

**PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH IAIN PONOROGO
DALAM PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM**

SKRIPSI



Oleh:

Ummi Nur Azizah

NIM 401180120

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

2022

ABSTRAK

Azizah, Ummi Nur. Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dalam Perspektif Etika Konsumsi Islam. *Skripsi*. 2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Pembimbing: Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.

Kata Kunci: Perilaku Konsumtif, Perspektif Etika Konsumsi Islam

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, sederhana, dan tidak kekurangan. Dalam pandangan Islam, perilaku konsumsi harus menghindari sikap *israf* dan *tabdzir* dalam menggunakan harta yang dimilikinya untuk memenuhi kebutuhan hidup. Perilaku konsumsi yang berlebihan dapat memberikan dampak negatif di antaranya adalah egoisme, inefisiensi penggunaan sumber daya, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu atau merugikan diri

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis aspek perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo, menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dan menganalisis upaya mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah bentuk perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah terlihat pada adanya pembelian impulsif, pemborosan dan juga pembelian secara tidak rasional. Perilaku konsumtif ini tidak sesuai dengan norma dan etika perilaku konsumsi seorang muslim, dimana perilaku konsumsi muslim menuntut seseorang untuk bertindak selektif dalam membelanjakan harta, menjauhi sikap kikir dan menjauhi *israf* serta *tabdzir*. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor yang mempengaruhi itu adalah faktor kelompok referensi (teman sebaya), gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, kebudayaan, proses belajar dan pengalaman, keadaan ekonomi dan kelas sosial serta faktor keluarga. Sedangkan upaya untuk mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa adalah dengan menghindari hidup boros, menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran serta tidak hidup bermewah-mewahan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

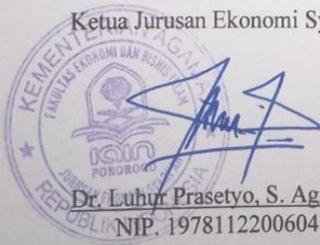
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Ummi Nur Azizah	401180120	Ekonomi Syariah	Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dalam Perspektif Islam

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan
pada ujian skripsi.

Ponorogo, 12 Mei 2022

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah



Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag, M. E. I.
NIP. 19781122006041002

Menyetujui,

Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M. Ag.
NIP. 197207142000031005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

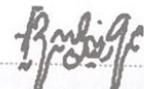
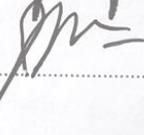
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah
IAIN Ponorogo dalam Perspektif Etika Konsumsi Islam
Nama : Ummi Nur Azizah
NIM : 401180120
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji

Ketua Sidang : 
Iza Hanifuddin, Ph.D. (.....)
NIP 196906241998031002
Penguji I : 
Ruliq Suryaningsih, M.Pd. (.....)
NIDN 2020068801
Penguji II : 
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag. (.....)
NIP 197207142000031005

Ponorogo, 10 Juni 2022
Mengesahkan
Dekan FEBI IAIN Ponorogo




Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.
NIP 197207142000031005

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ummi Nur Azizah
NIM : 401180120
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN
Ponorogo dalam Perspektif Etika Konsumsi Islam

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iaianponorogo.ac.id. Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 07 Juni 2022

Penulis



Ummi Nur Azizah
NIM. 401180120

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ummi Nur Azizah

NIM : 401180120

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH
IAIN PONOROGO DALAM PERSPEKTIF ETIKA KONSUMSI ISLAM

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 09 Mei 2022

Pembuat Pernyataan,



Ummi Nur Azizah

NIM 401180120

DAFTAR ISI

COVER

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN iii

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI..... iv

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI..... v

ABSTRAK..... vi

TRANSLITERASI.....vii

MOTTO..... ix

PERSEMBAHAN..... x

KATA PENGANTAR..... xi

DAFTAR ISI xiii

DAFTAR TABEL xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian..... 7

D. Manfaat Penelitian..... 8

E. Studi Penelitian Terdahulu..... 9

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 13

2. Lokasi Penelitian 14

3. Data dan Sumber Data 15

4. Teknik Pengumpulan Data..... 16

5. Teknik Pengolahan Data	17
6. Teknik Analisis Data	18
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	19
G. Sistematika Pembahasan.....	21
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Teori Etika Konsumsi Islam	23
B. Konsumsi dalam Islam	30
C. Perilaku Konsumtif.....	33
BAB III PAPARAN DATA	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Data	
1. Aspek Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo	49
2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.....	54
3. Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo	64
BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS	
A. Analisis Aspek Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo	70
B. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo	76
C. Analisis Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo	84

BAB V PENUTUP

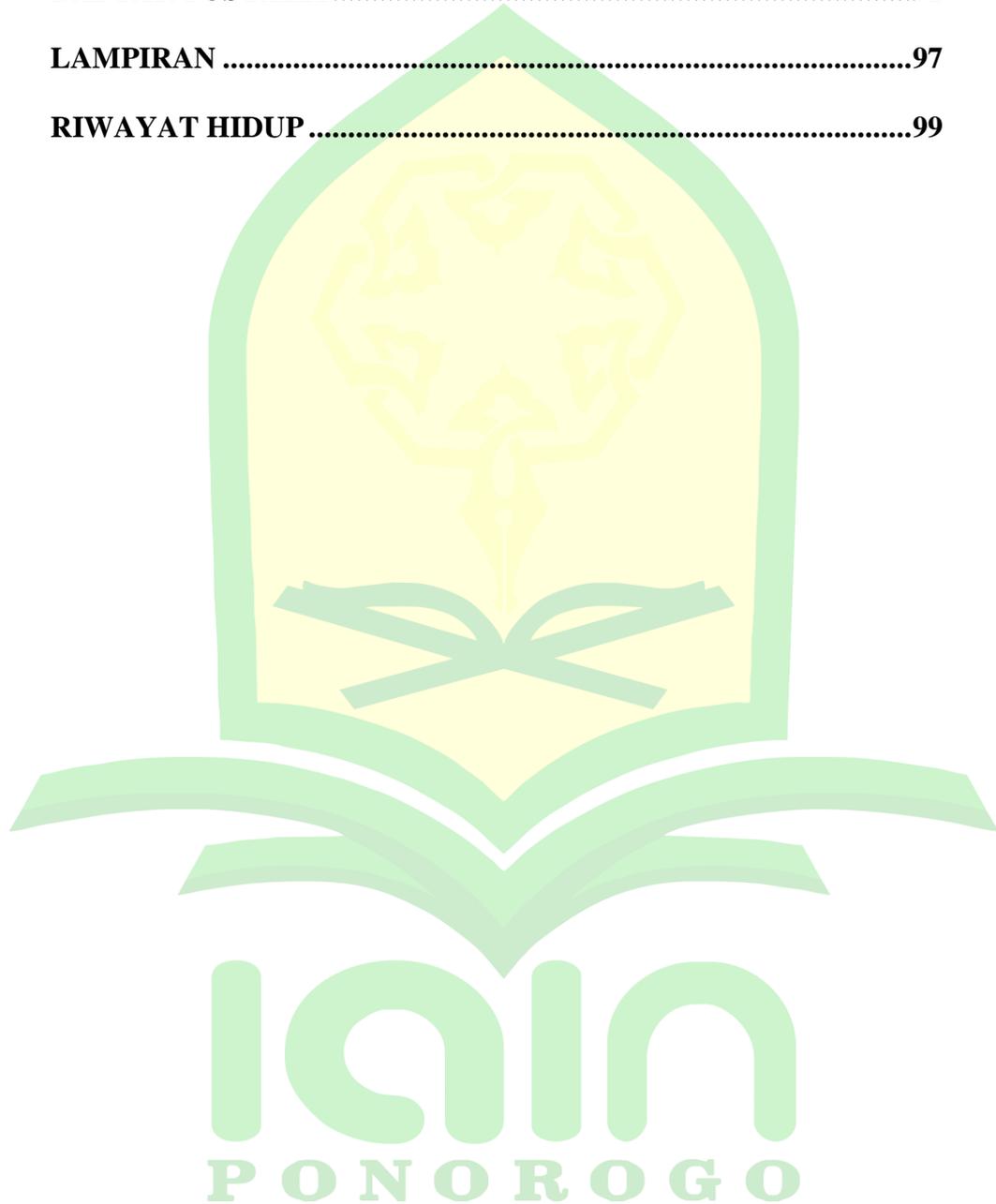
A. Kesimpulan 90

B. Saran 91

DAFTAR PUSTAKA92

LAMPIRAN97

RIWAYAT HIDUP99



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Kesimpulan Aspek Perilaku Konsumtif	54
Tabel 3.2	Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif	69



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam adalah agama yang memiliki aturan syariah yang lengkap (komprehensif) dan bersifat universal untuk semua golongan dimana dan sampai kapanpun tetap aktual. *“Pada hari ini telah Aku sempurnakan bagimu agamamu dan telah Ku-cukupkan nikmat-Ku bagimu dan telah Aku relakan Islam sebagai agamamu.”*¹ Di tempat yang lain disebutkan *“Dan tiada satupun yang kami alpakan di dalam Al Kitab.”*² Hal ini merupakan bukti yuridis bahwa masalah ekonomi khususnya konsumsi tidak luput dalam pandangan Islam. Perilaku konsumsi seorang muslim harus sesuai dengan prinsip ekonomi Islam. Artinya, seorang konsumen muslim harus mendasari kegiatan konsumsinya atas pertimbangan dan konsep dasar tentang barang dan jasa yang boleh dikonsumsi dalam Islam serta berpegang teguh pada konsep utilitas yang dibenarkan dalam Islam yang bertujuan akhir mencapai kemaslahatan bagi individu maupun sosial pada tingkat kepuasan optimal.³

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi dasar dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi berbeda dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Konsumsi dalam ilmu ekonomi adalah perilaku seseorang untuk

¹ al-Qur'an, 5: 3.

² al-Qur'an, 6: 38.

³ Ely Masykuroh, *Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: Nata Karya, 2018), 187.

menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹

Kegiatan konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan. Tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mencapai masalah duniawi dan ukhrawi. Masalah duniawi tercapai dengan terpenuhinya kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan, kesehatan dan hiburan. Sedangkan kebutuhan ukhrawi terpenuhi jika barang yang dikonsumsi didapatkan dengan cara yang halal dan barang tersebut juga diharamkan dalam Islam. Dalam ekonomi Islam, pemenuhan kebutuhan akan sandang, pangan, dan papan harus dilandasi nilai-nilai spiritualisme, dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Selain itu, kewajiban yang harus dipenuhi manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan (*had al-kifayah*) baik atas kebutuhan pribadi maupun keluarga.²

Beberapa faktor yang melatarbelakangi perilaku konsumsi seorang muslim adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya.³

¹ Imam Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 178.

² Said Saad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global Cetakan I* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), 66.

³ Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi Islami", *Jurnal Pembangunan*, Volume 3, Nomor 2, (2006), 198.

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, sederhana, dan tidak kekurangan. Konsumsi pada dasarnya adalah menggunakan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi kebutuhan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melebihi batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melebihi batas makanan yang dihalalkan.⁴

Dalam pandangan Islam, perilaku konsumsi harus menghindari sikap *israf* dan *tabdzir* dalam menggunakan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup, sebagai rambu-rambu dalam konsumsi pangan manusia semestinya secara umum dan muslim secara khusus untuk senantiasa menjaga unsur kehalalan dan kethayyiban dalam konsumsi sebagai langkah untuk menjaga kesehatan jasmani dan rohani.⁵

Batasan konsumsi dalam Islam adalah larangan *israf* atau berlebihan. Perilaku *israf* diharamkan meski komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Islam memerintahkan keseimbangan dalam konsumsi. Dikatakan seimbang apabila tidak bersikap kikir namun juga tidak bersikap boros atau berlebih-lebihan. Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukan manusia dengan hawa nafsu, melalaikannya dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur. Sikap hidup mewah biasanya disertai dengan sikap hidup berlebebihan (melampaui batas atau *israf*). Menurut Afzalur Rahman *israf* memiliki tiga arti

⁴ Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam* (Magelang: Unimma Press, 2018), 28.

⁵ Andi Bahri S., "Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Hunafa: Jurnal Studia Islamika*, 368.

yaitu, menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan seperti mabuk-mabukan, pengeluaran yang berlebih-lebihan pada hal-hal yang di halalkan tanpa peduli apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan hanya sekedar pamer belaka. Al-Qur'an mengutuk sikap berlebihan dan *tabzir* (pemborosan) dengan menggolongkan kepada saudara setan. Sebaliknya, Al-Qur'an memuji dan menyanjung sikap orang-orang yang sederhana dan hemat dalam kehidupan mereka. Dalam hal ini Al-Qur'an menginginkan sikap ekonomis menjadi moral agama yang fundamental dan moral pribadi kaum muslim.⁶

Kebutuhan hidup manusia harus terpenuhi secara seimbang dan wajar agar kelangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan akan menimbulkan dampak negatif pada diri manusia. Dampak negatif *israf* di antaranya adalah egoisme, inefisiensi penggunaan sumber daya, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu atau merugikan diri.⁷

Menurut Yusuf al-Qardhawi dalam Islam juga melarang tindakan mubazir, Islam telah mewajibkan kepada semua orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya, serta menafkahnnya di jalan Allah. Islam membolehkan umatnya menikmati

⁶ Mohammad Lutfi, "Konsumsi dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam", *Jurnal Madani Syari'ah* Volume 2, (2019), 70.

⁷ Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 15.

kebaikan dunia dengan memperhatikan prinsip kesederhanaan, tidak berlebihan, dan tidak melampaui batas-batas kewajaran.

Konsep norma dan etika konsumsi menurut Yusuf al-Qaradhawi yang dikutip oleh Siswandi, lebih memperhatikan beberapa hal, yaitu:

- a. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.
- b. Melarang tindakan mubazir.
- c. Sikap sederhana dalam membelanjakan harta.⁸

Perilaku berbelanja digemari oleh masyarakat baik yang berpenghasilan tinggi maupun berpenghasilan rendah, tak terkecuali mahasiswa. Uang yang mereka miliki digunakan untuk berbelanja barang-barang yang hanya bersifat keinginan dan berada di luar kebutuhan tanpa memperhatikan etika konsumsi dalam Islam. Perilaku konsumsi yang seperti ini dapat membentuk sikap boros dan suka menghambur-hamburkan uang.

Data awal pra-riset yang diperoleh peneliti adalah sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah kaum milenial yang tidak jauh berbeda dengan remaja pada umumnya dalam hal berbelanja pakaian yang meliputi rok, jilbab, baju, dan kebutuhan sandang serta kosmetik lainnya. Mereka berbelanja barang tersebut secara berlebihan atau tidak sesuai kebutuhan. Bahkan dalam sebulan bisa membeli baju hingga beberapa kali. Hal yang menyebabkan mereka belanja berlebihan secara umum adalah karena mengikuti trend masa kini, mengejar *prestise*, ingin mendapatkan

⁸ Siswandi, "Konsep Yusuf al Qardhawi tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam," *Skripsi* (Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2011), 24.

pengakuan di depan umum dan hanya sekedar untuk kepuasan karena dapat memiliki barang tersebut.⁹

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti, kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo tidak hanya didasarkan atas kebutuhan akan fungsi barang tersebut, melainkan untuk memenuhi keinginan yang sifatnya tidak terbatas, mengikuti *trend* dan menjaga gengsi. Mereka mudah tergiur adanya penawaran suatu produk dan akhirnya membeli tanpa adanya pertimbangan. Mereka memiliki keinginan yang besar untuk mencoba hal-hal baru, selain itu mereka juga mudah terpengaruh untuk mengikuti trend terbaru.¹⁰

Seringkali mereka tidak menyadari telah melakukan tindakan *mubadzir*, *israf* dan bersikap boros. Mereka membeli barang-barang yang sifatnya hanya keinginan dan hanya untuk kepuasan bahkan terkadang sampai mengabaikan kebutuhan pokok yang seharusnya dipenuhi. Misalnya, mereka mampu membeli barang-barang yang sifatnya hanya keinginan dengan harga yang cukup mahal namun lebih memilih menunda membeli buku yang sifatnya wajib dimiliki saat perkuliahan. Hal seperti ini banyak dijumpai dikalangan mahasiswa.¹¹

Sikap membeli barang-barang yang hanya bersifat keinginan ini banyak dijumpai dikalangan mahasiswa. Mereka membeli barang-barang secara berlebihan bahkan akhirnya banyak yang tidak terpakai. Mereka tidak memikirkan bagaimana etika konsumsi yang diajarkan dalam Islam.

