

**PENGARUH PENGUASAAN MATA KULIAHETIKA BISNIS  
ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA  
JURUSAN EKONOMI SYARIAH DI INSTITUT  
AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh:

**LINA FATIMATUZZAHRO**

NIM : 210214058

Pembimbing:

**LUKMAN SANTOSO, M.H.**

NIP.198505202015031002

**JURUSAN MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2018**

## ABSTRAK

**LinaFatimatuzzahro**, 2018. *Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Ponorogo*. **Skripsi**. Jurusan Muamalah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Lukman Santoso, M.H

**Kata Kunci:** *Penguasaan Etika Bisnis Islam, Perilaku Konsumsi, ekonomi, kebutuhan*

Dalam menjalani kehidupan sehari-hari prinsip ekonomi sudah semestinya diterapkan oleh manusia dalam melakukan kegiatan bisnis untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Akan tetapi terkadang mereka tidak menerapkan etika dalam berbisnis, sehingga tidak dapat dipungkiri itu dapat menimbulkan sifat berlebihan yang seharusnya dihindari oleh seorang muslim. Sedangkan dalam berbisnis, seorang muslim harus memperhatikan etika sehingga dapat membedakan antara yang baik dan buruk.

Penelitian ini bertujuan membahas (1) bagaimana analisis pengaruh penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah di IAIN Ponorogo (2) bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah di tinjau dari etika bisnis Islam.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan mix metode. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner dan wawancara pada mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas A, B, C, dan D dengan jumlah sampel sebanyak 54 responden dan 3 narasumber. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah 1 menggunakan analisis regresi linier sederhana dan uji t, untuk menjawab rumusan masalah 2 menggunakan analisis dari data lapangan.

Berdasarkan hasil analisis data SPSS yang dilakukan peneliti dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel penguasaan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, yang berarti jika penguasaan etika bisnis Islam semakin tinggi akan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,146 serta uji signifikansi parsial (uji t) yang menghasilkan  $t_{hitung}$  sebesar 1.067 artinya dari hasil penelitian ini dari variabel etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah. Analisis data pada rumusan masalah kedua dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah sudah menerapkan prinsip dasar ekonomi Islam karena para mahasiswa mengutamakan mengkonsumsi barang yang bersifat kebutuhan pokok, barang yang halal dan baik, barang yang sederhana, bermanfaat serta tidak *israf* (boros) dan *tabdzir* (berlebihan).

## LEMBAR PERSETUJUAN

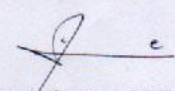
Skripsi atas nama saudara:

Nama : Lina Fatimatuzzahro  
NIM : 210214058  
Fakultas : Syariah  
Jurusan : Muamalah  
Judul : Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam  
Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi  
Syariah Di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Muamalah  
  
**Atik Abidah, M.S.I**  
NIP.197605082000032001

Ponorogo, 26 Juni 2018  
Menyetujui,  
Pembimbing

  
**Lukman Santoso, M.H.**  
NIP.198505202015031002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Lina Fatimatuzzahro  
NIM. : 210214058  
Jurusan : Muamalah  
Judul : Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

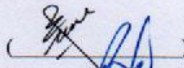


Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang munaqosah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 09 Juli 2018

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Senin  
Tanggal : 16 Juli 2018

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Hj. Ely Masykuroh, M.S.I. (  )
2. Penguji 1 : Drs. H.A. Rodli Makmun, M.Ag. (  )
3. Penguji 2 : Lukman Santoso, M.H. (  )

Ponorogo, 16 Juli 2018

Mengesahkan  
Dekan Fakultas Syariah,



  
Dr. H. Moh. Munir, Lc., M. Ag  
NIP. 196807051999031001

## BAB I

### PENDAHULUAN



## A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan aktivitas yang selalu ada di sekitar kehidupan manusia dan dikenal oleh banyak kalangan. Dalam kehidupan sehari-hari bisnis sangat bermanfaat bagi kehidupan masyarakat karena pada dasarnya hakikat bisnis adalah usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia, organisasi ataupun masyarakat luas. Aktivitas bisnis bukan hanya kegiatan dalam rangka menghasilkan barang dan jasa, tetapi juga termasuk kegiatan mendistribusikan barang dan jasa tersebut ke pihak-pihak yang memerlukan serta aktivitas lain yang mendukung kegiatan produksi dan distribusi tersebut. Kegiatan bisnis juga menjadi sumber penghasilan dan lapangan pekerjaan setiap orang.<sup>1</sup>

