .....	
1.4.Manfaat Penelitian .....	
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	
2.1 Landasan Teori .....	
2.1.1. Pola Konsumsi .....	
2.1.2. Perilaku Konsumen .....	
2.1.2.1 Indikator Perilaku Konsumtif .....	
2.1.2.2 Faktor-faktor yang memengaruhi .....	
2.1.2.3 Perilaku Konsumen Muslim .....	
2.1.3. Konsumsi .....	
2.1.3.1. Permintaan .....	

2.1.3.2	Teori Kebutuhan Manusia .....
2.1.3.3	Tingkat Kebutuhan Muslim .....
2.1.4.	Teori Konsumsi Islam .....
2.1.4.1	Landasan Hukum Konsumsi .....
2.1.4.2	Prinsip Konsumsi .....
2.1.4.3	Batasan Konsumsi .....
2.1.5.	Mahasiswa .....
2.2	Penelitian Terdahulu .....
2.3	Kerangka Konseptual .....

### **BAB III METODE PENELITIAN .....**

3.1	Definisi Konseptual .....
3.2	Pendekatan Penelitian .....
3.3	Subjek dan Objek Penelitian .....
3.4	Jenis dan Sumber Data .....
3.5	Metode Pengumpulan Data .....
3.6	Analisis Data .....

### **DAFTAR PUSTAKA**



## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1.	Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan .....	
Tabel 3.1.	Subjek Penelitian .....	

## DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual .....	

## DAFTAR SINGKATAN

KBBI	Kamus Besar Bahasa Indonesia
Q.S	Quran Surah
HR	Hadis Riwayat
r.a	radhiyallahu anhu

## DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
--------------	-------	---------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Pemakaian barang yang diperoleh dari hasil produksi atau yang disebut dengan konsumsi, memiliki tingkat kepentingan yang besar dalam setiap perekonomian. Bagi manusia, kehidupan tidak akan dimulai tanpa adanya konsumsi karena, setiap kegiatan ekonomi selalu mengarah kepada tuntutan pemenuhan kebutuhan dalam hal konsumsi. Dari segi ekonomi, konsumsi ialah sejumlah modal yang diperlukan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan modal tersebut akan habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kebutuhan dalam konsumsi terbagi atas dua (2) macam yaitu, pertama kebutuhan primer, di mana kebutuhan ini merupakan pemenuhan dalam kategori pokok atau utama baik pada jasa maupun barang seperti, kebutuhan akan layanan medis, fasilitas edukasi, makanan, minuman serta dalam hal berbusana. Kemudian yang kedua ialah kebutuhan sekunder, merupakan kebutuhan tambahan yang secara keseluruhan pemenuhan kebutuhan ini memiliki tingkat kategori barang atau jasa yang lebih mewah dari kebutuhan primer, contohnya seperti kendaraan pribadi, hunian mewah, serta kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi atau yang dikenal dengan sebutan *traveling*.

Tertuju pada fenomena saat ini yang menunjukkan bahwa, pola hidup masyarakat telah memasuki tahap era modernisasi, yang mana pada era ini masyarakat semakin konsumtif. Masyarakat akan terus menerus mengkonsumsi tetapi, pola konsumsi yang biasa dilakukan bukan lagi sekedar untuk kegiatan pemenuhan kebutuhan dasar dan kebutuhan fungsionalnya saja. Masyarakat yang berada dan menjalani kehidupan pada era modernisasi ini nyatanya tidak hanya cukup mengonsumsi sandang, pangan dan papan saja untuk bertahan hidup. Walaupun secara biologis kebutuhan akan makan, minum dan pakaian telah tercukupi, namun muncul pula porsi untuk kebutuhan yang terbentuk oleh tatanan pergaulan sosial dengan sesama individu lainnya. Yang kemudian membentuk asumsi yang menyatakan bahwa masyarakat modern harus mengonsumsi lebih dari kebutuhan pada umumnya, maka dapat dikatakan bahwa lingkup masyarakat

modern saat ini hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi akan sangat memengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu membentuk format kegiatan keseharian masyarakat. Sehingga menjadikan budaya konsumen masuk dalam kerasionalan berpikir masyarakat dan terpadukan dalam kehidupan sehari-hari.

Kontribusi akan perkembangan zaman yang semakin maju, didukung dengan kecanggihan teknologi, kreativitas serta inovasi akan menjadi suatu komponen indikator penyebab budaya konsumen selalu berevolusi dari masa ke masa. Menyebabkan jenis kebutuhan manusia akan semakin beraneka ragam jenisnya. Selain itu, terdapat upaya dalam perluasan pangsa pasar dengan mendirikan berbagai macam pertokoan, hiburan dan pusat perbelanjaan, sehingga hal tersebut memberikan dampak pada jumlah kebutuhan dan perilaku konsumsi masyarakat. Hal ini pun mengakibatkan perubahan pada pembelian suatu barang maupun jasa yang tidak berdasarkan skala prioritas dan batas kemampuan keuangan yang dimiliki. Penyusunan pada skala prioritas kebutuhan berperan penting dalam menghindari perilaku konsumsi yang berlebih, konsumsi yang tidak dipertimbangkan secara logis serta sebagai saran untuk memperhitungkan batas kemampuan keuangan yang dimiliki, agar tidak terjadi pengeluaran yang tidak sesuai dengan pendapatan. Untuk itu, diperlukannya pengetahuan mengenai literasi keuangan yang memiliki tujuan untuk bagaimana mengelola keputusan ekonomi yang tepat dalam hal konsumsi, sehingga masyarakat terhindar dari perilaku yang konsumtif.

Perilaku konsumsi masyarakat nampaknya sering kali membuktikan bahwa pada saat pemenuhan kebutuhan konsumsi, seseorang tidak sepenuhnya sesuai dengan apa yang diperlukan dan bahkan tidak jarang pula pemenuhan kebutuhan tersebut melebihi dari apa yang dibutuhkan. Dalam artian, ketika seorang konsumen membeli sebuah barang ataupun jasa, yang menjadi pertimbangan utama bukan pada konteks keuntungan atau kerugian yang dipandang dari segi ekonomisnya, maupun kaitannya dengan manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa tersebut untuk kepentingan diri sendiri. Namun sebaliknya, yang menjadikan pertimbangan utama oleh seorang konsumen ialah bagaimana dengan

mengonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan merasa jika dirinya tidak ketinggalan , kemudian terdapat faktor lain yang memengaruhi seperti, sikap gengsi dan pencitraan. Sehingga dari hal tersebut terbentuklah sebuah gaya hidup yang harus selalu mengikuti tren kekinian. Upaya agar dapat mengenali bagaimana perilaku konsumen tentu tidaklah mudah, seorang konsumen tidak selalu menyatakan secara terang-terangan apa saja keinginan dan kebutuhannya, namun adapula beberapa dari mereka yang bertindak sebaliknya. Konsumen kerap kali bereaksi untuk mengubah keputusan dan mengubah pikirannya pada saat melakukan pembelian. Seorang konsumen yang memiliki kebutuhan akan menunjukkan kekurangan yang dialami pada waktu tertentu, sehingga kebutuhan dilihat sebagai pembangkit atau penggerak dari perilaku konsumen.