⁹ Saudara YK, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

¹⁰ Saudara UN, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

¹¹ Saudara UN, *Wawancara*, 15 Februari 2022.

Permasalahan diatas menjadi hal yang menarik untuk diteliti, karena perilaku konsumsi perlu menerapkan norma dan etika Islam yang telah ada dan diatur dalam Al-Qur'an dan Hadist. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa cenderung konsumtif. Dalam hal ini peneliti akan mengkaji bagaimana aspek perilaku konsumtif pada Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo, faktor yang mempengaruhinya dan bagaimana upaya untuk mengatasinya dengan judul "Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dalam Perspektif Etika Konsumsi Islam".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian diatas antara lain:

1. Bagaimana aspek perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo?
3. Bagaimana upaya mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, terdapat beberapa hal yang menjadi tujuan dalam penelitian antara lain:

1. Menganalisis aspek perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

2. Menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.
3. Menganalisis upaya mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis
 - a. Menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi ilmu ekonomi Islam. Khususnya pada bidang etika konsumsi dalam Islam.
 - b. Melengkapi referensi yang telah ada dan menjadi literatur bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumtif dalam Islam.
2. Kegunaan Secara Praktis
 - a. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi agar sesuai dengan etika konsumsi ajaran Islam.
 - b. Memberi sumbangan masukan umumnya pada masyarakat dan khususnya pada mahasiswa agar selektif dalam mengkonsumsi barang agar terhindar dari sikap *israf* atau berperilaku konsumtif khususnya dalam hal pakaian.

E. Studi Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka merupakan bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian, berupa sajian hasil atau bahasan ringkas dari hasil temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian.¹² Adapun penelitian terdahulu yang relevan dengan fokus penelitian mengenai “Perilaku Konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dalam Perspektif Islam” adalah sebagai berikut:

1. **Lili Nur Cahyani**, dengan judul **“Perilaku Etika Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) Kementerian Agama Kota Pare-Pare (Implementasi Konsep Yusuf al Qardhawi)”**. Penelitian ini menjelaskan tentang etika konsumsi perspektif Islam oleh Pegawai Negeri Sipil Kementerian Agama Kota Pare-Pare ditinjau dari konsep etika konsumsi menurut Yusuf al Qardhawi. Hasil penelitiannya adalah PNS di Kantor Kementerian Agama Kota Pare-Pare telah menerapkan etika konsumsi dalam Islam, hal itu dapat dilihat dari menggunakan harta secukupnya dan membelanjakan atau menafkahkan rezeki dalam kebaikan dan membelanjakan hartanya untuk *fi sabilillah*, diri sendiri dan anggota keluarga, membelanjakan hartanya untuk kebutuhan yang bermanfaat dan tidak berlebih-lebihan, serta bersikap tengah-tengah antara sikap bakhil, kikir, *mubadzir* dan berlebih-lebihan.¹³

¹² Masyhuri dan Zainuddin, *Metode Penelitian* (Jakarta: Revika Aditama, 2008), 135.

¹³ Lili Nur Cahyani, “Perilaku Etika Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) Kementerian Agama Kota Pare-Pare (Implementasi Konsep Yusuf al Qardhawi),” *Skripsi* (Pare-Pare: IAIN Pare, 2019), 89.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku konsumsi. Perbedaannya adalah penelitian terdahulu menggunakan jenis penelitian gabungan (*field research* dan *library research*) sedangkan penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*), selain itu pada penelitian terdahulu menggunakan teori Yusuf al Qardhawi sedangkan penelitian ini peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai aspek perilaku konsumtif, faktor yang mempengaruhi dan bagaimana upaya mengatasi perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

2. **Kurnia Sari**, dengan judul **“Penerapan Prinsip Konsumsi dalam Islam pada Siswa-Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu”**. Penelitian ini menjelaskan tentang perilaku konsumsi dan penerapan prinsip konsumsi Islam pada siswa Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu. Hasil penelitiannya adalah perilaku konsumsi yang dilakukan siswa Pondok Pesantren Pancasila dalam bidang busana lebih didominasi oleh keinginan mereka untuk meniru trend dari siswa lainnya yang ingin terlihat modern dan tidak ketinggalan zaman. Hasil dari penelitian ini adalah penerapan prinsip konsumsi dalam Islam pada siswa Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam bahkan lebih cenderung kepada pemborosan. Namun di sisi lain sebagian

kecil siswa Pondok Pesantren Pancasila dalam mengkonsumsi busana dalam batas kewajaran yaitu sesuai dengan kebutuhan.¹⁴

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah fokus utama penelitiannya adalah mengkaji tentang perilaku konsumsi. Sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu yang dikaji adalah penerapan prinsip konsumsi dan pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai aspek perilaku konsumtif, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan upaya mengatasi perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

- 3. Rida Rosyida Khoiriyah**, dengan judul “**Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Membeli Produk *Online Shop* (Perilaku Konsumsi Islami)**”. Penelitian ini menjelaskan tentang konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa kurang sesuai dengan syariat konsumsi dalam Islam yaitu tentang kesederhanaan. Mahasiswa sering kali tidak memperhatikan aturan konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam. Hasil dari penelitian ini adalah secara garis besar perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo tidak sesuai dengan syariat konsumsi Islam seperti membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan kesederhanaan. Faktor-Faktor yang mendorong perilaku mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo membeli produk di online shop antara lain adalah kemudahan, harga yang murah, banyak pilihan, dan efektifitas. Dampak dari membeli produk

¹⁴ Kurnia Sari, “Penerapan Prinsip Konsumsi dalam Islam pada Siswa-Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu,” *Skripsi* (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020), 95.

online shop antara lain, kecemburuan sosial antar masyarakat, membuat keuangan semakin menipis, mempersempit keinginan untuk menabung sehingga orang tidak berfikir akan masa depan memikirkan masa yang akan datang.¹⁵

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku konsumsi mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo, sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu yang dikaji adalah mengenai perilaku konsumsi mahasiswa dalam membeli produk di *online shop*, faktor yang mempengaruhi dan dampaknya berdasarkan teori membelanjakan harta untuk kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan kesederhanaan. Sedangkan pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai aspek perilaku konsumtif mahasiswa khususnya dalam konsumsi pakaian, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan upaya pencegahan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

4. **Etik Munawaroh**, dengan judul **“Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam”**. Perilaku konsumtif santri putri di Pondok Pesantren Subulul Huda, Kembangawit Madiun, selama masa pandemi terjadi disparitas antara pelatihan dengan hipotesa saat ini sehingga menyebabkan pemanfaatan yang berlebihan. Pemanfaatan yang berlebihan dapat memunculkan ide *israf* dan *tabdzir*. Faktor yang

¹⁵ Rida Rosyida Khoiriyah, “Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Membeli Produk *Online Shop* (Perilaku Konsumsi Islami),” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 82.

melatarbelakangi hal tersebut adalah faktor luar termasuk sosial/iklim rumah dan kelompok acuan. Arahan dari adanya perilaku konsumtif di antara siswa perempuan harus dimungkinkan dengan meninjau kembali aturan yang terkait dalam hal pengaturan uang saku dan jumlah pakaian yang dimiliki.¹⁶

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang perilaku konsumtif sedangkan perbedaannya adalah pada penelitian terdahulu yang dikaji adalah santriwati Subulul Huda Kembang Sawit, sedangkan penelitian ini objeknya adalah mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo. Mengenai topiknya penelitian terdahulu membahas perilaku konsumtif Islam, faktor yang mempengaruhi dan analisis arah orientasi peraturan pondok terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada pembahasan mengenai aspek perilaku konsumtif, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan upaya mengatasi perilaku konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field reseacrh*). Penelitian lapangan diartikan sebagai suatu penelitian yang dilakukan secara sistematis dengan mengangkat data yang ada dilapangan.

Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu prosedur

¹⁶ Etik Munawaroh, "Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembang Sawit Madiun di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam," *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 73.

penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku dapat diamati. Data tersebut diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dengan metode ini peneliti akan lebih mudah untuk mendeskripsikan bagaimana perilaku konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo dalam perspektif Islam .

2. Lokasi/Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Pemilihan lokasi harus didasarkan pada pertimbangan-pertimbangan kemenarikan, keunikan, dan kesesuaian dengan topik yang dipilih.¹⁷ Lokasi dari penelitian ini adalah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang beralamat di Jalan Puspita Jaya, Dusun Krajan, Desa Pintu, Kecamatan Jenangan, Kabupaten Ponorogo.

Alasan peneliti memilih lokasi penelitian di Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Mahasiswa Ekonomi Syariah memiliki kecenderungan berbelanja yang berlebihan. Hal ini dapat terlihat dari adanya sikap mahasiswa yang mudah tertarik dengan adanya penawaran, khususnya dalam hal pakaian. Selain itu, sifat mahasiswa yang mementingkan keinginan daripada kebutuhan membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif. Dengan alasan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di jurusan Ekonomi Syariah.

¹⁷ Suwarna Al Muchtar, *Dasar Penelitian Kualitatif* (Bandung: Gelar Pustaka Mandiri, 2015), 243.

3. Data dan Sumber Data

a. Data

Data adalah kumpulan informasi atau nilai yang didapatkan dari mengamati suatu objek. Data tersebut dapat berbentuk angka dan dapat juga berbentuk lambang atau sifat. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- 1) Data mengenai bentuk perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.
- 2) Data mengenai faktor yang mempengaruhi konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.
- 3) Data mengenai upaya mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

b. Sumber Data

Sumber data didefinisikan sebagai subjek penelitian tempat data menempel. Sumber data dapat berbentuk benda, manusia, tempat, dan sebagainya. Dalam penelitian ini sumber data didapatkan dari sumber data primer dan sumber data sekunder

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara secara langsung dengan mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo.

Dalam penelitian ini peneliti memilih delapan mahasiswa sebagai narasumbernya dengan beberapa pertimbangan, yaitu mahasiswa yang tinggal di pondok pesantren, mahasiswa yang pernah tinggal di pondok pesantren, mahasiswa yang tinggal di kos, mahasiswa yang kuliah menyambi bekerja dan mahasiswa yang tinggal dengan orang tua.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer melalui studi kepustakaan, dokumentasi, buku, yang berhubungan dengan obyek yang diteliti. Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data sekunder adalah buku, penelitian terdahulu, literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkenaan dengan perilaku konsumtif dalam perspektif Islam.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama penelitian adalah mendapatkan data.¹⁸ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data penelitian.¹⁹ Wawancara dalam penelitian

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), 308.

¹⁹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2017), 372.

ini dilakukan dengan informan yang telah ditentukan sebelumnya yaitu Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo mengenai perilaku konsumsi khususnya tentang aspek perilaku konsumtif, faktor yang mempengaruhi serta upaya mengatasi perilaku konsumtif. Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara terstruktur atau terbuka, yaitu menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

b. Observasi

Observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan mengamati perilaku konsumtif yang dilakukan oleh Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo khususnya dalam hal konsumsi pakaian.

5. Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dikumpulkan langkah selanjutnya adalah pengolahan data. Sesuai dengan model Miles dan Huberman seperti yang dikutip oleh Arif Mulian Ginting dkk, menyatakan bahwa aktivitas dalam pengolahan data dapat dilakukan melalui langkah berikut:

a. Reduksi data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Pada penelitian ini peneliti memilih dan

memilah data yang sesuai dengan pembahasan dan membuang data yang tidak perlu untuk menghasilkan catatan-catatan inti dari data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data.

b. Display data atau penyajian data

Penyajian data dilakukan untuk dapat melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari gambaran keseluruhan. Pada penelitian ini peneliti berupaya menyajikan data mengenai perilaku konsumtif mahasiswa. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat dan bagan, sehingga data yang diperoleh dapat tersusun secara sistematis.

c. Kesimpulan atau verifikasi

Penarikan kesimpulan data harus didukung dengan data yang valid dan konsisten agar dapat menjawab permasalahan penelitian. Pada bagian ini peneliti mengutarakan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara membandingkan kesesuaian pernyataan dari subyek penelitian dengan teori yang relevan, sehingga diperoleh kesimpulan dari penelitian.²⁰

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya

²⁰ Ari Mulianta Ginting dkk, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017), 13.

sebagai temuan bagi orang lain.²¹ Pada penelitian ini analisis data yang dilakukan peneliti adalah berdasarkan logika berfikir induktif, yaitu memaparkan data dari rumusan masalah pertama hingga terakhir kemudian dilanjutkan menganalisis data menggunakan teori yang relevan dan diakhiri dengan penarikan kesimpulan.

7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Uji validitas bukan hanya berlaku pada penelitian kuantitatif, tetapi juga berlaku dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian kualitatif uji validitas disebut dengan uji keabsahan data. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability* dan *confirmability*.²² Teknik pengecekan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dilakukan untuk menggali informasi lebih dalam lagi agar tidak ada yang disembunyikan dan informasi yang disampaikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Pada penelitian ini peneliti melakukan perpanjangan penelitian agar dapat memastikan data yang diperoleh sudah sesuai atau masih perlu diperbaiki.

b. Meningkatkan ketekunan

Meningkatkan ketekunan dimaksudkan untuk memastikan pengamatan dilakukan secara cermat, teliti dan berkesinambungan dari

²¹ Ahmad Rijali, "Analisis Data Kualitatif," *Jurnal Alhadharah*, Volume 17, Nomor 33, (2018), 84.

²² Tarjo, *Metode Penelitian Sistem 3x Baca* (Yogyakarta: Deepublish, 2009), 68.

proses awal sampai akhir. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengecekan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh adalah data yang benar dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang teliti.

c. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara memeriksa kembali data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda.²³ Dalam penelitian peneliti memanfaatkan teknik triangulasi untuk pengecekan keabsahan data yang peneliti temukan dari hasil wawancara peneliti dengan informan kunci lainnya dan kemudian peneliti mengkonfirmasi dengan studi dokumentasi yang berhubungan dengan penelitian serta hasil pengamatan peneliti di lapangan sehingga kemurnian dan keabsahan data terjamin.²⁴ Triangulasi yang digunakan peneliti adalah triangulasi sumber, yaitu peneliti menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek atau memeriksa dari sumber sumber yang berbeda.

d. Menggunakan bahan referensi

Pada penelitian ini peneliti menyertakan bukti pendukung yang diperoleh selama penelitian yaitu berupa transkrip wawancara dan

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 375.

²⁴ Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)* (Jakarta: GP. Press, 2009), 230.

foto-foto atau dokumen autentik sehingga menjadi lebih dapat dipercaya.

G. Sistematika Pembahasan

Dalam rangka supaya pembahasan skripsi ini dapat tersusun secara sistematis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka peneliti membagi pembahasan menjadi lima bab dan masing-masing bab terbagi ke dalam beberapa subbab, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisi tentang kajian teori dan studi penelitian terdahulu yang relevan dan terkait dengan masalah yang akan diteliti. Pada bab ini akan diuraikan teori mengenai konsumsi, etika konsumsi dalam Islam dan teori mengenai perilaku konsumtif.