Dalam aspek pendidikan khususnya ditingkat perkuliahan, mahasiswa juga termasuk golongan masyarakat yang konsumtif. Setiap individu tentunya mempunyai masing-masing gaya hidup dalam rangka pemenuhan hasrat hidup, hasrat hidup pada mahasiswa pun sangat beragam. Tidak sedikit dari mereka membentuk suatu kelompok yang sesuai dengan keinginan maupun tujuan masing-masing , yang kemudian dari sinilah terbentuknya gaya hidup untuk setiap individu mahasiswa . Gaya hidup merupakan sebuah pola kehidupan seseorang yang teraplikasikan pada aktivitas, pendapat serta mintanya dalam mengeluarkan uang untuk dibelanjakan dan pengaturan dalam mengalokasikan waktunya. Kondisi lain menyatakan jika gaya hidup sebagai pola suatu tindakan yang membedakan antara satu individu dengan individu lainnya. Maka hal ini akan menjadi sebuah faktor yang dapat memengaruhi pola konsumsi setiap mahasiswa. Perilaku mahasiswa yang konsumtif lama kelamaan akan menjadi kebiasaan dan kemudian membentuk suatu gaya hidup.

Fokus pada perilaku konsumsi dikalangan mahasiswa saat ini, yang tidak hanya didorong karena adanya fungsi barang dan faktor kebutuhan pokok saja, akan tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitar di mana seorang mahasiswa akan senantiasa membelanjakan uangnya pada porsi yang tidak sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan. Kemudian pada faktor sementara lainnya yang sangat berpengaruh ialah kelompok panutan dan lingkungan sekitar. Seperti halnya kaum

kekinian, rata-rata mahasiswa akan melakukan konsumsi dikarenakan ingin seperti teman-temannya. Pandangan seperti itu akan dapat berimbas pada sulitnya untuk membedakan antara kebutuhan pokok yang utama untuk dipenuhi dan keinginan yang hanya dapat memberikan kepuasan sementara. Situasi yang terjadi dikalangan mahasiswa sebagai generasi muda, mahasiswa memiliki beraneka ragam akan kebutuhan fisiologis jika dibandingkan dengan kalangan pelajar lainnya. Mempunyai sikap labil dan sangat mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar terutama dalam hal berkonsumsi. Selain itu, mahasiswa sebagai seseorang yang secara mandiri mengatur kebutuhan dalam berkonsumsi, yang mana mahasiswa akan memperoleh dana untuk memenuhi kebutuhannya ialah bersumber dari pendapatan yang diberikan oleh orang tua maupun yang diperoleh pada saat bekerja. Hal tersebut akan menimbulkan kegiatan ekonomi yang dilakukan sering kali tidak sesuai dengan porsi yang dibutuhkan.

Sebagai seorang manusia yang mana telah diajarkan bagaimana etika dalam berkonsumsi yang paling utama ialah memenuhi kebutuhan pokoknya, terlebih jika seseorang itu merupakan seorang muslim. Lalu, bagaimana Islam mengatur mekanisme konsumsi yang berlaku untuk seluruh umat muslim. Dalam ajaran Islam terdapat batasan-batasan dalam melakukan atau mengerjakan suatu perbuatan, satu diantaranya ialah batasan dalam berperilaku konsumen. Islam tidak memiliki konsep pemenuhan kebutuhan guna memperoleh kepuasan, yang artinya kepuasan yang didapatkan ketika melakukan suatu perbuatan, seperti halnya dengan berbelanja. Perilaku konsumen muslim harus mengutamakan kebutuhan bukan keinginan, jika seseorang muslim selalu mengedepankan keinginan maka akan timbul sifat berlebih-lebihan atau boros. Kebutuhan hidup masing-masing manusia harus terpenuhi secara sewajarnya agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Akan tetapi, apabila kebutuhan hidup itu dipenuhi dengan cara berlebihan, tentu akan menimbulkan efek yang tidak baik untuk diri sendiri serta akan menyebabkan tunduknya diri pada hawa nafsu, sehingga uang yang dialokasikan hanya akan habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan dapat merugikan dirinya. Oleh karena itu, untuk menghapus perilaku berlebihan, Islam memerintahkan untuk memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan, lebih



bermanfaat serta menjauhkan diri dari konsumsi yang berlebihan untuk semua jenis konsumsi.

Islam mengajarkan bahwa umat manusia dalam pemenuhan kebutuhannya, tidaklah berlandaskan keinginan semata akan tetapi sesuai kebutuhan. Tidak berlebihan sebaiknya melakukan konsumsi seperlunya, Allah *subhanahu wa ta'ala* memberikan segala bentuk perintah yang harus ditaati oleh umat muslim, termasuk dalam hal mengonsumsi makanan serta menekankan agar mencari rezeki yang berasal dari sumber halal. Bumi diciptakan dengan segala ketersediaan akan kekayaan alam yang berlimpah, manusia diberikan segala bentuk fasilitas dalam pemenuhan kebutuhan seperti halnya tanah yang subur dan sangat cocok untuk ditanami berbagai tanaman pokok misalkan, padi, jagung, buah-buahan dan berbagai macam tumbuhan lainnya. Kemudian bumi dilengkapi dengan sungai, laut dan daratan yang berisikan berbagai macam binatang yang halal untuk dikonsumsi. Akan tetapi segala kemudahan yang Allah berikan bukan berarti membuat manusia lalai dalam mematuhi syariat Islam, tidak sedikit umat manusia bermudah-mudahan dalam menyikapi halal dan haram dilingkungannya, serta yang berkaitan dengan sikap berlebih-lebihan. Sesuatu yang masuk ke dalam tubuh manusia serta cara memperoleh rezeki dengan jalan yang tidak dibenarkan syariat, akan berdampak sangat buruk pada kondisi rohani maupun jasmani dan tentunya segala sesuatu yang dilakukan akan dipertanggung jawabkan di hari pembalasan.

Pentingnya kajian terhadap pola konsumsi ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pola konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, baik dari segi pola konsumsi makanan, barang maupun jasa guna memenuhi kebutuhan dan hasrat hidup mereka. Tingkat konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan dan tingkat pengetahuan ekonomi. Kajian ini juga memiliki tujuan agar dapat mengetahui seberapa banyak pengeluaran yang dikeluarkan oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan hariannya. Analisis dilakukan juga agar bisa mengetahui informasi mengenai pola konsumsi mahasiswa program studi Ekonomi Islam angkatan 2017 Universitas Mulawarman yang juga sebagai konsumen muslim.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut, yaitu Bagaimana Pola Perilaku Konsumsi Pada Konsumen Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Angkatan 2017 Universitas Mulawarman) ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Pola Perilaku Konsumsi Pada Konsumen Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Angkatan 2017 Universitas Mulawarman).

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat :

1. Bagi Ilmuan selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dalam penulisan penelitian yang serupa.
2. Bagi mahasiswa , hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan serta wawasan bagi teman-teman mahasiswa sebagai konsumen muslim, di mana seorang mahasiswa dari program studi Ekonomi Islam dapat mengimplementasikan nilai, norma, etika dan ilmu yang telah didiapatkan selama perkuliahan, dalam kehidupannya sehari-hari.
3. Bagi Penulis, dilaksanakan dan terselesaikannya penelitian ini merupakan suatu persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana (S1) Ekonomi Islam .

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya dalam kehidupan manusia, karena ia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat mempertahankan hidupnya. Ia harus makan untuk hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya, memiliki tempat tinggal untuk dapat berteduh dan lain sebagainya. Konsumsi juga meliputi pemenuhan akan aneka peralatan untuk memudahkan dalam menjalani kehidupannya. Sepanjang hal tersebut dilakukan sesuai dengan atura-aturan syara', maka tidak akan menimbulkan permasalahan. Akan tetapi, ketika manusia memperturutkan hawa nafsunya dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh agama, maka hal itu akan menimbulkan kemudharatan berkepanjangan.