BAB III : PAPARAN DATA

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian dan paparan data yang berkaitan rumusan masalah yang akan diteliti. Pada bab ini akan diuraikan gambaran umum tentang Fakultas Ekonomi IAIN Ponorogo dan data mengenai bagaimana aspek perilaku konsumtif mahasiswa, faktor yang mempengaruhinya

dan bagaimana upaya mahasiswa untuk mengatasi perilaku konsumtif.

BAB IV : ANALISIS DATA

Bab ini berisi tentang tafsiran data yang diperoleh dari proses penelitian. Penafsiran data dilakukan dengan menggunakan teori yang relevan supaya mudah dipahami dan dapat menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah. Bab ini berisi analisis mengenai bagaimana aspek perilaku konsumtif mahasiswa, faktor yang mempengaruhinya dan bagaimana upaya mahasiswa untuk mengatasi perilaku konsumtif.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas mengenai penemuan dalam penelitian yang ada hubungannya dengan masalah dalam penelitian. Kesimpulan diperoleh dari analisis dan interpretasi data yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya.

Selanjutnya adalah saran. Saran dirumuskan berdasarkan hasil temuan dalam penelitian. Saran berisi uraian mengenai langkah-langkah apa yang perlu diambil oleh pihak-pihak terkait yang sesuai untuk menghadapi masalah yang diteliti.

P O N O R O G O

BAB II

TEORI ETIKA KONSUMSI ISLAM DAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM ISLAM

A. Teori Etika Konsumsi Islam menurut Yusuf al Qardhawi

Belanja dan konsumsi adalah tindakan yang mendorong masyarakat berproduksi hingga terpenuhi segala kebutuhan hidupnya. Jika tidak ada manusia yang bersedia menjadi konsumen, dan jika daya beli masyarakat berkurang karena sifat kikir yang melampaui batas, maka cepat atau lambat, roda produksi akan terhenti, selanjutnya perkembangan bangsa pun terhambat.¹

Dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup manusia dilakukanlah serangkaian kegiatan atau aktifitas ekonomi. Salah satu yang sangat penting dan sangat mendasar dalam aktifitas ekonomi adalah konsumsi. Konsumsi merupakan pemakaian atau penggunaan manfaat dari barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Sehingga konsumsi merupakan tujuan yang penting dari produksi tetapi tujuan yang utama konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia.

Konsumsi memainkan peran yang sangat berarti dalam kehidupan ekonomi individu maupun bangsa. Sangatlah perlu untuk bersikap hati-hati dalam mengkonsumsi harta kekayaan. Mungkin ada setumpuk besar kekayaan di sebuah negara dengan suatu sistem pertukaran dan distribusi yang jujur dan adil, tetapi jika kekayaan itu tidak dibelanjakan dengan cara yang bijaksana atau dihambur-hamburkan untuk sesuatu yang tidak perlu dan berfoya-foya,

¹ Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, terj. Zainal Arifin Lc, Dahlia Husin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 138.

maka tujuan yang sebenarnya dari kekayaan itu akan hilang. Karena itu arus konsumsi hendaknya diarahkan pada saluran-saluran yang benar dan semestinya agar kekayaan suatu negara dapat dimanfaatkan dengan cara yang sebaik mungkin.²

Pemikiran tersebut mengacu kepada pandangan seorang ulama besar dari Mesir, Yusuf al-Qardhawi dalam kitabnya yang terkenal *Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishadil Islami* terjemahan Norma dan Etika Ekonomi Islam terdapat bukti-bukti yang menunjukkan perhatian terhadap konsumsi adalah sebagai berikut:

1. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.

Menurut Yusuf al-Qaradhawi seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, ia juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan. Ia juga tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan halal dengan melebihi batas kewajaran karena sikap boros bertentangan dengan paham *istikhlaf* atau harta milik Allah SWT.

Islam menekankan dengan keras agar seseorang menafkahkan hartanya untuk kebaikan keluarganya dan menyebutnya sebagai suatu amal ibadah. Islam menganggap semua pengeluaran untuk kedua orang tua, anak-anak dan bahkan dirinya sendiri sebagai perbuatan saleh dan merupakan salah satu bentuk ibadah.

Harta diberikan Allah SWT kepada manusia bukan untuk disimpan, ditimbun atau sekedar dihitung-hitung tetapi digunakan bagi kemaslahatan manusia itu sendiri serta sarana beribadah kepada Allah SWT.

² Afzalur Rahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang* (Jakarta: Swarna Bhumi, 1997), 189.

Konsekuensinya, penimbunan harta dilarang keras oleh Islam dan memanfaatkannya adalah diwajibkan. Kekikiran mengandung dua arti, pertama, jika seseorang tidak mengeluarkan hartanya untuk dirinya sendiri dan keluarganya sesuai dengan kemampuannya. Kedua, jika seseorang tidak membelanjakan suatu apapun untuk tujuan-tujuan yang baik dan amal.

Yusuf al-Qaradhawi menegaskan bahwasannya menafkahkan harta dalam kebaikan dan mejahui sifat kikir dalam konsumsi memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

a. Menggunakan harta secukupnya.

Memproduksi barang-barang yang baik dan memiliki adalah hak sah menurut Islam. Namun, pemilikan harta itu bukanlah tujuan tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum, yang memang tidak sempurna kecuali dengan harta yang dijadikan Allah bagi manusia sebagai satu pijakan.

Islam menganjurkan pola konsumsi dengan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Manusia juga dilarang mengejar kepuasan konsumsi dengan terus meningkatkan kuantitas konsumsinya tanpa memikirkan penghasilan atau uang yang dimilikinya.

Pada hakikatnya ajaran Islam bertujuan menggugah orang agar mengeluarkan harta yang mereka miliki sesuai dengan kemampuan mereka. Pengeluaran mereka tidak boleh melebihi pendapatan yang mereka peroleh. Sebab ini dapat membawa mereka pada pemborosan.

Mereka juga dilarang membelanjakan hartanya jauh dibawah kemampuan mereka. Sebab, ini dapat menyeret mereka pada kekikiran.³

Islam menganjurkan kesederhanaan, baik dalam belanja, maupun menabung. Seseorang tidak boleh terlalu royal sehingga membelanjakan seluruh hartanya untuk barang-barang mewah dan kebutuhan-kebutuhan lainnya diluar kemampuannya.

b. Wajib membelanjakan harta

Perintah wajib membelanjakan uang tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya. Ini merupakan pertanda jelasnya perintah membelanjakan uang, bukan sekadar anjuran yang boleh dikerjakan atau ditinggalkan.

c. Dua sasaran membelanjakan harta

Ada dua sasaran untuk membelanjakan harta yaitu *fi sabilillah*, dan untuk diri dan keluarga. Terdapat ajakan untuk menafkahkan harta di jalan Allah dengan bentuk perintah dan peringatan, dalam bentuk ingkar dan anjuran, dalam bentuk ganjaran mulia, dan dalam bentuk ancaman keras. Islam menggariskan bahwa membelanjakan harta tidak boleh melampaui batas, misalnya menafkahkan harta untuk orang banyak dalam jumlah lebih besar daripada nafkah pribadinya.

Bentuk nafkah yang kedua adalah nafkah untuk diri sendiri dan keluarga yang ditanggungnya. Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta dan harta yang baik untuk diri dan keluarganya,

³ Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, 138.

padahal ia mampu mendapatkannya apakah terdorong oleh sikap zuhud dan hidup serba kekurangan atau karena pelit dan bakhil. Al-Qur'an mengingkari seruan para zuhud dan angkuh yang mengharamkan untuk dirinya segala bentuk kebaikan yang diharamkan Allah SWT.⁴

2. Melarang tindakan mubazir

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah. Dengan kata lain, Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Disamping itu juga ada tuntunan yang melarang tindakan mubazir karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana.⁵ Beberapa sikap yang harus diperhatikan dalam menghindari tindakan mubazir adalah:

a. Menjauhi berutang

Setiap muslim diperintahkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluarannya. Jadi berutang sangat tidak dianjurkan, kecuali untuk keadaan yang sangat terpaksa.

b. Menjaga asset yang mapan dan pokok

Tidak sepatutnya seorang muslim memperbanyak belanjanya dengan cara menjual asset-aset yang mapan dan pokok, misalnya tempat tinggal. Nabi mengingatkan, jika terpaksa menjual asset maka hasilnya hendaknya digunakan untuk membeli asset lain agar berkahnya tetap terjaga.

⁴ Ibid., 142.

⁵ Ibid., 148.

c. Tidak hidup mewah dan boros

Kemewahan dan pemborosan yaitu menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan sangat ditentang oleh ajaran Islam. Sikap ini selain akan merusak pribadi-pribadi manusia juga akan merusak tatanan masyarakat. Kemewahan dan pemborosan akan menenggelamkan manusia dalam kesibukan memenuhi nafsu birahi dan kepuasan perut sehingga seringkali melupakan norma dan etika agama karenanya menjauhkan diri dari Allah SWT.

Dalam hidup bermewah-mewahan dan tindakan mubazir maka bagi mereka yang tenggelam didalamnya maka Allah akan mengancam mereka. Karena sepantasnya harta benda mereka pergunakan dalam kebajikan akan tetapi dipergunakan secara mubazir.⁶

3. Sikap sederhana dalam membelanjakan harta.

Membelanjakan harta pada kuantitas dan kualitas secukupnya adalah sikap terpuji bahkan penghematan merupakan salah satu langkah yang sangat dianjurkan pada saat krisis ekonomi terjadi. Dalam situasi ini sikap sederhana yang dilakukan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas.

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang “ekstrim” antara paham materialistis dan zuhud. Ajaran al-Qur’an menegaskan bahwa dalam berkonsumsi manusia dianjurkan untuk tidak boros dan tidak kikir.

⁶ Ibid., 152.

Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang. Pola ini menempatkan perilaku konsumsi di pertengahan antara kikir dan boros. Kikir sangat dilarang, begitu juga dengan boros. Kikir mencerminkan sikap tidak mengoptimalkan karunia Allah, sedangkan boros mencerminkan sikap menyia-nyiakan karunia.⁷

Perbedaan perilaku konsumen muslim dan konsumen nonmuslim adalah jika konsumen muslim memiliki keunggulan bahwa harta yang mereka peroleh semata mata untuk memenuhi kebutuhan individual (materi) tetapi juga kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim ketika ia mendapat penghasilan, ia menyadari bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah, maka ia menggunakan sebagian hartanya di jalan Allah, tidak ia habiskan untuk dirinya sendiri. Sedangkan perilaku konsumen nonmuslim tidak memperhatikan darimana mereka mendapatkan hartanya dan harta yang mereka dapatkan tidak dimanfaatkan untuk kabikan untuk dirinya, melainkan hanya memenuhi kepuasan nafsu dan membelanjakan dalam hal yang tidak jelas halal haramnya.

Islam memandang segala yang ada di bumi dan seisinya hanyalah milik Allah, sehingga apa yang dimiliki adalah amanah. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk menyikapi harta benda untuk mendapatkannya dengan cara yang baik dan benar, proses yang benar, pengelolaan dan pengembangan yang benar. Karena itulah dalam memenuhi kebutuhannya seorang muslim harus memperhatikan skala prioritas dan nilai manfaat

⁷ Muhandis Natadiwiry, *Etika Bisnis Islami* (Jakarta: Granada Press, 2007), 27.

yang benar-benar dapat diperoleh baik secara langsung maupun oleh pihak lain serta memperhatikan nilai keadilan terhadap sesama.⁸

B. Konsumsi dalam Islam

1. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi mencakup keperluan, kesenangan dan kemewahan. Konsumsi merupakan kegiatan pokok dalam Islam.⁹

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan memakai, memakan atau menghabiskan barang atau jasa. Islam memberikan aturan tentang konsumsi bukan berarti Islam melarang umatnya untuk menikmati rezeki yang diberikan Allah SWT, tetapi Islam mengaturnya agar kegiatan konsumsi dapat mencapai *maslahah* yang bisa dirasakan seluruh umat manusia baik di dunia dan juga di akhirat.

Jadi dapat dipahami bahwa konsumsi merupakan memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam melakukan

⁸ Yusuf Al-Qaradhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, 139-140.

⁹ Amir Machmud, *Ekonomi Islam: Untuk Dunia yang Lebih Baik* (Jakarta: Salemba Empat, 2017), 119.

konsumsi maka perilaku konsumen terutama muslim harus selalu didasarkan pada syariah Islam.¹⁰

Konsumsi merupakan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam Islam konsumsi merupakan sesuatu yang sangat penting, tidak saja agar mendapatkan *maslahah* dan *falah* dalam proses berkonsumsi, melainkan agar seseorang dapat berhati-hati dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja.

Jadi yang terpenting konsumsi dilihat dari perspektif Islam adalah penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung *maslahah* (baik dan bermanfaat), agar kekayaan tersebut dimanfaatkan pada jalan sebaik-baiknya untuk kemakmuran dan kemaslahatan rakyat secara menyeluruh.¹¹

2. Motif dan Tujuan Konsumsi

Motif dan tujuan konsumsi berhubungan dengan hal-hal yang mendasari seseorang melakukan kegiatan konsumsi. Motif konsumsi berhubungan dengan alasan pemenuhan keinginan atau kebutuhan akan barang dan jasa. Motif konsumsi dalam ekonomi Islam adalah adanya kebutuhan atas kepemilikan barang dan jasa pada waktu tertentu.

Tujuan konsumsi dalam Islam adalah tujuan yang sesuai dengan *maqasid as-syar'iyah* (tujuan syariah) itu sendiri. Tujuan syariah adalah tercapainya kesejahteraan manusia (*maslahah*). Tujuan konsumsi dalam Islam adalah berhubungan dengan nilai-nilai moral sesuai dengan prinsip dan karakteristiknya, yaitu mencapai kemaslahatan baik bagi individu

¹⁰ H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 35.

¹¹ *Ibid.*, 42.

yang bersangkutan maupun lingkungan sosial di sekitarnya. *Maslahah* sebagai tujuan itu juga harus berimplikasi kemaslahatan di dunia dan akhirat. Artinya, pemenuhan kebutuhan atau kegiatan konsumsi harus memenuhi dua kebutuhan, yaitu kebutuhan duniawi dan *ukhrawi*.

Selanjutnya, sasaran konsumsi bagi konsumen muslim yaitu sebagai berikut:¹²

1. Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga

Tidak dibenarkan konsumsi yang dilakukan oleh seseorang berakibat pada penyengsaraan diri sendiri dan keluarga karena kekikirannya. Allah SWT melarang perbuatan kikir sebagaimana Allah melarang perbuatan pemborosan dan berlebih-lebihan.

2. Tabungan

Manusia harus menyiapkan masa depannya, karena masa depan merupakan masa yang tidak diketahui keadaannya. Dalam ekonomi penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan.

3. Konsumsi sebagai tanggungjawab sosial

Menurut ajaran Islam, konsumsi yang ditujukan sebagai tanggung jawab sosial ialah kewajiban mengeluarkan zakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga stabilitas dan keseimbangan ekonomi. Islam sangat melarang penumpukan harta yang akan berakibat terhentiya arus peredaran harta, merintangai efisiensi usaha dan pertukaran komoditas produksi dalam perekonomian.

¹² Monzer Khaf, *Ekonomi Islam : Suatu Telaah Analitik* (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995),

C. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas. Tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi daripada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Sumartono seperti dikutip oleh Laila Meiliyandrie mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang menggunakan produk tersebut.¹³

Suyasa dan Fransisca mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, yang mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan.¹⁴

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua

¹³ Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 6.

¹⁴ Eni Lestarina, dkk., "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja" *Jurnal Riset Tindakan Ekonomi*, Volume 2, Nomor 2 (2017), 3.

keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Selain itu, perilaku konsumtif juga ditandai dengan adanya tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.¹⁵

Berdasarkan pengertian perilaku konsumtif diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan hasrat sebesar-besarnya yang bersifat berlebihan.

2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid seperti yang dikutip oleh Eni Lestarina, dkk., aspek-aspek perilaku konsumtif adalah:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Remaja mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dan menyebabkan remaja mengeluarkan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan

¹⁵ Ibid., 4.

pokoknya sendiri. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang terdapat dampak negatifnya bagi kehidupan remaja. Menurut pandangan psikologi agama, ajaran agama membuat norma-norma yang dapat dijadikan pedoman oleh pemeluknya dalam bersikap dan berperilaku. Norma-norma tersebut mengacu kepada pembentukan kepribadian dan keselarasan hubungan sosial dalam upaya memenuhi ketaatan pada Dzat yang supernatural.

c. Mencari Kesenangan (*Non rational buying*)

Pembelian yang didasari sifat emosional, yaitu suatu dorongan untuk mengikuti orang lain atau berbeda dengan orang lain tanpa pertimbangan dalam mengambil keputusan dan adanya perasaan bangga. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.¹⁶

Menurut Moningka seperti dikutip oleh Sianti Umar Wardhani, ada 3 tipe perilaku konsumtif, yaitu:

- a. Konsumsi adiktif (*addictive consumption*), yaitu mengkonsumsi barang atau jasa karena ketagihan.
- b. Konsumsi kompulsif (*compulsive consumption*), yaitu berbelanja terus menerus tanpa memperhatikan apa yang sebenarnya menjadi kebutuhan.

¹⁶ Eni Lestarina, dkk., "Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja" *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Volume 2, Nomor 2, (2017), 4.

- c. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), pada pembelian impulsif, produk dan jasa memiliki daya guna bagi individu. Pembelian produk atau jasa tersebut biasanya dilakukan tanpa perencanaan.¹⁷

3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari perilaku konsumen sehingga dapat didekati dengan pendekatan teori perilaku konsumen. Munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal, dijelaskan sebagai berikut:

- a. Faktor internal, terdiri atas:

1) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasaran. Batasan yang lebih sederhana tentang motivasi yaitu proses-proses yang menyebabkan orang bertingkah laku seperti yang ia lakukan. Proses-proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan.¹⁸

2) Proses Belajar dan Pengalaman

Menurut Howard dan Seth dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai

¹⁷ Sianti Umar Wardhani, "Pengaruh Online Shop Elevenia.co.id di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja Komunitas Traveler Penjelajah," dalam <http://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/viewFile/9/8> (diakses pada 20 April 2022)

¹⁸ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian", *Jurnal Spirit* Volume 2 Nomor 1 (2011), 5.

konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.¹⁹

3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu. Kepribadian dapat menentukan pola perilaku seseorang, yang dalam hal ini dapat dilihat dari tipe kepribadian orang tersebut.²⁰

4) Keadaan ekonomi

Pilihan terhadap suatu produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya secara cermat dibandingkan orang yang berekonomi tinggi.²¹

5) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan seseorang tentang bagaimana individu tersebut menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dianut remaja saat ini, hal tersebut menimbulkan perilaku konsumtif.²²

6) Sikap.

Sikap merupakan pengaruh bagi perilaku-perilaku sosial. Sikap memiliki 3 komponen yaitu kognitif, afektif dan konatif yang diperoleh seseorang dari belajar.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Ibid., 6.

²¹ Ibid.

²² Ibid.

b. Faktor eksternal terdiri atas:

1) Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil. Budaya mampu memberi corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakatnya. Sehingga, konsumen akan terpengaruh melalui perilaku dalam konsumsi seperti dari cara hidup, kebiasaan, dan meningkatnya permintaan konsumen terhadap beragam barang dan jasa.²³

2) Faktor kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa.

3) Faktor keluarga

Keluarga, yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu.²⁴

²³ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

²⁴ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian"

4) Kelompok acuan

Kelompok referensi atau kelompok acuan dapat mempengaruhi perilaku seseorang untuk menentukan produk yang akan dikonsumsinya. Kelompok referensi merupakan kelompok yang mempunyai pengaruh terhadap seorang individu yang terlepas apakah individu tersebut mengakui atau tidak untuk menjadi salah satu dari anggota tersebut. Salah satunya adalah kelompok teman sebaya. Teman sebaya memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pembentukan sikap seseorang untuk mengkonsumsi sesuatu. Karena akan mendorong para remaja semakin mudah dipengaruhi oleh kelompok sebaya dibandingkan dengan sumber-sumber yang lain.²⁵

4. Indikator Perilaku Konsumtif

Sumartono menyatakan bahwa konsep perilaku konsumtif amatlah variatif, tetapi pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang atau jasa tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Menurut Sumartono, indikator perilaku konsumtif adalah:²⁶

- a. Membeli produk karena hadiahnya. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan ketika membeli barang tersebut.

²⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 114.

²⁶ Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*, 10.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas dasar pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen dapat ditandai dengan adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.²⁷
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen memiliki kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren di mata orang lain.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang

²⁷ Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*, 11.

diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan *public figure* tersebut.²⁸

- g. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Individu akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama tetapi dengan merek lain produk yang berbeda meskipun produk tersebut belum habis terpakai.
- h. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi. Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menimbulkan rasa percaya diri.²⁹

5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam

Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengetahui paham materialistis dari pola konsumsi modern. Konsumsi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia untuk bertahan hidup. Manusia membutuhkan makanan untuk bertahan hidup, pakaian untuk menutupi atau melindungi tubuhnya, tempat tinggal untuk berteduh, berkumpul dengan keluarga serta berlindung dari hal-hal yang mengganggu dirinya dan juga kebutuhan lain untuk melengkapi atau faktor pendukung lainnya yang memenuhi kebutuhan.

Islam adalah agama yang komprehensif dan universal. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat. Islam

²⁸ Ibid., 12.

²⁹ Ibid.

mengingatkan agar manusia tidak terlena dengan kehidupan yang materialistis dan hedonis. Hal itu bukan berarti bahwa Islam melarang manusia untuk menikmati kehidupan dunia. Allah memberikan manusia berbagai kenikmatan yang menunjang kehidupan manusia yang dinamis, berupa pakaian, makanan, minuman dan lain sebagainya.³⁰

Didalam Islam, konsumsi yang berlebih-lebihan disebut dengan pemborosan (*israf*) atau *tabzir* (menghamburkan-hamburkan harta tanpa guna). *Israf* adalah segala perbuatan yang dilakukan dengan tidak sewajarnya atau melewati batas kelaziman dalam segala hal. Sebagai contoh adalah berlebihan dalam masalah berpakaian, bertingkah laku, berhias, makan, minum dan lain sebagainya. Sikap *israf* merupakan perbuatan yang sangat tidak disukai oleh Allah SWT karena pada hakikatnya *israf* merupakan tindakan merusak diri. Salah satu sikap berlebihan yang dampaknya begitu besar bagi diri manusia adalah berlebihan dalam hal makan.³¹ Secara terminologi *israf* adalah melakukan suatu perbuatan yg melampaui batas atau ukuran yang sebenarnya. *Israf* juga dapat diartikan sebagai suatu sikap jiwa yang memperturutkan keinginan yang melebihi semestinya. Raghīb al-Isfahani mengenai makna *israf* mengatakan *israf* adalah segala perbuatan dan amalan yang dilakukan oleh manusia dan keluar dari batas, melanggar kelayakannya dan dilakukan secara berlebihan. Oleh karena itu bisa dikatakan *israf* adalah segala bentuk perbuatan yang sia-sia, berlebihan dan keluar dari batasan yang wajar, baik dalam kualitas dan kuantitasnya.

³⁰ Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2015), 152.

³¹ Novita Nur Amaliatun, *Larangan Israf dalam Al Qur'an*, (Undergraduate thesis; UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015)

Tidak *israf* merupakan tuntutan yang harus disesuaikan dengan kondisi seseorang, karena kadar yang dinilai cukup bagi seseorang, belum tentu cukup bagi orang lain. Boleh jadi, *israf* pada seseorang tetapi tidak *israf* bagi orang lain. Maka yang lebih tepat tidak *israf* dimaknai dengan berbuat proporsional dalam berbagai hal, baik makan, minum, pakaian, alat rumah tangga, dan sebagainya.

Allah SWT sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Seseorang yang belanja dengan *israf*, tanpa skala prioritas *maqasid* (*masalahah*), sehingga lebih besar *spending* dari penghasilan akan membuahkan bencana, yaitu akan mencelakakan dirinya. Kebutuhan manusia tentu tidak sebatas makan, minum, pakaian, perumahan, tetapi juga kendaraan, sarana komunikasi dan alat-alat teknologi lainnya, seperti *handphone*, komputer, *notebook*, dan alat rumah tangga yang mempermudah kehidupan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, manusia sering tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah dinikmati (dikonsumsi). Manusia sering dihindangi penyakit tamak. Jika manusia telah mendapatkan dan menikmati sesuatu, maka ia ingin mendapatkan yang satu lainnya.

Hal penting yang menjadi perhatian yaitu Allah mengingatkan untuk tidak berbuat boros dan berlebih-lebihan (*israf*). Termasuk dalam perilaku *israf* atau berlebih-lebihan adalah implementasi watak manusia yang terus ingin menukar atau mengganti sesuatu yang dikonsumsi, padahal fungsi dan kualitas barang yang lama masih bagus.³² Perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan

³² Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi*, 153.

pokok, membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong dan berbuat apa saja termasuk berbohong. Oleh karena itu, kita di larang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.



BAB III

PAPARAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya FEBI IAIN Ponorogo

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo adalah fakultas yang termuda di antara fakultas yang lainnya. Berdirinya fakultas ini tidak terlepas dari fakultas tertua yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Ponorogo, karena pada awalnya merupakan bagian dari Jurusan Syari'ah dan Ekonomi Islam STAIN Ponorogo yang sekarang berubah nama menjadi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo. Cikal bakal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah yang menjadi bagian dari Jurusan Syari'ah. Kedua prodi ini mendapatkan izin pendirian tahun 2014 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam dengan SK No. 7062 tahun 2014. Selanjutnya pada tahun 2015 juga di buka Program Studi Zakat dan Wakaf dengan Surat Keputusan izin pendirian dari Direktorat Jenderal Pendidikan Islam No. 4723 tahun 2015. Berpijak pada nomenklatur program studi, akhirnya pada tahun 2017, Program Studi Zakat dan Wakaf berubah menjadi Manajemen Zakat dan Wakaf dengan SK Dirjen. No. 2084 tahun 2017.

Momen pembukaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah bersamaan dengan adanya alih status dari Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo yang ditandai dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 75 tahun 2016 pada tanggal 1 Agustus 2016. Nama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut IAIN Ponorogo secara jelas tertuang dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 49 tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Ponorogo pada pasal 11. Dan selanjutnya juga diperkuat dalam Peraturan Menteri Agama RI No. 59 tahun 2016 tentang Statuta IAIN Ponorogo.

Sebagai fakultas termuda, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo terus melakukan upaya perbaikan, khususnya dalam peningkatan mutu pendidikan dan sumber daya manusia. Untuk meningkatkan kualitas pendidikan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo telah melakukan berbagai upaya seperti peningkatan kapasitas dosen, menyediakan fasilitas laboratorium untuk masing-masing jurusan, mendukung semua kegiatan mahasiswa terkait minat dan bakatnya, dan yang tak kalah pentingnya adalah akreditasi program studi/jurusan, yang sampai dengan tahun 2018 ini Jurusan Ekonomi Syari'ah sudah terakreditasi B, sedang Jurusan Perbankan Syari'ah dan MAZAWA dalam proses akreditasi.

2. Visi Misi dan Tujuan FEBI IAIN Ponorogo

a. Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah Pusat Kajian dan Pengembangan Ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang Unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.

b. Misi

- 1) Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran Ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.
- 2) Melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.
- 3) Melaksanakan pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.
- 4) Menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.

c. Tujuan

- 1) Terlaksananya pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.

- 2) Terlaksananya penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.
- 3) Terlaksananya pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.
- 4) Terjalinnnya kerjasama dengan berbagai lembaga baik dalam maupun luar negeri pada bidang kewirausahaan, pengelolaan usaha mitra, zakat dan wakaf pada tahun 2021.¹

B. Data

1. Aspek Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli suatu barang atau jasa yang tidak disesuaikan pada kebutuhan pokok, melainkan membeli hanya karena keinginan sehingga menyebabkan sesuatu yang berlebihan dan membuang-buang uang. Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo sama seperti anak muda pada umumnya yang mudah tergiur belanja pakaian apalagi jika terdapat penawaran menarik, seperti diskon dan lain sebagainya.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan penelitian pada konsumsi mahasiswa terhadap pakaian. Berdasarkan wawancara yang sudah dilakukan melalui wawancara di lapangan, maka didapatkan hasil pola

¹ Laman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, dalam <https://febi.iainponorogo.ac.id>, (diakses pada 10 April 2022, jam 10.15 WIB).

perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo sebagai berikut:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Perilaku membeli semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang muncul tiba-tiba tanpa ada pertimbangan. Perilaku ini tidak memikirkan apa yang akan menjadi kebutuhan di masa mendatang dan sifatnya emosional.

Saudara YK mengatakan:

“Biasanya kalau lagi libur dan pikiran lagi suntuk saya suka jalan-jalan ke Madiun, ke pusat perbelanjaan untuk cuci mata atau sekedar kulineran cari makan. Tujuan awal cuma sekedar cari makan sama *refresh* pikiran sih tapi pas pulang-pulang bawa belanjaan baju baru atau jilbab baru akibat kepincut diskon. Suka khilaf aja kalau lihat barang-barang bagus, tiba-tiba jadi pengen beli tanpa mikir barangnya bakal dipakai apa nggak.”²

Saudara N juga mengatakan:

“Saya kan sering nganter ibu belanja atau keluar kemana gitu, kan nglewatin toko baju, iseng-iseng aja ngajak mampir. Eh ternyata ibu setuju, akhirnya mampir ke toko baju. Awalnya cuma lihat-lihat terus ditawarin sama ibu mau beli apa ndak gitu. Ya gimana, saya orangnya kalau ditawarin susah nolak apalagi pakaian, jadinya kepincut ngambil blouse. Padahal dirumah pakaian banyak, numpuk di lemari dan yang saya pakai ya cuma itu-itu aja. Kalau perempuan kebanyakan si gitu ya, gampang pengen kalau lihat barang yang bagus. Kalau udah beli perasaannya senang.”³

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki perilaku pembelian barang yang impulsif, hal ini ditandai dengan adanya keinginan mahasiswa membeli pakaian secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum

² Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

³ Saudara N, *Wawancara*, 01 April 2022

membeli dan kurangnya kontrol diri terhadap adanya penawaran, sehingga mudah terpengaruh seperti adanya diskon, hadiah dan lain sebagainya.

b. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Perilaku konsumtif sebagai sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif lebih mengutamakan mengeluarkan uang untuk suatu hal yang sifatnya hanya keinginan dan tidak sesuai dengan kebutuhannya.