##### **2.1.1. Pola Konsumsi**

Pola konsumsi berasal dari kata pola dan konsumsi. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap (sumber) sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan. Jadi pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu atau kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa sebagai pemenuhan kebutuhan.

Pola konsumsi menunjukkan bagaimana seseorang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Pola konsumsi dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Kebutuhan pada umumnya tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk dimasa kecil. Perubahan ini bisa terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen yang berubah akibat pengaruh lingkungan.

### **2.1.1.1. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi**

Jika diamati secara empiris pola konsumsi masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni antara lain sebagai berikut:

1. Besarnya pendapatan keluarga yang tersedia (setelah dipotong pajak dan potongan-potongan lainnya)
2. Jumlah rumah tangga, besarnya keluarga dan susunannya (jumlah anak, umur anak), agama dan adat istiadat (misalnya perayaan seperti Idul Fitri, Natal, Tahun Baru)
3. Musim (Panen, Paceklik, Masa Ujian, Pendaftaran Sekolah)
4. Lingkungan (Kota Besar, Kota Kecil, Desa, Orang-orang besar, Rakyat biasa)
5. Kebijakan dalam mengatur keuangan keluarga
6. Pengaruh psikologi (Iklim yang menarik, Mode-mode baru, Pandangan masyarakat tentang apa yang menaikkan gengsi)
7. Harta kekayaan yang dimiliki (Tanah, Rumah dan Uang).

### **2.1.2. Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumsi yang dimaksudkan adalah perilaku atau tindakan konsumen yang sesuai dengan hukum permintaan. Perilaku konsumsi yang dikenal dalam istilah bahasa Inggris *consumtion behavior* sangat penting keberadaannya setelah ekonomi Inggris John Mynar Lord Kynes (1883-1946) memperkenalkan teorinya yang dikenal dengan istilah *low of consumtion* (Hukum Konsumsi) yang belakangan mengilhami para penulis ilmu ekonomi mempopulerkan istilah perilaku konsumen dalam tulisan mereka. Dalam analisis konsumsi konvensional dijelaskan bahwa perilaku konsumsi seseorang adalah dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai kepuasan optimal.

Menurut Engel, “perilaku konsumsi adalah tindakan yang terlibat langsung dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan itu.” Menurut Loudon dan Bitta, “perilaku konsumsi adalah suatu proses pengambilan keputusan yang mensyaratkan perilaku individu untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan dan mengatur barang dan jasa.” Adapun menurut Kotler dan Armstrong, “perilaku konsumsi adalah perilaku individu ataupun rumah tangga dalam bentuk pembelian barang dan jasa untuk konsumsi personal.”

#### **2.1.2.1. Indikator Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono, indikator perilaku konsumtif yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah
2. Membeli produk karena kemasannya menarik
3. Membeli produk karena menjaga penampilan diri dan gengsi
4. Membeli produk atas pertimbangan harga
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
6. Memakai produk karena unsur kompromitas terhadap model yang mengiklankan
7. Muncul penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
8. Ingin mencoba dua produk sejenis (merek berbeda).

#### **2.1.2.2. Faktor – faktor Yang Memengaruhi Perilaku Konsumen**

Dalam perekonomian modern, urusan konsumsi tidak hanya menjadi urusan individu, melainkan gejala sosial. Hal tersebut dipengaruhi langsung oleh pola kebudayaan dan lingkungan sosial dengan sistem nilai yang terkandung didalamnya. Dalam buku Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro karya T.Ginarso (2003), dijelaskan bahwa ada empat (4) faktor yang memengaruhi perilaku konsumen :

### 1. Faktor Individual

Faktor ini mengacu pada sifat-sifat yang dimiliki oleh seseorang seperti bakat, minat dan emosional. Selain itu juga ada faktor lain seperti umur, kelompok usia dan lingkungan. Faktor-faktor tersebut tidak hanya memengaruhi apa yang dikonsumsi, tetapi juga memengaruhi model-model yang dikonsumsi.

### 2. Faktor Ekonomi

Faktor ekonomi berhubungan dengan harga barang, pendapatan yang dimiliki oleh konsumen dan adanya substitusi. Selain itu juga ada aspek lain seperti lingkungan fisik (panas, dingin, kering, basah), besarnya keluarga, tersedia tidaknya kredit murah untuk konsumsi (koperasi, bank) dan kekayaan yang sudah dimiliki.

### 3. Faktor Sosial

Tidak bisa dipungkiri bahwa ketika seseorang tinggal dalam suatu wilayah, maka orang tersebut harus menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Lingkungan sosial berpengaruh positif terhadap tindakan pembelian, contoh dari faktor ini adalah gaya hidup orang kaya cenderung suka ditiru oleh golongan masyarakat lainnya.

### 4. Faktor Kebudayaan

Pertimbangan berdasarkan agama dan adat kebiasaan dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan konsumsi.

#### **2.1.2.3. Perilaku Konsumen Muslim**

Perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seseorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku

konsumsi seorang muslim didasarkan pada beberapa asumsi bagaimana dikemukakan oleh Monzer Kafh yang dikutip oleh Imamudin Yuliadi, yaitu:

1. Islam merupakan suatu agama yang diterapkan di tengah masyarakat.
2. Zakat hukumnya wajib.
3. Tidak ada riba dalam masyarakat.
4. Prinsip *mudharabah* diterapkan dalam aktivitas bisnis
5. Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan kepuasan.

Konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak. Perilaku konsumen muslim yang harus diperhatikan adalah Said (2008:60) :

1. Penggunaan barang-barang yang bersih, baik dan bermanfaat
2. Kewajaran dalam membelanjakan harta
3. Sikap sederhana dan adil
4. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
5. Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas.

Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan manusia yang lebih sejahtera. Menurut Amiruddin (2013:121-122), seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:

1. Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah *Subhanahu wa ta'ala* akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam surah An-nahl ayat 11 yang menjelaskan bahwasanya Allah-lah yang telah menurunkan air dari langit, diantaranya untuk dikonsumsi manusia dan tumbuhan

yang ada di bumi dan Allah menumbuhkan tanaman dengan air itu yang darinya tumbuh bermacam-macam buah.

2. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Di mana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang memengaruhi pola konsumsi seorang muslim.
3. Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain.

Sebagaimana dijelaskan oleh pakar-pakar Islam, perilaku konsumsi Islami secara mikro dapat ditandai oleh beberapa hal pokok, yaitu:

- i. Barang/jasa yang dikonsumsi adalah barang/jasa yang halal. Barang/jasa yang diharamkan oleh Islam tidaklah banyak, yaitu babi, darah, bangkai, binatang yang dibunuh atas nama selain Allah atau dipukul, perjudian, riba, zina dan barang-barang yang najis atau rusak.
- ii. Memberikan prioritas berbelanja kepada barang/jasa yang memberikan manfaat atau *thayyib*, yang dapat menambah kemanfaatan bagi agama, jiwa, akal ataupun keluarga.
- iii. Bersikap moderat dalam konsumsi, yaitu tidak terlalu hemat sehingga tidak melakukan nafkah wajib (*bakhil*), tidak berlebihan (*israf*) atau belanja yang tiada manfaat (*tabdzir*).
- iv. Berpegangan teguh pada moralitas Islam dalam konsumsi, artinya rela mengorbankan kepentingan diri untuk memberikan kebaikan kepada pihak lain, misalnya berbagi makanan yang dibeli kepada tetangga ketika tercium baunya, tidak menawar harga terlalu rendah kepada penjual dan sebagainya.



v. Menjaga aspek kesucian dan kebersihan dalam konsumsi.