Saudara UN mengatakan:

“Sebagai seorang perempuan saya memiliki keinginan yang besar yang apabila tidak terpenuhi ya jadi kepikiran. Belanja pakaian adalah hal yang paling saya sukai. Saya pernah lagi jalan-jalan di pusat perbelanjaan, disitu lihat baju kok bagus tapi harganya Rp.350.000, dalam hati mikir, ah mahal cari yang murah aja. Setelah lihat-lihat kok nemu baju gamis harganya cuma Rp.80.000 akhirnya saya beli. Tapi pas sampek rumah kok saya kepikiran baju yang harganya Rp.350.000 tadi, akhirnya besoknya saya ke toko baju lagi, saya lihat bajunya masih ada dan akhirnya tak beli. Kayak lega gitu kalau keinginannya terpenuhi. Tapi setelahnya mikir, uang Rp. 350.000 tadi kalau tak gunakan buat memenuhi kebutuhan lain lebih berguna yaa, terus baju yang harga Rp.350.000 tadi sampek sekarang juga baru saya pakai sekali habis itu nganggur di lemari. Ternyata saya boros juga yaa.”⁴

Saudara YA juga mengatakan:

“Sekarang kan saya sudah nyambi kerja, otomatis uang yang saya pegang juga lebih banyak jika dibandingkan ketika saya belum kerja dan hanya dapat jatah dari orang tua. Saya punya pemikiran aja, selama ada uang apa yang pengen saya beli yo dibeli, toh ini hasil keringat saya sendiri. Dari pemikiran itu sih saya jadi suka banget belanja, berburu barang-barang yang lagi diskon, yang

⁴ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

menarik padahal ya ndak butuh-butuh banget. Kalau masalah pakaian dalam sebulan saya bisa beli beberapa kali, misal hari ini beli gamis cantik di shopee, minggu depan pas lagi keluar jalan nemu jilbab cantik akhire beli, trus minggu depannya beli tas. Jadi ya cenderung boros. Uang hasil kerja larinya untuk memenuhi keinginan sedangkan untuk kebutuhan seperti makan, buku ya mengandalkan jatah orang tua. Saya mikirnya, ini uang hasil kerja saya ya terserah mau saya pakai apa.”⁵

Hal yang hampir sama juga disampaikan oleh Saudara WA:

“Saya itu kalau lagi belanja pakaian suka kalap. Sekali beli bisa 2 bahkan 3. Saya merasa kalau beli cuma satu ya kurang, kalau beli beberapa kan bisa buat ganti-ganti. Apalagi kalau hari raya, saya selalu beli baju baru lebih dari satu. Bisa sampek 3 stel padahal selain beli kadang juga dikasih baju sama tante. Jadi kalau baju barunya ada beberapa bisa buat ganti-ganti. Misal hari raya pertama pakai gamis yang warna putih, hari kedua pakai yang warna coklat, hari ketiga batik, jadi bajunya ganti dan itu baru semua. Itu kaya udah jadi kebiasaanku setiap tahun.”⁶

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki perilaku boros yang ditandai dengan adanya perilaku mahasiswa yang menghambur-hamburkan uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Mereka gemar membeli pakaian bahkan dengan harga yang cukup mahal dan akhirnya banyak yang tidak terpakai sehingga hanya menjadi koleksi di rumah. Dilihat dari intensitas belanja juga cukup sering.

c. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Pembelian yang didasari sifat emosional bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari untuk mencapai kesenangan adalah kenyamanan fisik yang dilatar belakangi oleh sifat seseorang

⁵ Saudara YA, *Wawancara*, 01 April 2022

⁶ Saudara WA, *Wawancara*, 01 April 2022

yang akan merasa senang jika memakai barang yang sifatnya trendy dan mendapat pujian dari orang lain.

Saudara UM mengatakan

“Salah satu cara saya menyenangkan diri ya belanja mbak karena saya itu suka kalau lihat barang-barang bagus, entah itu aksesoris, baju, kosmetik, jilbab, tas maupun sandal sepatu. Saya juga aktif lihat postingan-postingan baju dari akun olshop di instagram, biar kalau beli nggak ketinggalan jaman dan percaya diri kalau di depan orang banyak.”⁷

Saudara ZA mengatakan:

“Memang benar mbak, salah satu hal yang membuat orang merasa nyaman dan senang ya ketika memakai barang yang trendy, yang sedang *booming*. Pokoknya kalau memakai pakaian yang sedang trend pasti kita merasa senang dan percaya diri apalagi kalau barang yang dipakai itu barang *branded* dan harganya mahal. Ada rasa marem atau puas dalam hati. Tapi kalau saya pribadi mau beli baju harganya mahal juga pikir-pikir mbak, sayang uangnya. Lebih pilih beli baju yang harganya standar, soalnya nanti biar dapat banyak, bisa buat ganti-ganti.”⁸

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki perilaku belanja yang hanya didasarkan untuk mencari kesenangan, hal ini ditandai dengan adanya sifat mahasiswa yang merasa bangga dan percaya diri jika memakai pakaian yang harganya mahal.

Tabel 4.1
Kesimpulan Aspek Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Aspek	Data
Pembelian Impulsif	Keinginan mahasiswa membeli pakaian

⁷ Saudara UM, *Wawancara*, 01 April 2022

⁸ Saudara ZA, *Wawancara*, 01 April 2022

	secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli.
Pemborosan	Mahasiswa lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang membuat mahasiswa mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya Intensitas belanja pakaian mahasiswa yang dalam kurun waktu sebulan mampu belanja pakaian lebih dari tiga kali bahkan dengan harga yang mahal yang bermerk
Pembelian Tidak Rasional	Mahasiswa yang sebagian besar menggunakan uangnya untuk membeli berbagai macam produk yang diinginkan yang semata-mata dilakukan untuk mencari kesenangan, dan adanya perasaan bangga serta percaya diri ketika telah membeli pakaian tersebut.

Sumber: Data wawancara tahun 2022.

Berdasarkan paparan data berikut dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo berbentuk pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*) dan pembelian untuk mencari kesenangan atau pembelian tidak rasional (*non rational buying*).

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Perilaku konsumtif adalah kegiatan membeli suatu barang secara berlebihan, di mana pembelian barang tersebut dilakukan dengan pertimbangan yang tidak masuk akal dan lebih mengutamakan keinginan (*want*) daripada manfaat atau kebutuhan dari barang tersebut. Kebutuhan pokok yang selama ini kita ketahui terdiri atas sandang, pangan dan papan. Namun saat ini, kebutuhan akan sandang atau pakaian tidak lagi lagi

didasarkan akan adanya kebutuhan, melainkan juga didasarkan adanya keinginan. Berdasarkan teori yang dipilih penyebab seseorang melakukan perilaku konsumtif karena terdapat faktor yang mempengaruhinya, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa terkait faktor apa yang melatarbelakangi perilaku konsumtif mahasiswa khususnya dalam membeli pakaian. Berikut peneliti paparkan data hasil wawancara dengan mahasiswa mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif:

a. Faktor Internal

1) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang tersedia di pasaran. Dorongan ini muncul dipicu karena konsumen merasa membutuhkan dan menginginkan barang tersebut.

Seperti yang dinyatakan oleh Saudara UN:

“Salah satu alasan saya membeli pakaian adalah karena adanya dorongan dari dalam diri sendiri. Saya merasa pakaian itu bagus dan menarik sehingga saya memutuskan untuk membeli pakaian tersebut. Saya juga termotivasi untuk mengikuti trend saat ini.”⁹

Apa yang dinyatakan oleh Saudara UN mencerminkan bahwa perilaku konsumtif didasari oleh adanya motivasi dari diri sendiri

⁹ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

untuk membeli suatu barang. Hal senada juga disampaikan oleh Saudara N, yang mengatakan:

“Dalam membeli pakaian dipengaruhi oleh dorongan dari diri sendiri. Jika saya merasa membutuhkan dan menginginkan pakaian tersebut, ya saya akan membelinya.”¹⁰

Pendapat lain juga diutarakan oleh Saudara YK, yang mengatakan sebagai berikut:

“Saya adalah tipe orang yang suka kalau disuruh belanja, apalagi belanja pakaian. Ketika belanja pakaian pasti saya memilih pakaian yang memiliki kualitas baik, walaupun harga lebih mahal. Sering saya membeli pakaian karena melihat *review* dari orang lain. Ketika orang lain memakai pakaian tersebut terlihat cantik, ya akhirnya ikut-ikutan beli.”¹¹

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah motivasi, motivasi ini bisa datang dari diri sendiri maupun orang lain yang berbentuk iklan maupun *review* suatu barang.

2) Proses Belajar dan Pengalaman

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Seseorang akan akan mengamati dan mempelajari informasi yang diperolehnya sebagai referensi dalam keputusan pembelian suatu barang atau jasa.

Seperti yang dinyatakan oleh WW :

“Ketika akan memutuskan membeli pakaian, saya akan melihat dulu *review* dari orang-orang yang sudah membeli pakaian

¹⁰ Saudara N, *Wawancara*, 01 April 2022

¹¹ Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

tersebut. Jika *review*-nya bagus saya akan membeli, namun jika tidak, saya lebih memilih membeli pakaian yang lain.”¹²

Apa yang disampaikan oleh Saudara WW senada dengan apa yang disampaikan oleh Saudara UN, yang mengatakan sebagai berikut:

“Saya termasuk orang yang selektif dalam memilih pakaian, agak susah nyari pakaian yang cocok dan sesuai yang saya inginkan. Biasanya kalau mau beli saya suka membandingkan-pandingkan pakaian antara toko satu dengan toko lain. Saya bandingkan mulai dari bahan, bentuk baju, *review* dari orang-orang hingga harganya. Ketika saya sudah merasa pakaian itu cocok dan sesuai dengan yang saya inginkan, saya akan membelinya. Karena saya sudah pernah ketipu saat belanja pakaian di situs *online*, sekarang saya lebih hati-hati kalau mau beli.”¹³

Saudara YA juga mengatakan:

“Saya termasuk orang yang gampang terpengaruh adanya iklan di media sosial, terutama tiktok dan instagram. Ketika melihat iklan atau promosi pakaian di aplikasi tersebut dan merasa pakaian tersebut cocok untuk saya, maka saya menjadi tertarik untuk membelinya. Misalnya skincare, ketika melihat ulasan dari konsumen sebelumnya bagus saya akhirnya beli, tapi ternyata dikulit saya tidak cocok terus tertarik sama produk lain lagi, gak cocok lagi. Gitu terus mbak, berulang-berulang, jadinya menghabiskan uang. Hal seperti ini juga berlaku ketika saya beli baju mbak.”¹⁴

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah adanya proses belajar dan pengalaman yang dilakukan seseorang sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang. Proses belajar dan pengalaman dapat diperoleh melalui

¹² Saudara WW, *Wawancara*, 01 April 2022

¹³ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

¹⁴ Saudara YA, *Wawancara*, 01 April 2022

review orang lain, iklan di media sosial dan juga juga pengamatan terhadap pengalaman diri sendiri maupun orang lain.

3) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian membentuk pola perilaku konsumsi seseorang, seperti cara berpikir dan bertindak ketika memutuskan akan membeli suatu produk. Faktor kepribadian adalah konsep diri seseorang yang diatur oleh dua prinsip, yaitu keinginan untuk mencapai konsistensi dan keinginan untuk meningkatkan harga diri.

Seperti yang dinyatakan oleh Saudara YK :

“Pakaian yang beli menunjukkan karakteristik kepribadian saya. Saya orangnya agak tomboy, jadi saya jarang beli pakaian kayak gamis, rok gitu. Biasanya saya beli celana kulot yang dipadu padankan dengan *blouse*. Warna yang saya pilih juga bukan warna yang mencolok, tapi netral kayak abu-abu, coklat, hitam, gitu.”¹⁵

Apa yang disampaikan oleh Saudara YK senada dengan apa yang disampaikan oleh Saudara ZA, yang mengatakan sebagai berikut:

“Saya kalau beli pakaian ya yang sesuai sama gaya busana gaya. Gaya busana saya kan ya pakek gamis, rok, dengan jilbab panjang. Tunik juga jadi favorit saya. Jadi kalau beli pakaian ya yang kayak gitu.”¹⁶

Saudara UN juga mengatakan sebagai berikut:

“Saya itu orangnya pemalu, sering merasa minder kalau terlihat berbeda banget dari teman-teman yang lain, misalnya dalam hal pakaian juga. Jadi saya selalu berusaha terlihat setara dengan mereka. Kadang juga saya beli pakaian yang lebih mahal, ya

¹⁵ Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

¹⁶ Saudara ZA, *Wawancara*, 01 April 2022

sekedar menunjukkan “ini lo aku bisa kaya kalian” dan percaya diri.”¹⁷

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah kepribadian dan konsep diri pada seseorang. Hal ini dapat diketahui dari produk pakaian seperti apa yang dipilih dan bagaimana kepribadian orang tersebut menyikapi adanya penawaran dalam keputusan pembelian.

4) Keadaan Ekonomi

Pilihan terhadap suatu produk dipengaruhi oleh keadaan ekonomi atau situasi keuangan seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya dengan cermat, sedangkan orang dengan ekonomi tinggi cenderung akan menggunakan uang semauanya.

Seperti yang dikatakan oleh Saudara WW:

“Saya kan anak pondok, sebulannya dapat uang saku Rp. 300.000. Jadi kalau untuk belanja pakaian ya secukupnya aja. *Budget* dalam sebulan untuk belanja pakaian gak lebih dari Rp. 50.000. Harus lebih selektif, karena dengan uang Rp.300.000 itu harus cukup untuk satu bulan biar gak minta lagi sama orang tua. Misal kalau mau beli pakaian tapi harganya mahal ya uangnya dikumpulin dulu, Rp. 50.000 perbulannya sampek kekumpul sesuai harga pakaian yang diinginkan.”¹⁸

Sedangkan pendapat lain disampaikan oleh Saudara YAR, yang mengatakan sebagai berikut:

“Selain mendapat jatah bulanan dari orang tua, sekarang saya juga sudah bekerja, jadi punya penghasilan sendiri. Oleh karena

¹⁷ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

¹⁸Saudara WW, *Wawancara*, 01 April 2022

itu, kalau mau beli pakaian ya beli selama masih ada uangnya. Kalau dulu sebelum punya penghasilan sendiri mau beli baju satu aja mikir-mikir dulu, takut uangnya ga cukup untuk kedepannya.”¹⁹

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah keadaan ekonomi. Keadaan ekonomi dapat mempengaruhi seseorang terhadap keputusan pembelian suatu barang.

5) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang tentang bagaimana menghabiskan uang dan waktu yang dimilikinya.

Seperti yang dinyatakan oleh Saudara UN:

“Memperhatikan penampilan adalah hal yang sangat penting. Kalau kita berpakaian rapi dan menarik pasti enak dilihat. Oleh karena itu saya sering belanja pakaian, saya berusaha mengikuti perkembangan trend baju yang sedang berlaku saat ini agar tidak ketinggalan jaman. Selain itu kadang gengsi juga kalau baju yang dipakai cuma itu-itu aja”²⁰

Hal senada juga disampaikan oleh Saudara YK:

“Saya orangnya paling suka kalau disuruh belanja pakaian, menurut saya belanja itu bisa merubah *mood* dari yang awalnya buruk jadi baik. uang yang saya miliki biasanya sebagian saya gunakan untuk jajan, beli skincare dan juga pakaian agar kalau keluar jalan sama temen pakaiannya ganti-ganti.”²¹

¹⁹ Saudara YAR, *Wawancara*, 01 April 2022

²⁰ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

²¹ Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

Apa yang disampaikan oleh Saudara UN dan Saudara YK juga senada dengan Saudara YA, yang mengatakan sebagai berikut:

“Pada saat hari minggu, kan saya libur dari kerjaan. Hari libur itu saya gunakan untuk jalan-jalan dengan teman, biasanya di pusat perbelanjaan. Nah, ketika muter-muter saya paling suka kalau lihat-lihat bagian baju. Ketika saya tertarik pada satu produk ya saya beli bahkan pernah tidak cukup satu, sampai saya tidak sadar kalau saya sudah belanja beberapa pakaian hari itu dan setelah sampek rumah ya saya merasa pakaian itu juga tidak terlalu saya butuhkan.”²²

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah gaya hidup. Senang belanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

b. Faktor Eksternal

1) Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan peran yang paling mendasar dalam menentukan keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan mempengaruhi keinginan (*needs*) dan cara individu untuk melakukan keputusan pembelian terhadap suatu barang. Kebudayaan yang berbeda akan menunjukkan perilaku konsumen yang berbeda pula.

Seperti yang disampaikan oleh Saudara N:

“Saya kalau mau menghadiri pesta pernikahan ya pakaiannya menyesuaikan. Umumnya kalau disini kan pas ada nikahan itu bajunya kebaya atau gamis brokat gitu. Jadi ya pakai itu. Pernah juga waktu diundang ke pesta nikahan tapi gak ada baju

²² Saudara YA, *Wawancara*, 01 April 2022

yang sesuai ya saya bela-belain beli dengan harga Rp.200.000.”²³

Saudara UN juga menyatakan hal yang serupa:

“Kalau disini kan budayanya pas hari raya idul fitri beli baju baru, sandal baru, pokoknya semua serba baru. Jadi kalau bulan puasa apalagi menjelang lebaran toko pakaian selalu ramai orang beli. Dulu kalau mau lebaran saya beli baju bisa sampai 3 pasang. Jadi hari raya pertama, kedua dan ketiga pakai baju baru yang berbeda. Kalau sekarang sudah gak begitu mengharuskan lebaran harus pakai baju baru.”²⁴

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor kebudayaan yang meliputi kebiasaan dan keagamaan dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Perilaku membeli pakaian pada saat hari raya tertentu dapat membentuk perilaku konsumtif.

2) Faktor Kelas Sosial

Perilaku seseorang terhadap pembelian suatu produk dapat mencerminkan kelas sosial mereka dalam masyarakat.

Saudara YA mengatakan:

“Alasan saya sering belanja pakaian ya karena mahasiswa yang tentunya mengharuskan saya berpakaian bagus setiap harinya. Kan kalau ke kampus ketemu orang banyak, jadi harus kelihatan *fashionable*.”²⁵

Pendapat lain disampaikan oleh Saudara ZA, yang mengatakan:

“Sebagai mahasiswa untuk busana sehari-hari ke kampus ya gak harus bajunya banyak, yang penting kita bisa memadupadankan pakaian yang satu dengan yang lain agar tampilannya terlihat berbeda.”²⁶

²³ Saudara N, *Wawancara*, 01 April 2022

²⁴ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

²⁵ Saudara YA, *Wawancara*, 01 April 2022.

²⁶ Saudara ZA, *Wawancara*, 01 April 2022.

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor kelas sosial dapat membentuk seseorang untuk berperilaku konsumtif.

3) Faktor Keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dari masyarakat yang perilakunya dominan mempengaruhi dan menentukan dalam keputusan pembelian seseorang.

Saudara UN mengatakan:

“Ketika saya keluar bersama Ibu saya, tak jarang saya ditawari untuk membeli pakaian baru. Karena ibu saya termasuk orang yang suka belanja pakaian maka saya juga ketika ditawari beli pakaian ya akhirnya beli. Ibu saya juga bilang, “gak papa beli baju, mumpung ada uangnya.””²⁷

Sedangkan WW mengatakan:

“Kalau dari keluarga sih kalau dalam hal menyarankan untuk beli pakaian ya pernah tapi tidak sering. Kalau dari keluarga menyarankan untuk beli baju sekali-kali ya karena saya kan mondok jadi pakaian sehari-hari kan ya beda sama pakaian di rumah. Di pondok harus selalu memakai pakaian yang tertutup.”²⁸

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor keluarga dapat membentuk seseorang untuk berperilaku konsumtif.

4) Kelompok Acuan

Kelompok acuan terdiri dari seluruh kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku konsumen secara

²⁷ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022.

²⁸ Saudara WW, *Wawancara*, 01 April 2022

langsung maupun tidak langsung dalam pemilihan produk yang akan dibeli atau dikonsumsi oleh individu.

Saudara YK mengatakan:

“Saya sering mendapat informasi trend pakaian terbaru dari teman, dan teman saya menyarankan saya untuk membelinya. Akhirnya saya beli karena gak mau kalah sama teman yang lain yang terlihat cantik ketika memakai pakaian yang itu.”²⁹

Hal senada juga disampaikan oleh Saudara N, yang mengatakan:

“Awalnya saya sering diajak teman untuk menemani beli pakaian di toko, lalu dari situ teman saya menyarankan untuk beli baju juga yang sama kaya dia, biar kembar gitu. Jadi ya saya ikut beli.”³⁰

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor kelompok acuan dapat membentuk seseorang untuk berperilaku konsumtif. Mahasiswa gampang terpengaruh oleh teman sebaya jika ditawari atau disarankan untuk membeli pakaian tertentu.

3. Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros, dan tidak kekurangan. Konsumsi yang berlebihan dapat mengakibatkan adanya kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan menabung dan cenderung abai atau tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang.

²⁹ Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

³⁰ Saudara N, *Wawancara*, 01 April 2022

Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo juga seperti manusia pada umumnya yang melakukan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tak jarang, mereka melakukan konsumsi secara berlebihan terhadap suatu barang. Perilaku konsumsi secara berlebihan (konsumtif) dapat berakibat buruk bagi kondisi finansial seseorang. Harus ada upaya untuk menghindari perilaku konsumtif atau konsumsi secara berlebihan agar kondisi finansial tidak berantakan. Maka peneliti melakukan wawancara kepada beberapa mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo tentang bagaimana upaya mereka dalam menghindari perilaku konsumtif dalam hal konsumsi pakaian. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa mahasiswa, ada beberapa upaya yang dilakukan untuk menghindari konsumtif, yang diuraikan sebagai berikut:

a. Hindari Hidup Boros

Seorang muslim harus menggunakan harta yang dimiliki secara selektif. Tidak semua hal yang dianggap butuh harus segera di beli, karena sifat dari kebutuhan yang sebenarnya adalah dinamis dan dipengaruhi oleh situasi dan kondisi.

Saudara YK mengatakan:

“Untuk menghindari belanja secara berlebihan biasanya saya akan membuat *wishlist* di *notes*, jadi saya akan memprioritaskan untuk membeli barang yang lebih penting dulu daripada beli pakaian. Dengan begitu saya akan lebih selektif dalam memilih dan memilah barang mana yang saya harus beli terlebih dahulu.”³¹

Senada dengan apa yang disampaikan Saudara YK, Saudara ZA mengatakan:

³¹ Saudara YK, *Wawancara*, 01 April 2022

“Untuk menghindari perilaku konsumsi secara berlebihan yang saya lakukan adalah memikirkan kebutuhan lain yang lebih penting. Misalnya jika saya ingin membeli pakaian tapi disaat bersamaan saya juga dihadapkan pada kebutuhan kuliah yang besar, biasanya saya akan mendahulukan kebutuhan kuliah seperti buku, tas dan lain sebagainya. Intinya jika ingin membeli pakaian, saya akan memikirkan kebutuhan pokok terlebih dahulu. Ya seperti sekarang ini, sebagai mahasiswa semester akhir saya mengesampingkan membeli pakaian dulu, saya lebih memilih menggunakan untuk kebutuhan kuliah seperti buku untuk referensi skripsi, biaya fotocopy dan print naskah skripsi serta ongkos wira-wiri dari rumah ke kampus.”³²

b. Seimbangkan Pemasukan-Pengeluaran

Seorang muslim harus mampu menyeimbangkan pendapatan dan pengeluarannya, sehingga sebisa mungkin tidak berhutang. Menurut Rasulullah SAW hutang akan melahirkan keresahan di malam hari dan mendatangkan kehinaan ketika siang hari. Ketika tidak memiliki daya beli sebaiknya lebih selektif lagi dalam memilih produk yang ingin di beli supaya menghindari hutang.

Saudara YA mengatakan:

“Selain mendapat uang saku bulanan dari orang tua, saya juga bekerja untuk memenuhi kebutuhan dan juga supaya saya juga bisa nabung. Setiap bulannya saya membuat anggaran belanja, yang meliputi belanja kebutuhan makanan, kuliah hingga pakaian. Tujuan saya membuat anggaran agar uang saya memiliki alokasi penggunaan yang jelas jangan sampai lebih besar pasak daripada tiang dan juga agar saya tidak kalap dalam belanja. Intinya antara pemasukan dan pengeluaran harus seimbang.”³³

Hal yang sama juga disampaikan oleh Saudara WW, yang mengatakan:

³² Saudara ZA, *Wawancara*, 01 April 2022

³³ Saudara YA, *Wawancara*, 01 April 2022

“Saya kan anak pondok yang keuangannya ditanggung orang tua secara penuh. Sebulan saya dijatah uang saku sebesar Rp. 300.000. Dengan uang saku sekian saya menganggarkan sebesar Rp. 50.000 untuk keinginan saya belanja pakaian, sisanya saya gunakan untuk jajan dan kebutuhan kampus seperti cetak naskah skripsi, fotocopy, beli buku dan lain-lain. Lalu bagaimana saya ingin beli baju tetapi harganya mahal? Ya saya nabung dulu, mengumpulkan uang Rp. 50.000 setiap bulannya sampai uang itu cukup untuk beli baju yang saya inginkan. Intinya uang Rp. 300.000 itu harus cukup untuk sebulan, karena kalau mau minta lagi ya malu dan kasihan sama orang tua. Pokoknya kalau mau beli baju tapi uangnya belum cukup ya nabung dan paling penting hindari utang. Karena utang itu bikin kecanduan.”³⁴

c. Tidak Bermewah-Mewahan

Islam juga melarang umatnya hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup dengan sarana yang serba menyenangkan sehingga lupa untuk berbagi terhadap kaum miskin dan dhua’fa yakni kaum yang terlantar.

Saudara UN mengatakan:

“Sekarang ketika saya sudah berada di fase kebutuhan semakin banyak sedangkan pemasukan tetap sama, saya menjadi semakin jarang dalam membeli pakaian dan lebih selektif dalam membeli barang. Beberapa waktu lalu saya paling senang menghabiskan uang untuk belanja pakaian, lihat pakaian bagus ya dibeli tanpa banyak pertimbangan walaupun Terkadang saya juga mikir, saya baca beberapa artikel pakaian itu di akhirat ada hisabnya. Pakaian kalau terlalu banyak juga hanya jadi tumpukan di lemari, jatuhnya mubazir. Saat ini ketika saya merasa pakaian saya sudah terlampau banyak tetapi saya ingin beli baju tersebut saya menerapkan prinsip *one in-one out* yang maksudnya baju satu saya beli namun saya harus mengurangi satu pakaian di lemari saya, biasanya kalau pakaian itu masih sangat layak pakai ya saya kasih ke tetangga, kalau nggak gitu saya titip ke tetangga untuk sama-sama disalurkan ke yang membutuhkan. Dengan hal itu ya sekarang kalau mau beli

³⁴ Saudara WW, *Wawancara*, 01 April 2022

pakaian ya mikir-mikir dulu, kira-kira bakal dipakai apa nggak, gitu.”³⁵

Hal yang serupa juga disampaikan oleh Saudara N, yang mengatakan:

“Biasanya orang itu mulai menyadari kalau perilaku belanjanya konsumtif ketika dihadapkan pada kebutuhan yang menggunung sedangkan uangnya tidak ada. Mereka mulai sadar tentang pentingnya menabung dan mengurangi perilaku belanja pakaian yang hanya bersifat keinginan secara berlebihan. Saya sendiri juga mulai mengurangi perilaku belanja pakaian ketika Bapak saya sakit yang otomatis merubah sumber keuangan keluarga. Jadi sekarang kalau baju masih bagus ya tidak memaksa untuk membeli. Kalau untuk masalah berbagi kepada kaum miskin saya tidak pasti melakukannya. Tapi kalau saya lagi pegang uang terus dijalan ketemu sama pengemis ya saya kasih walaupun nggak seberapa.”³⁶

Tabel 4.2
Kesimpulan Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa
Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Upaya	Hal yang Dilakukan
Hindari Hidup Boros	Membuat <i>wishlist</i> atau skala prioritas barang apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Memikirkan kebutuhan di masa mendatang yang lebih penting.
Seimbangkan Pemasukan dan Pengeluaran	Membuat anggaran belanja setiap bulannya yang meliputi anggaran untuk kebutuhan dan keinginan agar uang memiliki alokasi penggunaan yang jelas Hindari hutang dan menanamkan budaya menabung
Tidak Bermewah-Mewahan	Memaksimalkan nilai utilitas suatu barang Menerapkan prinsip <i>one in-one out</i> Meningat bahwa pakaian memiliki hisab di akhirat Tidak lupa berbagi rezeki kepada yang membutuhkan walaupun tidak banyak.

Sumber: Data wawancara tahun 2022.

³⁵ Saudara UN, *Wawancara*, 01 April 2022

³⁶ Saudara N, *Wawancara*, 01 April 2022

Berdasarkan paparan data berikut dapat ditarik kesimpulan bahwa upaya yang dilakukan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo untuk mengatasi perilaku konsumtif adalah menghindari hidup boros, menyeimbangkan pemasukan dan pengeluaran serta tidak hidup bermewah-mewahan.



BAB IV

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA JURUSAN

EKONOMI SYARIAH IAIN PONOROGO DALAM PERSPEKTIF

ETIKA KONSUMSI ISLAM

A. Analisis Aspek Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Manusia sebagai makhluk ekonomi tidak bisa terlepas dari konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kebutuhan manusia banyak ragamnya dan memiliki tingkatan yang secara umum terbagi menjadi tiga, yakni kebutuhan primer (*daruriyyat*), kebutuhan sekunder (*hajiyyat*) dan kebutuhan tersier (*tahsiniyyat*). Secara umum kebutuhan primer setiap orang dapat dikatakan sama, yaitu kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Sedangkan untuk kebutuhan sekunder dan tersier setiap orang berbeda.

Selain memenuhi kebutuhan, manusia pada umumnya juga memenuhi keinginannya yang bersifat tidak terbatas. Pemenuhan terhadap keinginan yang tidak terbatas dapat menyebabkan perilaku konsumtif pada seseorang. Konsumtif diartikan sebagai konsumsi yang berlebihan. Perilaku konsumtif adalah suatu tindakan untuk mengonsumsi suatu produk yang didasarkan oleh adanya keinginan semata dan umumnya konsumsi dilakukan secara berlebihan demi mencapai kepuasan maksimal.

Islam melarang adanya perilaku *israf* (konsumtif) karena banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, di antaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, *self interest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu atau merugikan diri.¹

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan dan temuan data di lapangan tersebut, terjadi adanya ketidaksesuaian antara teori dan praktik terhadap pola konsumsi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo yang akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo nampak pada adanya pembelian impulsif, pemborosan dan pembelian secara tidak rasional (sekedar mencari kesenangan).

Pembelian impulsif (*impulsive buying*). Pembelian impulsif adalah pembelian yang dilakukan secara spontan dan tanpa direncanakan. Dari temuan data diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa berkeinginan membeli pakaian secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli. Bahkan dari mereka ada yang mengatakan jika barang yang telah dibeli tidak semuanya digunakan, dan akhirnya hanya menumpuk di lemari. Tentu hal ini dapat mengarahkan seseorang pada tindakan mubazir, di mana tindakan mubazir adalah salah satu hal yang tidak disukai oleh Allah.