Secara makro, perilaku konsumsi Islami ditandai dengan turunnya kesenjangan kualitas konsumsi antara kelompok kaya dan miskin, berkurangnya konsumsi untuk barang/jasa mewah, berkurangnya pemborosan belanja (*israf*) dan meningkatnya belanja untuk sosial atau sektor publik.

### **2.1.3. Konsumsi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebutkan bahwa konsumsi yaitu pemakaian barang hasil produksi (bahan makanan, pakaian dan sebagainya); barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita. Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan tujuan mencari kepuasan (*utility*) tertinggi, tingkat konsumsi seorang konsumen hanya ditentukan oleh kemampuan anggarannya.

Dalam perspektif konvensional, aktivitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan memaksimalkan kepuasan (*utility*). Sir John R. Hicks menjelaskan tentang konsumsi dengan menggunakan parameter kepuasan melalui konsep kepuasan (*utility*) yang tergambar dalam kurva *indifferent* (tingkat kepuasan yang sama). Hicks mengungkapkan bahwa individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktivitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal menggunakan tingkat pendapatannya (*income*) sebagai *budget constraint*.

#### **2.1.3.1. Permintaan**

Permintaan (*demand*) tidaklah berarti secara harfiah seperti yang sering kita dengar sehari-hari, yaitu mendapatkan suatu barang dan jasa

tanpa pengorbanan (*gratis*). Dalam ekonomi mikro, permintaan diartikan sebagai jumlah barang dan jasa yang bersedia dibeli pada berbagai tingkat harga, dengan jumlah pengeluaran (*budget*) tertentu untuk memperoleh kegunaan maksimum. Permintaan secara sederhana jika mengikuti hukum permintaan maka dipengaruhi oleh dua variabel, yaitu harga (*price*) dan selain harga (dalam contoh ini dimisalkan pendapatan).

Hukum permintaan menjelaskan, Jika harga barang/jasa turun, maka jumlah barang/jasa yang diminta akan bertambah dan sebaliknya jika harga naik, maka jumlah barang/jasa yang diminta akan turun dengan asumsi variabel selain harga dianggap konstan (*ceteris paribus*). Hukum diartikan sebagai kecenderungan sosial bukan hukum seperti dalam pengertian sehari-hari yang dijatuhkan oleh hakim kepada seorang tersangka.

Terdapat beberapa alasan mengapa permintaan menjadi bahasan yang penting dan menarik adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan permintaan memberikan kontribusi hampir sepertiga ( $1/3$ ) dari kegiatan ekonomi, jika secara keseluruhan kegiatan terbagi rata menjadi tiga bagian yaitu, produksi, konsumsi dan distribusi.
2. Permintaan memiliki durasi kegiatan yang sangat panjang yaitu sepanjang hidup manusia bahkan setelah tiada masih dilanjutkan oleh sanak keluarganya.
3. Permintaan memiliki turunan atau dampak (*derivatif*) yang luas dalam kegiatan ekonomi. Dengan adanya permintaan, maka akan tercipta produksi, sehingga memberikan pendapatan bagi penjual (laba) dan pemilik faktor produksi berupa upah, sewa dan bunga. Selanjutnya dengan pendapatan itu maka akan menciptakan permintaan berikutnya dan menyediakan investasi untuk kegiatan produksi.

Salah satu pendekatan yang digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumsi adalah pendekatan daya guna (*utility*). *Utility* diterjemahkan sebagai kepuasan, namun ada pula yang menterjemahkan sebagai daya guna.

Menurut Priyagus (2016), *utility* berarti daya guna karena alasan kuat seseorang membeli barang adalah kegunaannya, baik bersifat subjektif maupun objektif, dari kegunaan itulah akan melahirkan kepuasan. Sebagai contoh, seseorang yang membeli mobil mungkin dengan alasan supaya dapat mengangkut lebih banyak, tetapi ada juga yang membeli dengan warna tertentu sebagai hobi. Keduanya akan memperoleh kepuasan karena mobil yang dibeli telah memberikan kegunaan, yaitu dapat mengangkut lebih banyak dan memenuhi hobinya.

Pendekatan daya guna (*utility*) terbagi menjadi dua bagian yaitu:

### 1. Pendekatan Daya Guna Kardinal

Untuk menjelaskan perilaku konsumen dengan pendekatan daya guna kardinal, maka beberapa asumsi yang mendasari adalah:

- a) *Utility* (daya guna/kepuasan) yang diperoleh konsumen dapat diukur dengan nilai satuan uang.
- b) *Utility* konsumen mengikuti hukum Gossen (*the law of diminishing marginal utility*).
- c) Konsumen berusaha memaksimumkan kepuasannya, yaitu suatu kondisi di mana kepuasan tambahan yang diperoleh sama dengan tambahan pengorbanan yang dikeluarkan atau konsumen telah mencapai keseimbangan (keseimbangan konsumen/*consumer equilibrium*)

### 2. Pendekatan Daya Guna Ordinal

Pendekatan daya guna ordinal juga menjelaskan bahwa daya guna dapat diukur secara ordinal (bertingkat), daya guna digambarkan dengan

sebuah *indifference curve* , yaitu suatu kurva yang menggambarkan tingkat kepuasan (daya guna) yang sama dengan kombinasi jumlah barang yang berbeda. Artinya meskipun kombinasi barang yang diminta berbeda-beda (berubah), namun kepuasan yang didapat tetap sama. *Indifference* dapat juga diartikan sebagai dalam perbedaan (kombinasi) terdapat kesamaan (kepuasan).

### **2.1.3.2 Teori Kebutuhan Manusia**

Adapun berbagai macam kebutuhan manusia satu diantaranya yakni kebutuhan menurut intensitasnya yang meliputi kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Serta lebih dispesifikasikan lagi pada teori hirarki kebutuhan manusia menurut Dr. Abraham Maslow yang meliputi kebutuhan fisiologis, rasa aman dan keamanan, sosial, ego dan aktualisasi diri dengan penjelasan sebagai berikut:

Jika dilihat dari intensitasnya, kebutuhan manusia terbagi atas tiga yaitu:

a. **Kebutuhan Primer**

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan. Contohnya sandang (pakaian), pangan (konsumsi), papan (tempat tinggal), pendidikan, transportasi umum, keamanan, kesehatan dan pekerjaan.

b. **Kebutuhan Sekunder**

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang pemenuhannya setelah kebutuhan primer terpenuhi, agar kebutuhan manusia tetap berjalan dengan baik. Contohnya pariwisata, rekreasi dan hiburan.

c. **Kebutuhan Tersier**

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang terpenuhi setelah kebutuhan primer dan sekunder. Contohnya mobil, sepeda motor, komputer atau laptop, handphone, tablet dan barang moderen lainnya.