Pemborosan (*wasteful buying*). Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan uang tanpa didasari adanya

¹ Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 15.

kebutuhan yang jelas. Mahasiswa mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang menyebabkan mahasiswa mengeluarkan uang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya. Dari temuan data diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang mengindikasikan adanya pemborosan, terlihat dari intensitas belanja pakaian yang dilakukan mahasiswa, dalam kurun waktu sebulan terdapat mahasiswa yang belanja pakaian lebih dari tiga kali. Terdapat mahasiswa yang beranggapan bahwa perilaku konsumtif yang dia jalani disebabkan karena merasa sudah mampu menghasilkan uang sendiri dari pekerjaan yang dia jalani, jadi dia merasa ada kemampuan membeli dan bebas menggunakan uang yang dia miliki semaunya. Hal ini bisa di katakan bahwa seseorang belum bisa memaksimalkan derajat kepuasannya. Mahasiswa masih membelanjakan uangnya untuk di konsumsi tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka pada masa depan yang dapat digunakan sebagai tabungan atau *saving*.²

Pembelian tidak rasional (*non rational buying*). Pembelian secara tidak rasional adalah pembelian yang dilakukan untuk mencari kesenangan semata dan memperoleh kenyamanan fisik. Hal ini tercermin dari perilaku mahasiswa yang sebagian besar menggunakan uangnya untuk membeli berbagai macam produk yang sedang menjadi trend dan *booming* saat ini seperti pakaian, jilbab, tas, sepatu, sandal, dan lain-lain. Bahkan mereka rela merogoh saku yang cukup dalam untuk memenuhi kesenangannya. Mereka merasa bangga dan puas ketika mampu memiliki barang yang diinginkan. Hal ini dilakukan

² Agus Priyanto, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2016) 139.

mahasiswa agar tidak ketinggalan mode atau trend dan agar terlihat modern serta percaya diri di depan umum.

Berdasarkan data mengenai aspek perilaku konsumtif tersebut, dapat dilihat bahwa perilaku konsumsi mahasiswa tidak sesuai dengan norma yang menjadi dasar seorang muslim dalam berkonsumsi. Menurut Yusuf al-Qardhawi, ada beberapa norma dasar yang menjadi landasan seorang muslim dalam konsumsi, antara lain:

1. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sikap kikir. Namun, berdasarkan hasil wawancara dapat dilihat bahwa sebagian mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo jarang menyisihkan harta yang mereka miliki untuk berbagi kepada sesama, hanya sesekali menyisihkan harta yang mereka miliki ketika di jalan bertemu dengan pengemis atau peminta-peminta. Tidak ada alokasi khusus untuk berbagi harta yang mereka miliki.
2. Tidak melakukan kemubadziran. Perilaku mahasiswa yang gemar membeli pakaian mengakibatkan pakaian banyak yang tidak terpakai dan hanya menumpuk di lemari sebagai koleksi. Hal ini membuat pakaian tersebut menjadi mubadzir, karena tidak terpakai dan sia-sia serta membuang-buang harta.
3. Tidak hidup mewah dan boros. Perilaku mahasiswa yang gemar membeli pakaian dengan harga yang mahal dan bermerek demi mengejar gengsi telah menjadikan mahasiswa menjadi boros. Tak jarang mereka lebih mementingkan keinginan semata daripada memenuhi kebutuhan. Selain

itu, intensitas belanja pakaian mereka dalam sebulan juga tergolong tinggi, bisa sampai 3-4 kali.

4. Kesederhanaan. Sebagian mahasiswa IAIN Ponorogo sudah jarang menerapkan prinsip kesederhanaan dalam konsumsi. Mereka akan membeli barang yang menurut mereka menarik dan membuat mereka bahagia. Mereka beranggapan bahwa uang yang mereka miliki bebas digunakan untuk menyenangkan diri mereka sendiri.
5. Mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang bersifat pribadi.³

Heri Sudarsono mengemukakan pendapat mengenai ciri-ciri perilaku konsumen Muslim. Dari teori yang ada dapat dilihat ada beberapa perilaku konsumsi mahasiswa yang kurang sesuai dengan perilaku konsumen muslim, diantaranya:

1. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhan manusia bersifat terbatas. Seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan dalam konsumsi didasarkan kebutuhan, bukan keinginan. Dari data diatas dapat dilihat bahwa dalam hal konsumsi pakaian mahasiswa seringkali memenuhi keinginannya yang tidak terbatas bahkan hingga rela menunda untuk memenuhi kebutuhannya.
2. Tingkat kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkat kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan. Dari data diatas dapat dilihat bahwa mahasiswa tidak pernah merasa puas jika hanya membeli pakaian. Mereka mudah terpengaruh oleh

³ Yusuf al Qardhawi, *Norma dan Etika Konsumsi Islam*, terj. Zainal Arifin (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 137.

teman dan juga penawaran sehingga membeli pakaian yang sebenarnya tidak dibutuhkan yang membuat pakaian tersebut tidak dimanfaatkan secara maksimal dan hanya menjadi koleksi.

3. Seorang muslim tidak akan mengonsumsi barang-barang yang sifatnya subhat apalagi barang-barang yang sudah jelas haramnya.
4. Seorang muslim atau muslimah tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan, dan tidak akan membeli barang-barang di luar jangkauan penghasilannya. Dari data diatas dapat dilihat bahwa beberapa mahasiswa mengalokasikan sebagian besar uangnya untuk membeli pakaian. Namun begitu, mereka selalu berusaha untuk menghindari hutang.
5. Sebagai seorang muslim atau muslimah akan mencapai tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya. Setiap mahasiswa memiliki tingkat kepuasan yang berbeda. Terdapat mahasiswa yang harus membeli pakaian yang mahal untuk memuaskan dirinya, namun ada juga mahasiswa yang sudah puas membeli pakaian dengan harga yang sewajarnya. Cara untuk bersyukur adalah menikmati dan memanfaatkan apa yang dimiliki dengan sebaik-baiknya.⁴

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas dapat diketahui bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah terlihat pada adanya pembelian impulsif, pemborosan dan juga pembelian secara tidak rasional. Perilaku konsumtif ini tidak sesuai dengan norma dan etika perilaku konsumsi seorang muslim, dimana perilaku

⁴ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Yogyakarta: Ekonisia, 2004. 187.

konsumsi muslim menuntut seseorang untuk bertindak selektif dalam membelanjakan harta, menjauhi sikap kikir dan menjauhi *israf* serta *tabdzir*.

B. Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan konsumsi, diantaranya adalah faktor internal dan faktor eksternal. Dalam jurnal yang ditulis oleh Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah dengan judul *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian*, disebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal dan eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, proses belajar dan pengalaman, keadaan ekonomi dan sikap. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari faktor kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan kelompok referensi.⁵ Setelah peneliti melakukan wawancara dengan beberapa mahasiswa, dapat dilihat bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yang dapat membentuk konsumtif mahasiswa merupakan kombinasi antara faktor internal dan faktor eksternal yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Kelompok Acuan atau Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah seseorang atau kelompok yang dapat mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku konsumen secara langsung maupun tidak langsung.⁶ Kelompok referensi dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam pemilihan suatu produk yang akan dibeli atau dikonsumsi

⁵ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian", *Jurnal Spirit* Volume 2 Nomor 1 (2011), 5.

⁶ Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja* (Pekalongan: Penerbit NEM, 2021), 9.

oleh individu. Kelompok referensi yang dimaksud disini adalah teman sebaya. Berdasarkan pemaparan dari mahasiswa yang bersangkutan, teman sebaya sangat berpengaruh terhadap kegiatan konsumsi, terutama konsumsi pakaian. Mereka mudah terpengaruh oleh mahasiswa lain untuk membeli pakaian yang sama walaupun tidak merasa butuh. Mereka membeli pakaian yang sedang trend dan *booming* karena ingin terlihat menarik dan juga tidak ingin kalah dengan teman-teman yang lain. Ketika teman lain memiliki pakaian model X, mereka juga tertarik untuk membeli pakaian yang serupa walaupun akhirnya pakaian tersebut tidak terpakai ketika trendnya sudah terlewat dan hanya menjadi koleksi di rumah.

Berdasarkan data di lapangan, dapat dilihat bahwa faktor kelompok referensi teman sebaya dapat mempengaruhi mahasiswa dalam membeli pakaian walaupun tidak dibutuhkan. Mereka berfikir harus mengikuti temannya agar terlihat trendy dan tidak ketinggalan zaman.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang mencerminkan bagaimana seseorang dalam menghabiskan uang dan waktu yang dimiliki. Dalam hal ekonomi, gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan bagaimana konsumsinya. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan menyatakan bahwa sebagai mahasiswa apalagi perempuan belanja pakaian adalah hal yang paling disenangi. Mahasiswa sering menghabiskan waktu liburanya untuk jalan bersama teman atau pun bersama keluarga. Tujuan favorit ketika jalan-jalan adalah pusat perbelanjaan dan berakhir pada toko

pakaian, dan ketika sudah memasuki toko tersebut pasti mereka pulang tidak dengan tangan kosong, melainkan membawa paperbag yang berisi pakaian. Mereka mengakui dalam sekali belanja merasa kurang jika hanya membeli satu pakaian, sehingga sekali memasuki pusat perbelanjaan mampu membeli beberapa potong pakaian. Mereka membeli pakaian karena merasa modelnya bagus dan menarik.

Berdasarkan data di lapangan, dapat dilihat bahwa gaya hidup mahasiswa yang senang berbelanja terutama berbelanja pakaian dapat menyebabkan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif mahasiswa.⁷

3. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian membentuk pola perilaku konsumsi seseorang, termasuk dalam berpikir dan bertindak dalam keputusan pembelian suatu barang.⁸ Pada faktor kepribadian terdapat konsep diri seseorang yang diatur dua prinsip, yaitu keinginan untuk mencapai konsistensi dan keinginan untuk meningkatkan harga diri. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan menyatakan bahwa dalam membeli pakaian, mereka memilih berdasarkan bagaimana kepribadian dan konsep diri, seperti misalnya mereka memiliki kepribadian yang merasa kurang percaya diri dan gampang minder apabila memakai pakaian yang sudah tidak sesuai dengan trend yang saat ini sedang berjalan. Hal tersebut membuat mereka akhirnya juga ingin menunjukkan bahwa mereka juga bisa seperti yang lain. Selain itu, dalam membeli pakaian mereka juga

⁷ Dian Chrisnawati dan Sri Muliati Abdullah, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian," 6.

⁸ Ibid.

menyesuaikan dengan bagaimana karakteristik pribadi dan gaya busana mereka. Bahkan ada mahasiswa yang menyatakan bahwa dia sering membeli pakaian dengan harga yang mahal dan berasal dari brand ternama. Semua hal tersebut dilakukan mahasiswa untuk menunjukkan siapa dirinya dan juga sebagai sarana pengekspresian identitas diri serta ingin mendapatkan pengakuan dari pihak lain.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa faktor kepribadian dan konsep diri mahasiswa dapat menyebabkan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif dimana hal tersebut dapat dilihat dari adanya perasaan kurang percaya diri dan kepribadian senang belanja barang mahal yang dilakukan mahasiswa untuk menunjukkan siapa dirinya di depan umum.

4. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang tersedia di pasaran.⁹ Dorongan ini muncul dipicu oleh adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan menyatakan bahwa dalam membeli pakaian mereka didasari adanya dorongan dalam diri mereka sendiri dan dorongan dari luar. Dorongan ini berbentuk keinginan untuk membeli pakaian yang menurut mereka bagus dan menarik. Selain itu mereka juga termotivasi untuk mengikuti trend, ingin terlihat menarik, dan juga ingin mendapatkan pujian atau penghargaan dari orang lain. Ada juga

⁹ Laila Meiliyandrie Indah Wardani dan Ritia Anggadita, *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*, 7.

mahasiswa yang mengatakan bahwa ia membeli pakaian karena melihat *review* atau iklan pakaian, ketika melihat model memakai pakaian itu terlihat cantik, maka ia juga termotivasi untuk membeli dengan harapan pakaian tersebut juga akan membuat dirinya terlihat cantik.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa motivasi mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Mahasiswa merasa dengan membeli pakaian yang diinginkan dapat memuaskan motivasinya.

5. Kebudayaan

Kebudayaan menggambarkan bagaimana cara hidup yang berkembang dan dimiliki bersama oleh sekelompok orang dan diwariskan dari generasi ke generasi.¹⁰ Dalam hal ini kebudayaan yang dimaksud peneliti adalah kebiasaan yang ada di sekitar lingkungan masyarakat. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan menyatakan bahwa momentum perayaan hari besar keagamaan menjadi salah satu momen yang dapat membuat seseorang berperilaku konsumtif. Misalnya pada perayaan hari raya idul fitri, terdapat kebiasaan yang sudah ada secara turun temurun, yaitu menggunakan baju baru. Hal ini juga membuat mahasiswa juga belanja pakaian, bahkan belanja secara berlebihan. Mereka menyatakan ketika hari raya ia mampu membeli pakaian hingga 3 stel yang akan digunakan secara bergantian pada hari raya idul fitri. Selain momentum perayaan hari besar keagamaan, momen seperti acara pernikahan juga terdapat kebiasaan dimana ketika menghadiri acara tersebut kebanyakan orang memakai pakaian kebaya, hal ini juga

¹⁰ Ibid., 8.

membuat mereka ikut-ikutan membeli kebaya jika akan menghadiri pesta pernikahan.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa faktor kebudayaan seperti kebiasaan dan keagamaan dapat membuat mahasiswa melakukan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif.

6. Proses Belajar dan Pembelajaran

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Seseorang akan akan mengamati dan mempelajari informasi yang diperolehnya sebagai referensi dalam keputusan pembelian suatu barang atau jasa.¹¹ Dari wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan mengatakan bahwa dalam membeli pakaian, sebagian besar dipengaruhi oleh faktor proses belajar dan pengalaman. Berawal dari adanya keinginan untuk membeli pakaian, kemudian melihat *review* atau ulasan yang diberikan oleh konsumen yang sudah terlebih dahulu menggunakan, apabila *review* tersebut baik dan sesuai dengan yang diinginkan akhirnya muncul keputusan untuk membeli pakaian tersebut. Namun apabila *review* atau ulasan yang diberikan oleh konsumen terdahulu dinilai kurang menarik dan kurang memuaskan, mahasiswa memilih untuk tidak jadi membeli pakaian tersebut dan beralih pada pakaian yang lain. Selain itu, belanja untuk mengetahui produk yang terbaik yang dilakukan secara berulang-ulang juga dapat membuat perilaku konsumtif.

¹¹ Ibid., 7.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa faktor proses belajar dan pengalaman seperti adanya kebiasaan belanja secara berulang-ulang untuk mengetahui produk yang terbaik dapat membuat mahasiswa melakukan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif.

7. Keadaan Ekonomi dan Kelas Sosial

Pilihan terhadap suatu produk dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Orang yang memiliki ekonomi rendah akan menggunakan uangnya dengan cermat, sedangkan orang dengan ekonomi tinggi cenderung akan menggunakan uang semauanya dan perilaku seseorang terhadap pembelian suatu produk dapat mencerminkan kelas sosial mereka dalam masyarakat.¹² Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan mengatakan bahwa keadaan ekonomi yang cukup membuat mereka sering belanja pakaian, mereka berpikir selama mereka memiliki uang, mereka bebas menggunakan uang tersebut untuk apa, bisa untuk belanja pakaian, skincare dan lain-lain. Selain itu kebiasaan yang mengikuti kebiasaan hidup seseorang dengan kelas sosial tinggi juga membuat mahasiswa mengeluarkan biaya hidup lebih besar.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa faktor ekonomi dan kelas sosial yang tinggi dapat membuat mahasiswa melakukan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif.

¹² Ibid., 9.

8. Keluarga

Keluarga merupakan unit terkecil dari masyarakat yang perilakunya dominan mempengaruhi dan menentukan dalam keputusan pembelian seseorang.¹³ Dari wawancara yang telah dilakukan peneliti, mahasiswa yang bersangkutan mengatakan bahwa keluarga juga mempengaruhi dan memiliki andil dalam proses pengambilan keputusan untuk membeli pakaian. Keluarga menawari untuk membeli pakaian ketika berada pusat perbelanjaan, walaupun tidak ada rencana untuk membeli pakaian. Tak jarang, keluarga juga menyarankan untuk membeli pakaian ketika sedang memiliki uang. Selain itu, sifat anggota keluarga yang gemar berbelanja pakaian akhirnya juga membuat mahasiswa terpengaruh untuk melakukan hal serupa.

Berdasarkan data di lapangan, dapat disimpulkan bahwa faktor keluarga yang sering menawari dan menyarankan untuk belanja pakaian serta sifat gemar belanja dapat membuat mahasiswa melakukan konsumsi yang berlebihan dan akan membentuk perilaku konsumtif.

Dari beberapa kriteria narasumber yang dipilih oleh peneliti yang meliputi mahasiswa yang tinggal di pondok, mahasiswa yang pernah tinggal di pondok pesantren, mahasiswa yang tinggal di kos, mahasiswa yang menyambi bekerja dan mahasiswa yang tinggal dengan orang tua, dapat ditarik kesimpulan mahasiswa yang berperilaku konsumtif lebih tinggi adalah mahasiswa yang kuliah menyambi bekerja. Mereka menggunakan uang yang mereka miliki

¹³ Ibid., 10.

untuk memenuhi segala keinginannya, karena mereka memiliki anggapan kalau uang yang mereka miliki adalah hasil kerja kerasnya sendiri.

Dari analisa diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor yang paling berpengaruh yang dapat membentuk perilaku konsumtif mahasiswa adalah faktor kelompok referensi teman sebaya. Hal ini dapat dilihat dari sikap mahasiswa yang mudah terpengaruh untuk membeli pakaian karena ajakan ataupun saran dari teman sebayanya. Selain faktor kelompok referensi, faktor lain juga dapat mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif mahasiswa, diantaranya adalah gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, kebudayaan, proses belajar dan pengalaman, keadaan ekonomi dan kelas sosial serta faktor keluarga.

C. Analisis Upaya Mengatasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

Dewasa ini berbagai macam produk ditawarkan kepada konsumen. produk yang ditawarkan bukan hanya barang yang dapat memuaskan kebutuhan namun juga produk yang dapat memuaskan keinginan konsumen. penawaran ini diperoleh melalui iklan, promosi di media sosial maupun promosi secara langsung. Hal ini membuat kebiasaan atau gaya hidup seseorang berubah dalam waktu yang relatif singkat ke arah kehidupan yang mewah dan cenderung berlebihan dan akhirnya memicu pola hidup konsumtif.

Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang paling potensial bagi produsen karena remaja pada umumnya lebih mudah tergiur iklan, gemar

mengikuti trend, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Hal ini dimanfaatkan oleh produsen untuk memasuki pasar remaja.

Dalam hal konsumsi, Islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros, dan tidak kekurangan. Konsumsi yang berlebihan dapat memberikan dampak positif maupun negatif bagi kehidupan. Berikut ini adalah dampak positif dan negatif dari perilaku konsumtif:

1. Dampak positif

- a. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
- b. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan. Konsumen akan berusaha menambah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan.
- c. Menciptakan pasar bagi produsen. Bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi masyarakat membuat produsen membuka pasar-pasar baru guna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

2. Dampak negatif

- a. Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial. Orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
- b. Mengurangi kesempatan untuk menabung. Orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung.

- c. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.¹⁴

Mengingat dampak negatif dari perilaku konsumtif sangat merugikan, maka perlu adanya upaya untuk meminimalisir bahkan mengatasi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Upaya yang dilakukan mahasiswa untuk mengatasi perilaku konsumtif berbeda-beda. Berdasarkan data yang diperoleh, upaya mereka untuk mengatasi perilaku konsumtif salah satunya adalah menghindari perilaku boros. Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

“Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya.”¹⁵

Ayat tersebut menjelaskan bahwa orang yang perilaku boros adalah saudaranya setan. Islam mengajarkan efisiensi dalam konsumsi barang dan jasa. Islam juga mengajarkan agar konsumsi seorang Muslim mengedepankan nilai kesederhanaan, yakni menganjurkan konsumsi secara proporsional sehingga bisa mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan. Konsumsi yang berlebihan termasuk pemborosan. Islam menganjurkan konsumsi yang dilakukan seimbang, yang artinya tidak pelit namun juga tidak berlebihan. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah Al-A'raf yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا اٰدَمُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

¹⁴ Chandra Kurniawan, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Mahasiswa,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4, (2017), 113.

¹⁵ al-Qur'an, 17: 27.

Artinya:

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”¹⁶

Islam memerintahkan umatnya untuk membelanjakan harta yang dimiliki secara selektif. Tidak semua hal yang saat ini dibutuhkan harus dibeli karena kebutuhan itu bersifat dinamis yang dapat berubah sesuai dengan situasi dan kondisi. Selain itu, tidak semua keinginan juga harus dipenuhi, karena keinginan sifatnya tidak terbatas, bahkan terkadang tidak sejalan dengan rasionalitas, padahal rasionalitas merupakan nilai dasar dalam perilaku konsumsi.¹⁷

Upaya yang dilakukan mahasiswa dalam mengatasi perilaku boros adalah dengan membuat *wishlist* barang apa yang dibutuhkan dan diinginkan, dengan begitu mereka akan memprioritaskan membeli barang yang dibutuhkan terlebih dahulu daripada membeli pakaian. Selain itu, mahasiswa juga memikirkan kebutuhan di masa mendatang yang lebih penting.

Upaya lain yang dilakukan mahasiswa untuk menghindari perilaku konsumtif adalah menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran serta tidak bermewah-mewahan. Dalam Al-Qur'an disebutkan bahwa:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya:

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar”¹⁸

¹⁶ al-Qur'an, 7: 31.

¹⁷ Ely Masykuroh, *Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: Nata Karya, 2018), 172.

¹⁸ Al-Qur'an, 25: 67.

Dalam ayat tersebut mengajarkan umat Muslim untuk sederhana dan tidak berlebihan dalam membelanjakan hartanya. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup dalam kesederhanaan dan tidak bertindak berlebihan dalam menggunakan harta yang dimilikinya. Islam mengingatkan umatnya untuk tidak bertindak materialistis dan hedonistis. Allah memberikan kenikmatan kepada manusia berupa makanan, minuman, pakaian dan lain sebagainya untuk menunjang kehidupan. Namun yang menjadi fokus perhatian adalah Allah mengingatkan untuk tidak berbuat boros dan tidak berlebih-lebihan. Implementasi dari perilaku berlebih-lebihan adalah watak manusia yang terus ingin menukar atau mengganti sesuatu yang dikonsumsi padahal fungsi dan kualitas barang yang lama masih bagus.¹⁹ Lebih lanjut, seorang muslim hendaknya juga mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluarannya, sehingga sebisa mungkin tidak berhutang.

Upaya yang dilakukan mahasiswa dalam menyeimbangkan pemasukan dan pengeluaran adalah membuat anggaran belanja setiap bulannya yang meliputi anggaran untuk kebutuhan dan keinginan. Tujuan membuat anggaran belanja adalah agar uang memiliki alokasi penggunaan yang jelas, jangan sampai lebih besar pasak daripada tiang dan juga agar tidak berlebihan dalam belanja. Aktivitas menabung juga tidak lupa dilakukan oleh mahasiswa agar dikemudian hari jika memiliki kebutuhan yang sifatnya mendesak, mereka tidak lagi khawatir karena sudah memiliki tabungan. Satu hal yang menjadi catatan adalah hindari hutang, karena menurut mahasiswa yang bersangkutan hutang membuat seseorang kecanduan. Jika memang sangat menginginkan

¹⁹ Isnaini Harahap, *Hadis-Hadis Ekonomi*, 153.

suatu barang namun uangnya belum mencukupi maka solusinya adalah menabung hingga uangnya cukup.

Sedangkan upaya yang dilakukan mahasiswa untuk menghindari bermewah-mewahan dalam konsumsi adalah dengan memaksimalkan nilai utilitas suatu barang, selama pakaian tersebut masih bagus dan nilai fungsinya tidak berkurang, maka pakaian itu tetap digunakan. Selain itu ada juga mahasiswa yang menerapkan prinsip *one in-one out* yaitu ketika membeli pakaian baru, maka pakaian lama yang masih sangat layak pakai akan diberikan kepada yang membutuhkan. Mahasiswa juga mengingat bahwa pakaian memiliki hisab di akhirat nanti dan juga tidak lupa berbagi rezeki kepada yang membutuhkan walaupun tidak banyak.

Berdasarkan pemaparan data dan teori diatas dapat kita simpulkan bahwa perilaku dapat membawa dampak negatif bagi mahasiswa. Perlu adanya upaya untuk mengatasinya. Upaya untuk mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa adalah dengan menghindari hidup boros, menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran serta tidak hidup bermewah-mewahan. Bentuk upaya yang dilakukan mahasiswa dalam mengatasi perilaku konsumtif adalah selektif dalam membelanjakan hartanya dengan membuat *wishlist* barang apa yang dibutuhkan dan diinginkan, sehingga mendahulukan kebutuhan daripada keinginan, membuat anggaran belanja setiap bulan agar keuangan dapat terkontrol dengan baik dan mengontrol diri untuk tidak belanja berlebihan serta membudayakan menabung.

BAB 5

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang mengacu pada masalah dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah terlihat pada adanya pembelian impulsif, pemborosan dan juga pembelian secara tidak rasional. Perilaku konsumtif ini tidak sesuai dengan norma dan etika perilaku konsumsi seorang muslim, dimana perilaku konsumsi muslim menuntut seseorang untuk bertindak selektif dalam membelanjakan harta, menjauhi sikap kikir dan menjauhi *israf* serta *tabdzir*.
2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor yang mempengaruhi itu adalah faktor kelompok referensi (teman sebaya), gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, motivasi, kebudayaan, proses belajar dan pengalaman, keadaan ekonomi dan kelas sosial serta faktor keluarga.
3. Upaya untuk mengatasi perilaku konsumtif mahasiswa adalah dengan menghindari hidup boros, menyeimbangkan pendapatan dan pengeluaran serta tidak hidup bermewah-mewahan. Bentuk upaya yang dilakukan mahasiswa dalam mengatasi perilaku konsumtif adalah selektif dalam

membelanjakan hartanya dengan membuat *wishlist* barang apa yang dibutuhkan dan diinginkan, sehingga mendahulukan kebutuhan daripada keinginan, membuat anggaran belanja setiap bulan agar keuangan dapat terkontrol dengan baik dan mengontrol diri untuk tidak belanja berlebihan serta membudayakan menabung.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan, hasil penelitian, dan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo diharapkan mampu menerapkan bagaimana konsumsi yang sesuai dengan norma dan etika konsumsi dalam Islam.
2. Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo diharapkan mampu mengontrol perilaku konsumtifnya dengan cara selektif dalam membelanjakan harta yang dimiliki serta membuat anggaran belanja yang disusun sesuai dengan skala prioritas agar tidak terjadi konsumsi yang berlebih-lebihan.
3. Mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo diharapkan mampu mengontrol konformitas dengan teman sebaya agar tidak mudah terpengaruh terutama dalam hal konsumsi pakaian yang berlebih. Tidak perlu memaksakan diri untuk selalu terlihat sama seperti teman yang lain, bergayalah sesuai dengan kemampuan.

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR BUKU

- Al Muchtar, Suwarna. *Dasar Penelitian Kualitatif*. Bandung: Gelar Pustaka Mandiri, 2015.
- Firmansyah, Anang. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish, 2018.
- Harahap, Isnaini. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Helmi Situmorang, Syafizal. *Analisis Data Untuk Riset dan Bisnis*. Medan: USU Press, 2010.
- Iskandar. *Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. Jakarta: GP. Press, 2009.
- Khaf, Monzer. *Ekonomi Islam :Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, terj. **Machnun Husein**. Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Machmud, Amir. *Ekonomi Islam: Untuk Dunia yang Lebih Baik*. Jakarta: Salemba Empat, 2017.
- Malau, Harman. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Masykuroh, Ely. *Teori Ekonomi Mikro Islam*. Ponorogo: Nata Karya, 2018.
- Medias, Fahmi. *Ekonomi Mikro Islam*. Magelang: Unimma Press, 2018.
- Meiliyandrie, Laila dan Ritia Anggadita. *Konsep Diri dan Konformitas pada Perilaku Konsumtif Remaja*. Pekalongan: Penerbit NEM, 2021.
- Muhammad, Muflih. *Perilaku Konsumen dalam Pespektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.
- Mulianta Ginting, Ari dkk. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.
- Priyanto, Agus. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2016.
- Pujiyono, Arif. "Teori Konsumsi Islami." dalam *Jurnal Pembangunan*. Volume 3, Nomor 2, 2006.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, terj. **Zainal Arifin**. Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Rianto, Nur Al Arif dan Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi : Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Saad Marthon, Said. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global Cetakan I*. Jakarta: Zikrul Hakim, 2004.
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2014.

- Tarjo. *Metode Penelitian Sistem 3x Baca*. Yogyakarta: Deepublish, 2009.
- Usman, Husaini dkk., *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Yuliadi, Imam. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana, 2017.
- Zamzam, Fakhry dan Havis Aravik. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish, 2020.

DAFTAR JURNAL DAN SKRIPSI

- Bahri S., Andi. “Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam.” dalam *Jurnal Hunafa: Jurnal Studia Islamika*.
- Chandra Kurniawan, Chandra. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Ekonomi Mahasiswa,” dalam *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, Vol. 13, No. 4, 2017.
- Chrisnawati, Dian dan Sri Muliati Abdullah. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pakaian” dalam *Jurnal Spirit*, Volume 2 Nomor 1, 2011.
- Lestarina, Eni dkk.,”Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja” dalam *Jurnal Riset Tindakan Ekonomi*. Volume 2 , Nomor 2, 2017.
- Lutfi, Mohammad. “Konsumsi dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam.” dalam *Jurnal Madani Syari’ah* Volume 2, 2019.
- Munawaroh, Etik. “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam.” *Skripsi*. Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- Nur Amaliatun, Novita. “Larangan Israf dalam Al Qur’an. *Skripsi*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2015.
- Nur Cahyani, Lili. “Perilaku Etika Konsumsi pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) Kementerian Agama Kota Pare-Pare (Implementasi Konsep Yusuf al Qardhawi).” *Skripsi*. Pare-Pare: IAIN Pare, 2019.
- Rijali, Ahmad. “Analisis Data Kualitatif,” dalam *Jurnal Alhadharah*, Volume 17, Nomor 33, 2018.
- Rosyida Khoiriyah, Rida. “Analisis Perilaku Mahasiswa FEBI IAIN Ponorogo dalam Membeli Produk *Online Shop* (Perilaku Konsumsi Islami).” *Skripsi* Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021.
- Sari, Kurnia. “Penerapan Prinsip Konsumsi dalam Islam pada Siswa-Siswi Pondok Pesantren Pancasila Bengkulu.” *Skripsi*. Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2020.
- Siswandi. “Konsep Yusuf al Qardhawi tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam.” *Skripsi*. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2011.

DAFTAR SUMBER INTERNET

<https://febi.iainponorogo.ac.id>

Umar Wardhani, Sianti. “Pengaruh Online Shop Elevenia.co.id di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja Komunitas Traveler Penjelajah,” dalam <http://jurnalcitra.id/index.php/JCN/article/viewFile/9/8>