Sementara teori hirarki kebutuhan manusia menurut Dr. Abraham Maslow, beliau mengemukakan lima (5) kebutuhan manusia yang diuraikan sebagai berikut:

- a. Kebutuhan fisiologi adalah kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan tubuh manusia untuk mempertahankan hidup. Kebutuhan tersebut meliputi: makanan, air, udara, rumah, pakaian.
- b. Kebutuhan rasa aman dan keamanan adalah kebutuhan tingkat kedua setelah kebutuhan tingkat dasar. Ini merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia seperti : perlindungan, peraturan dan undang-undang.
- c. Kebutuhan sosial yaitu kebutuhan manusia untuk berhubungan antara satu dengan yang lainnya, seperti: kebutuhan akan teman, rasa memiliki dan dihormati.
- d. Kebutuhan ego adalah kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia tidak hanya puas dengan telah terpenuhinya kebutuhan dasar, rasa aman dan sosial. Kebutuhan ego meliputi: status dalam masyarakat, percaya diri dan harga diri.
- e. Kebutuhan aktualisasi diri adalah keinginan seorang individu untuk menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya, seperti: sukses dan berkuasa.

### **2.1.3.3 Tingkatan Kebutuhan Muslim**

Kebutuhan manusia dalam berkonsumsi sebenarnya memiliki tingkat urgensi yang selalu tidak sama antara satu dengan yang lain. Terdapat prioritas-prioritas diantara satu dengan yang lainnya yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dan mendesakkan dalam pemenuhannya.

Al-Ghazali menerangkan bahwa “kesejahteraan dari masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar, yakni agama, hidup atau jiwa, keluarga atau keturunan, harta atau kekayaan dan

intelektual atau akal.” Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntutan wahyu, tujuan utama kehidupan manusia adalah untuk mencapai kebaikan dunia dan akhirat.

Islam menolak perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus. Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda pula. Dalam ajaran Islam, manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*mudarat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.

Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut sebagai kebutuhan (*need*). Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif serta mendatangkan manfaat dan kemashlahatan disamping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun material. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.

Dalam Islam kebutuhan manusia juga mempunyai tingkatan-tingkatan yang berbeda yang berarti mempunyai konsekuensi pula dalam penentuan prioritas pemenuhannya. Menurut Mannan, klasifikasi (hirarki) kebutuhan dibagi menjadi tiga, yaitu :

- 1) Kebutuhan primer/dasar yang segera harus dipenuhi (*al-Hajjah al-Daruriyah*);
- 2) Kebutuhan sekunder yang bertujuan meningkatkan efektivitas (*al-Hajjah al-Hajjiyah*); dan
- 3) Kebutuhan tersier yang merupakan kebutuhan yang tidak memengaruhi efisiensi dan efektivitas (*al-Hajjah al-Tahsiniyah*).

**Tabel 2.1**

**Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan**

<b>Karakteristik</b>	<b>Kebutuhan</b>	<b>Keinginan</b>
Sumber	Fitrah manusia	Hasrat (nafsu) manusia
Hasil	Manfaat dari berkah	Kepuasan
Ukuran	Fungsi	Preferensi/selera
Sifat	Objektif	Subjektif
Tuntunan Islam	Dipenuhi	Dibatasi/dikendalikan

*Sumber : P3EI*

**2.1.4. Teori Konsumsi dalam Islam**

Manusia memiliki kebutuhan yang beragam jenisnya baik bersifat fisik maupun rohani. Dalam pandangan Islam, kegiatan ekonomi sebagai cara untuk menumpuk dan meningkatkan pahala menuju *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Salah satunya yaitu kegiatan ekonomi dalam melakukan konsumsi. Aktivitas konsumsi dalam Islam merupakan salah satu aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah *Subhanahu wa ta'ala* dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat, baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal saleh bagi sesamanya.

Menurut Yusuf al-Qardhawi, konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Yang dimaksud dengan konsumsi di sini bukan

semata-mata makan dan minum saja. Konsumsi mencakup segala pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Membangun atau membeli rumah, membeli mobil, emas, perak dan perhiasan lain juga termasuk dalam aktivitas konsumsi. Menurut beliau ada beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam berkonsumsi, diantaranya; konsumsi pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewahan, menjauhi utang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran.

Abu Abdilah Muhammad Bin Al-Hasan Bin Farqad Al-Syaibani mengemukakan bahwa konsumsi adalah “apabila manusia telah merasa cukup dari apa yang dibutuhkan kemudian bergegas pada kebajikan, sehingga mencurahkan perhatiannya pada urusan akhiratnya adalah lebih baik bagi mereka.” Dalam hal ini diartikan bahwa seorang muslim berkonsumsi dalam kondisi yang cukup, bukan kondisi memintaminta.

#### **2.1.4.1 Landasan Hukum Konsumsi Dalam Islam**

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, konsumsi merupakan keniscayaan dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan akan konsumsi ini semakin lama semakin berkembang sejalan dengan pola dan gaya hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, semakin tinggi pula kebutuhannya pada barang-barang yang akan dikonsumsi dengan beragam jenisnya. Rasulullah tidak menisbikan adanya kemungkinan ini, sembari menyatakan bahwa keinginan manusia akan barang-barang (harta) tidak ada batasnya dan karenanya manusia sendiri yang harus membatasinya. Aturan Islam dalam berkonsumsi terdapat pada beberapa ayat-ayat Alquran dan hadis satu diantaranya ialah pada :

surah Al-Baqarah ayat 168 :

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-



langkah setan; Karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu”.

Hadis Nabi :

“Dari Anas r.a., katanya, Rasulullah *Shallallahu alaihi wa salam* bersabda, “Seandainya seorang manusia mempunyai harta sebanyak dua lembah niscaya ia akan mencari lembah yang ketiga dan tidak akan penuh mulut manusia itu kecuali dengan tanah (kematian) dan Allah akan mengampuni orang yang bertobat.” (HR. Bukhari dan Muslim)

“Dari Jabir, ia berkata: Nu'man ibn Qawqal mendatangi Nabi *Shallallahu alaihi wa salam* dan bertanya: Wahai Rasulullah, apakah jika saya mendirikan shalat wajib, mengharamkan yang haram dan menghalalkan yang halal akan masuk surga? Sabda Nabi, “ya”.” (HR. Muslim)

#### **2.1.4.2 Prinsip Konsumsi Dalam Islam**

Menurut Al Haritsi mengutip kebijakan Umar ibn Khottob *radhiyallahu anhu* tentang prinsip konsumsi dalam Islam adalah:

a. Prinsip Syariah

Bahwa konsumsi merupakan sarana untuk membangun ketaatan pada Allah dan harus mengetahui betul apa yang dikonsumsinya baik dari sisi zat, proses pembuatan (halal dan haram).

b. Prinsip Kuantitas

Bahwa kesederhanaan dalam segala hal merupakan kebaikan dengan memperhatikan kemampuan dan pendapatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa serta berupaya untuk menabung dan menginvestasikan hartanya.

c. Prinsip Prioritas

Bahwa pertimbangan konsumsi perlu mendahulukan kebutuhan primer kemudian sekunder kemudian tersier.

d. Prinsip Sosial

Bahwa semangat saling *ta'awun* dan memberi contoh keteladanan perilaku konsumsi serta memperhatikan maslahat umum dengan tidak membahayakan, merugikan yang lain serta mengganggu ketertiban umum.

e. Kaidah Lingkungan

Bahwa perhatian kepada sumber daya alam yang ada dengan tidak mengeksploitasi tanpa batas dan merusaknya.

Menurut Abdul Mannan, ada lima (5) prinsip konsumsi dalam Islam:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum. Allah *Subhanahu wa ta'ala* berfirman:

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas. Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

(Q.S. Al-Baqarah:173)

Haram menurut ayat ini termasuk juga daging yang berasal dari sembelihan yang nama Allah tetapi disebut pula nama selain Allah. Pelarangan dilakukan karena berkaitan dengan hewan yang dimaksud berbahaya bagi jiwa, terkait dengan moral dan spiritual (mempersekutukan tuhan).

b. Prinsip Kebersihan

Makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan, sebagaimana Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (Q.S. Al-A'raf:13).

Maksudnya : tiap-tiap akan mengerjakan sembahyang atau *thawaf* keliling ka'bah atau ibadah-ibadah yang lain. Dengan tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan.

d. Prinsip Kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam, tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum yang telah diberikan Allah. Sebagaimana Allah berfirman:

“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan” (Q.S. Al-Maidah:96).

e. Prinsip Moralitas

Seorang Muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan kesyukuran kepada-Nya setelah makan.

### 2.1.4.3 Batasan Konsumsi Dalam Islam

Dalam Islami, konsumsi dibatasi hanya pada barang halal saja sedangkan barang yang haram dilarang. Contohnya, pada makanan dan minuman yang terlarang adalah darah, bangkai, daging babi, daging binatang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah *Subhanahu wa ta'ala* dengan maksud dipersembahkan sebagai korban untuk memuja berhala dan tuhan-tuhan lain dan

persembahan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapapun kecuali Allah *Subhanahu wa ta'ala* Muflih (2006:13).

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam tafsir al-Misbah bahwa “haram itu ada dua macam, yaitu yang haram karena zatnya seperti babi, bangkai, darah dan yang haram karena sesuatu yang bukan dari zatnya, seperti makanan yang tidak diijinkan oleh pemiliknya untuk dimakan atau digunakan, merugikan diri sendiri dan orang lain dan dampak negatif lainnya.” Komoditi yang halal adalah yang bukan termasuk dalam dua macam tersebut Shihab (2002) dalam Muflih (2006:14).

#### **2.1.5. Mahasiswa**

Menurut Kamus Lengkap Bahasa Indonesia, mahasiswa ialah pelajar perguruan tinggi. Dalam struktur pendidikan Indonesia, mahasiswa menduduki jenjang satuan pendidikan tertinggi di antara yang lain. Mahasiswa pada umumnya berusia diatas 17 tahun dikategorikan dalam usia dewasa. Namun tidak semua dari mereka cukup dewasa untuk memilah dan memilih pengaruh lingkungan. Mereka cenderung meniru mode masa kini, mode yang cenderung berkembang dimasyarakat berkiblat pada mode barat, mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, tempat tongkrong hingga cara bergaul. Mahasiswa seharusnya mampu memfilter pengaruh lingkungan tersebut. Namun kurangnya kepercayaan diri dan kurangnya pengetahuan mengakibatkan mereka lebih senang meniru ketimbang mengembangkan potensi mereka dan menjadi diri sendiri. Akibatnya pengaruh buruk lebih banyak berpengaruh, hal ini tentu mengancam mental bangsa sebab mahasiswa adalah generasi muda yang terdidik dan diharapkan menjadi penerus bangsa yang dapat memberi contoh yang baik.

Mahasiswa sebagai generasi pengontrol diharapkan mampu mengendalikan keadaan sosial yang ada di lingkungan sekitar, jadi selain pintar dalam bidang akademis, mahasiswa juga harus pintar dalam bersosialisasi dan memiliki kepekaan dengan lingkungan. Mahasiswa sebagai generasi penerus,

sebagai tulang punggung bangsa dimasa depan diharapkan menjadi manusia-manusia tangguh yang memiliki kemampuan dan akhlak mulia yang nantinya dapat menggantikan generasi-generasi sebelumnya. Mahasiswa sebagai penggerak moral diharapkan mampu menjaga stabilitas lingkungan masyarakat, diwajibkan untuk menjaga moral-moral yang ada, bila dilingkungannya terjadi hal-hal yang menyimpang dari norma yang ada maka mahasiswa dituntut untuk merubah dan meluruskan kembali sesuai dengan yang diharapkan.

Mahasiswa adalah komponen masyarakat yang diharapkan dapat berpikir kritis terhadap apa yang terjadi di lingkungannya. Mahasiswa yang mempunyai pemahaman mengenai pola perilaku konsumen muslim, tentu memahami bahwa tuntutan Islam dalam berkonsumsi harus didasari dengan motivasi untuk mencapai masalah bukan untuk maksimalisasi *utility*. Sebagai akademisi, mahasiswa wajib menerapkan teori yang telah mereka dapatkan di dalam perkuliahan untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, mahasiswa memiliki kewajiban untuk menerapkan ilmu ekonomi Islam dalam kehidupannya satu diantaranya ialah mempraktikkan teori konsumsi yang sesuai dengan Islam.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Dalam penelitian ini, penulis mencantumkan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh pihak lain sebagai bahan rujukan dalam mengembangkan materi yang ada dalam penelitian ini. Beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki hubungan dengan penelitian ini ialah sebagai berikut:

### **1. Kodrat Wahyudi pada tahun (2016), skripsi dengan judul “Dampak Gaya Hidup Moderen Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam”.**

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa, dampak yang ditimbulkan oleh gaya hidup moderen mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam antara lain, yaitu: Mudah bergaul & banyak teman, Mencari pekerjaan sampingan & menabung, Hidup boros, Kriminalitas, Individualis, Menurunnya minat

belajar serta Timbulnya sifat pamer. Dari beberapa dampak tersebut jelas tidak dibenarkan dalam Islam, karena Islam mengutamakan efisiensi dalam hal konsumsi barang maupun jasa. Pada dasarnya konsumsi dibangun dalam dua hal yaitu: kebutuhan dan kegunaan, Islam tidak melarang seseorang untuk menghibur dirinya karena hiburan merupakan kebutuhan setiap individu, namun hiburan yang dilarang dalam Islam ketika hiburan tersebut lebih mengarah kepada bersenang-senang yang berlebihan dan melupakan kewajiban terhadap sang maha kuasa serta lupa dengan orang di sekitarnya yang lebih membutuhkan.

**2. Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati pada tahun (2015), jurnal dengan judul “Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas”.** Hasil penelitian ini ialah tidak terdapat perbedaan antara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga bidang studi Ekonomi Islam, Akuntansi, Ilmu Ekonomi dan Manajemen dalam berperilaku konsumsi Islami. Kemudian mahasiswa tersebut memiliki pola konsumsi dan tingkat religiusitas yang Islami walaupun sebagian dari mereka tidak mempelajari konsumsi Islami.

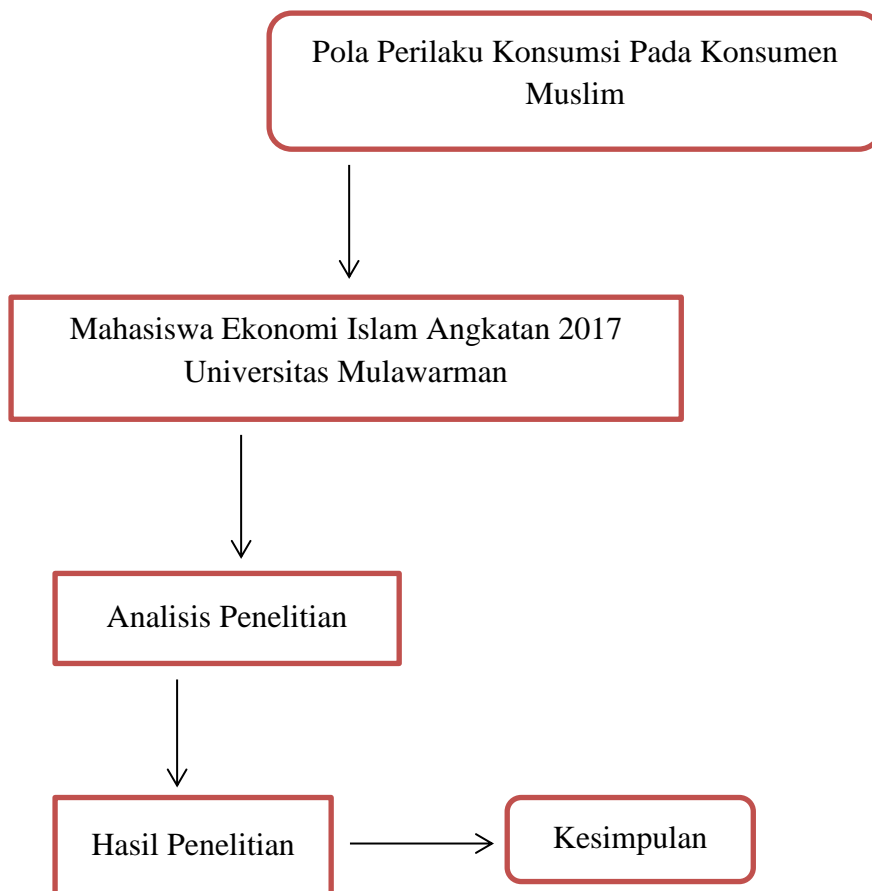
**3. Aulia Rahman dan Muh Fitrah pada tahun (2018), jurnal dengan judul “Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makasar.”** Hasil dari penelitian ini menjelaskan mengenai perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Barombong Kota Makasar tingkat ekonomi atas, sepenuhnya belum naik sebagian masyarakat masih berperilaku yang tidak sesuai dengan Islam, yaitu perilaku *tabzir*. Perilaku konsumsi masyarakat pada tingkat ekonomi menengah dan tingkat ekonomi rendah sudah baik karena sudah mengonsumsi sesuai etika dan prinsip konsumsi dalam Islam.

### 2.3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah sebuah kerangka yang didalamnya menjelaskan konsep yang terdapat pada asumsi teoritis, yang kemudian digunakan untuk mengistilahkan unsur yang terdapat dalam objek yang akan diteliti serta menunjukkan adanya hubungan antara konsep tersebut.

**Gambar 2.1**

#### **Kerangka Konseptual**



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Definisi Konsepsional**

Agar dapat mempermudah pembaca dalam memahami penelitian ini, maka penulis memberikan batasan pada masing-masing istilah, diantaranya ialah sebagai berikut:

##### **1. Pola Konsumsi**

Pola konsumsi berasal dari kata pola dan konsumsi. Pola adalah bentuk (struktur) yang tetap (sumber) sedangkan konsumsi adalah pengeluaran yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi untuk memenuhi kebutuhan. Maka dapat disimpulkan bahwa Pola konsumsi adalah bentuk (struktur) pengeluaran individu atau kelompok dalam rangka pemakaian barang dan jasa hasil produksi sebagai pemenuhan kebutuhan.

##### **2. Konsumsi dalam Islam**

Menurut Yusuf al-Qardhawi, konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi dalam berkonsumsi, diantaranya ;

1. Konsumsi pada barang – barang yang baik (halal)
2. Berhemat
3. Tidak bermewah – mewahan
4. Menjauhi utang
5. Menjauhi kebakhilan dan kekikiran.

##### **3. Perilaku Konsumen Muslim**



Menurut Said, konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan - pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak. Perilaku konsumen muslim yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut :

1. Penggunaan barang – barang yang bersih, baik dan bermanfaat
2. Kewajaran dalam membelanjakan harta
3. Sikap sederhana dan adil
4. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
5. Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas.

### **3.2. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Penggunaan penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana permasalahan yang terjadi serta untuk menggambarkan secara faktual, sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan hubungan antara fenomena yang diteliti.

Menurut Sugiyono, “penelitian kualitatif ialah menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau fenomena sosial yang ada di masyarakat dan upaya menarik realitas itu ke permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model , tanda atau gambaran tentang kondisi, situasi atau fenomena tertentu.“ Pendekatan deskriptif kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan memberikan gambaran mengenai pola perilaku konsumsi mahasiswa Ekonomi Islam angkatan 2017 sebagai konsumen muslim.

### **3.3. Subjek dan Objek Penelitian**

subjek yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalkan orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan

memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. Yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah para mahasiswa program studi ekonomi Islam angkatan 2017 Universitas Mulawarman. Jumlah mahasiswa program studi Ekonomi Islam angkatan 2017 sebanyak 68 mahasiswa dan di dalam penelitian ini peneliti mengambil enam (6) responden dari jumlah mahasiswa tersebut.

Objek pada penelitian ini, penulis melaksanakan studi kasus dan menjadikan lokasi penelitian di Universitas Mulawarman Fakultas Ekonomi dan Bisnis , khususnya pada program studi Ekonomi Islam guna memperoleh bahan penelitian yang nantinya akan dijadikan sebagai sumber data. Program studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman berlokasi di Jl.Tanah Grogot No.1 Kampus Unmul Gunung Kelua kota Samarinda, Kalimantan Timur. Berikut tabel informan dalam penelitian ini:

**Tabel 3.1**

**Subjek Penelitian**

No	Nama	Jenis Kelamin	Daerah Asal	Keterangan
1	Adryan Risady	Laki-laki	Sulawesi	Mahasiswa EKIS 17
2	Intan Sepfriani	Perempuan	Jawa	Mahasiswa EKIS 17
3	Firantika Puspita Dewi	Perempuan	Samarinda	Mahasiswa EKIS 17
4	Rahmahtul Jannah	Perempuan	Banjarmasin	Mahasiswa EKIS 17
5	Nafisah labibul Mahmudah	Perempuan	Samarinda	Mahasiswa EKIS 17
6	Ghina Mardhiyah	Perempuan	Samarinda	Mahasiswa EKIS 17

*Sumber : dibuat oleh peneliti*

### 3.5. Sumber Data

Adapun yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian ini adalah subjek dari mana data diperoleh. Data merupakan hasil pencatatan baik berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi. Dalam buku Saifuddin Anwar dijelaskan bahwa, “subjek penelitian adalah sumber utama data penelitian yang memiliki data mengenai variabel-variabel yang diteliti”. Subjek penelitian di mana subjek tersebut akan diambil datanya dan selanjutnya diambil kesimpulannya atau sejumlah subjek yang akan diteliti dalam suatu penelitian. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

#### 1. Data Primer

Data Primer adalah data yang diperoleh dengan survei lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data original. Data diperoleh dengan wawancara dan observasi langsung di lapangan maupun secara virtual (*online*). Sumber data primer dalam penelitian ini ialah mahasiswa program studi Ekonomi Islam angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman.

Adapun penentuan kriteria informan :

Informan dipilih sesuai spesifikasi peneliti guna mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Kriteria informan pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif program studi Ekonomi Islam angkatan 2017 fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman, yang bersedia di wawancara. Selain itu informan tersebut ialah mahasiswa yang telah mengambil matakuliah Pengantar Ekonomi Islam dan Ekonomi Mikro Islam .

#### 2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen (tabel, catatan dan lain-lain), foto dan lain-lain yang memperkaya data primer. Pada penelitian ini, data sekunder diperoleh dari literatur jurnal, artikel, buku, Alquran, Hadis dan sebagainya yang berkaitan dengan permasalahan.

### **3.6. Metode Pengumpulan Data**

Agar diperoleh suatu data, metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

#### **1. Observasi**

Observasi ialah pengamatan dengan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti Usman dan Purnomo (2004). Sedangkan Riyanto (2001), "menyatakan bahwa observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap objek penelitian. Observasi dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung." Data yang dikumpulkan dari pengamatan ini adalah pola perilaku konsumsi pada konsumen muslim oleh mahasiswa program studi ekonomi Islam angkatan 2017 Universitas Mulawarman.

#### **2. Wawancara**

Nazir (1999), "memberikan pengertian wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara)."

Wawancara merupakan teknik pengumpulan di mana peneliti mengajukan beberapa pertanyaan kepada responden agar dapat memberikan informasi yang valid. Wawancara ini dilakukan kepada mahasiswa program studi Ekonomi Islam angkatan 2017 sebagai konsumen muslim .

#### **3. Dokumentasi**

Sugiyono (2015), “dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang ebrbentuk gambar misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.” Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan dokumentasi berupa bukti-bukti penelitian seperti data mahasiswa program studi Ekonomi Islam ,foto-foto pada saat melakukan wawancara dan lain sebagainya.

### **3.7. Analisis Data**

Melalui teknik pengelolaan data maka data mentah yang telah dikumpulkan peneliti menjadi berguna. Analisis data sangat penting dalam mengelola data yang sudah terkumpul untuk diperoleh arti dan makna yang berguna dalam pemecahan masalah untuk mengetahui pola perilaku konsumsi mahasiswa prodi Ekonomi Islam angkatan 2017 Univesitas Mulawarman.

Teknik analisa data yang digunakan adalah teknik analisa data model interaktif dengan teknik ini setelah pengumpulan data akan dilakukan analisa dengan tiga komponen yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Masing-masing komponen dapat melihat kembali komponen yang lain sehingga komponen yang terkumpul akan benar-benar mewakili sesuai komponen yang diteliti. Untuk lebih jelasnya masing-masing dijabarkan sebagai berikut :

1. Pengumpulan Data

Data-data yang terkumpul meliputi tempat, responden dan kegiatan yang berhubungan dengan penelitian.

2. Reduksi Data (*Reduction Data*)

Reduksi diartikan sebagai proses pemilihan ,pemusatan, perhatian, pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan tertulis dilapangan. Kemudian direduksi dengan cara menyusunnya secara sistematis, mengarahkan dan mengabaikan data yang tidak diperlukan, serta mengemukakan pokok-pokok data hasil penelitian.

3. Penyajian Data (*Display Data*)

Data yang telah direduksi akan coba disajikan dalam bentuk satu rangkuman sebagai pokok-pokok dari penelitian dan pada akhirnya dilakukan pembahasan hasil penelitian.

4. Kesimpulan dan verifikasi

Kesimpulan dilakukan dengan melihat kembali pada reduksi data maupun pada penyajian data, sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang dari data yang dianalisis.

Verifikasi data dilakukan secara terus menerus sepanjang proses penelitian berlangsung. Sejak pertama memasuki lapangan dan selama proses pengumpulan data, peneliti berupaya untuk menganalisis dan mencari makna, penjelasan dan alur sebab akibat dari data yang dikumpulkan. Menurut Noeng Muhadjir, “pekerjaan pengumpulan data bagi peneliti kualitatif harus langsung diikuti dengan pekerjaan menuliskan, mengedit, mengklasifikasi, mereduksi dan menyajikan.”

## DAFTAR PUSTAKA

- Priyagus. (2016). *Ekonomi Mikro Vertagama*. Samarinda: RV Pustaka Horizon
- Mardani. (2011). *Ayat-ayat Dan Hadis Ekonomi Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sukirno Sadono.(2002). *Pengantar Teori Mikroekonomi*. Jakarta : Rajawali Pres,  
hlm.53

- Al-Qardhawi Yusuf.(1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam, terjemahan Zainal Arifin*. Jakarta : Gema Isnani Pres,1997 M, hlm.137
- Al-Qardhawi Yusuf.(1995). *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta : Rabbani Pres, 1995 M, hlm 37
- Idri.(2010). *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana
- Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.(2016). *Pengelolaan Zakat Efektif: Konsep dan Praktik di Berbagai Negara*. Jakarta: Bank Indonesia
- Hardani, dkk. *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. (2020). Mataram: CV.Pustaka Ilmu Group
- Habibullah Sakti Eka. *Etika Konsumsi Dalam Islam*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam. AD-DEENAR
- Putriani Hani Yolanda, Atina Shofawati. (2015). *Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas*. JESTT Vol.2 No.7 Juli 2015
- Yuliana. (2014). *Analisis Pola Konsumsi Keluarga Miskin Di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan.Vol.2, no.2, (2014) ,44.
- Tina Shofawati. (2015). *Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Universitas Airlangga*. Jurnal JSTT. Vol.2, no.3, (Juli 2015), 570.
- Haroni Doli H. Ritonga. (2010). *Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Ekonomi. Vol.13, no.3 (Juli 2010), h.89.
- Andi Bahri S. *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal STAIN Pare-pare. Vol.11, No.2, Desember (2014:347 – 370).
- Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, h.119.

Pratama Cahya Dicky. Pola Perilaku Konsumen dalam Kegiatan Ekonomi. (2020).

<https://www.kompas.com/skola/read/2020/10/12/124506969/pola-perilaku-konsumen-dalam-kegiatan-ekonomi?page=all#page2>(diakses pada 24 Oktober 2020).

Ilyas Rahmat .(2016). *Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal At-Tawassuth, Vol.1, No.1, (2016: 152-172).

Kholidah Nur. *Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumen Muslim (Studi kasus pada mahasiswa prodi ekonomi Islam Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Pekalongan)*.

Wahyudi Kodrat. (2016). *Dampak Gaya Hidup Moderen Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makasar)*. Skripsi UIN Alauddin Makasar.

Rahman Aulia dan Muh Fitrah. (2018). *Perilaku Konsumsi Masyarakat Dalam Perspektif Islam Di Kelurahan Barombong Kota Makassar*. Jurnal LAA MAISYIR, Volume 5, Nomor.1, Januari 2018: 18-43.

Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah – Bank Indonesia.(2016). *Pengelolaan Zakat Efektif: Konsep dan Praktik di Berbagai Negara*. Jakarta: Bank Indonesia.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi Keempat. Jakarta. PT.Gramedia Pustaka Utama (2012), hlm 728.

Ahmad Muslim. *Peranan Konsumsi dalam Perekonomian Indonesia dan Kaitannya dengan Ekonomi Islam*, Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial, Vol.1, No.2, September (2011).

Lihat, Ujang Sumarwan. (2004). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia (2004), h.38.



Adimarwan Azwar Karim.(2004). *Sejarah Pemikiran Ekonom Islam*. Jakarta: Raja Grafind (2004), 238.

M B Hendri Anto. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, 132.

Mannan Abdul. (1992). *Teori dan Praktek dasar-dasar Ekonomi Islam*.Intermasa

Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad. (2006). *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*. Jakarta: Khalifah.

P3EI.(2009). *Ekonomi Islam* . Jakarta: Rajawali Press.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* .Bandung: Alfabeta, h.2

Devi Listiana Ria. (2020). *Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasantri Putri Ma'had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo)*. Skripsi IAIN Ponorogo Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.

Astuti Puji Tri. (2018). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)*. Jakarta : Skripsi Sarjana, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, 2018, h.41.