Islam sebagai agama yang menuntun umatnya dalam segala hal juga memandang bisnis sebagai sebuah pekerjaan yang menguntungkan dan sangat mendorong serta memotivasi umatnya untuk melakukan transaksi bisnis dalam kehidupan mereka. Islam sangat menjunjung tinggi nilai setiap usaha agar manusia dapat hidup sejahtera, terutama kegiatan usaha yang berorientasi pada keberkahan. Orientasi keberkahan hanya bisa dicapai oleh dua syarat: (1) niat yang ikhlas, (2) cara melakukan sesuai dengan tuntutan syari'at Allah, ini pintu menuju ridha Allah. Oleh karena itu, umat manusia dalam memperoleh rezeki dari bisnis perlu: *pertama* bekerja penuh dalam kedekatannya kepada Allah untuk memperoleh kekayaan yang halal. *Kedua*, bisnis Islam adalah bisnis yang mengajarkan tunduk pada keputusan hukum dan kehendak Allah, oleh karena itu kedekatan dengan Allah menjadi kunci keberkahan hasil bisnis

---

<sup>1</sup> Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 195.

tersebut. *Ketiga*, bisnis Islam harus digerakkan oleh konsep rahmatan lil ‘alamin, menjaga keharmonisan lingkungan.<sup>2</sup>

Alqur’an sebagai pegangan hidup umat Islam telah mengatur kegiatan bisnis secara *eksplisit* dengan banyaknya *instruksi* yang sangat detail tentang hal yang dibolehkan dan tidak dibolehkan dalam menjalankan praktik bisnis. Di samping itu, Rasulullah SAW. juga telah memberikan petunjuk mengenai etika dalam berbisnis. Rasulullah Saw. banyak memberi contoh bisnis yang bermoral dalam sistem perdagangan, yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak merugikan kedua belah pihak. Selain itu setiap transaksi perdagangan dituntut untuk bersikap sopan dan bertingkah baik.<sup>3</sup>

Manusia setiap hari dalam aktivitasnya diharuskan membuat sejumlah keputusan mengenai bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Misalnya, kita harus memilih penggunaan waktu untuk bangun tidur terlambat atau makan pagi, untuk baca koran atau menonton televisi. Kita juga harus memilih penggunaan uang kita untuk membeli barang atau jasa yang kita butuhkan. Dalam menentukan pilihan, kita harus menyeimbangkan antara kebutuhan, *preferensi* dan ketersediaan sumber daya.

Keputusan seseorang untuk memilih alokasi sumber daya inilah yang melahirkan fungsi permintaan. Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Dalam konteks ekonomi, *utilitas* dimaknai sebagai

---

<sup>2</sup>*Ibid*, 195.

<sup>3</sup> Jusmaliani, et al. *Bisnis Berbasis Syariah* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 45.

kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang. Kegunaan ini bisa juga dirasakan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Karena adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi sebuah barang.

Jika menggunakan teori konvensional, konsumen diasumsikan selalu menginginkan tingkat kepuasan yang tertinggi.<sup>4</sup> Konsumen akan memilih mengonsumsi barang A atau B tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh kedua barang tersebut. Ia akan memilih barang A jika memberikan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan B, demikian sebaliknya.

Maka setidaknya terdapat dua hal penting untuk dikritisi. *Pertama*, tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. *Kedua*, batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut.

Perilaku konsumsi seperti di atas tentunya tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam. Konsumsi yang Islami selalu berpedoman pada ajaran Islam. Di antara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlunya memerhatikan orang lain. Selanjutnya juga, diharamkan bagi orang muslim hidup dalam keadaan serba berlebihan sementara ada

---

<sup>4</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII Yogyakarta, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014),127

tetangganya yang menderita kelaparan. Hal lain adalah tujuan konsumsi itu sendiri, di mana seorang muslim akan lebih mempertimbangkan masalah daripada utilitas. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam (maqashid syariah), yang tentu saja harus menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi.<sup>5</sup>

Dian Eka mengatakan, “perilaku konsumsi adalah tindakan-tindakan yang dilakukan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan.” Selain itu hal lain yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah status sosial ekonomi orangtua mahasiswa. Status sosial ekonomi mempunyai peranan terhadap perkembangan seseorang termasuk pada aspek ekonominya khususnya perilaku konsumsi dengan status sosial ekonomi orangtua akan menentukan tingkat pengalaman dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dilihat dari gaya hidup mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang terlihat jelas terdapat perbedaan yang cukup dominan yang menunjukkan status sosial ekonominya.<sup>6</sup>

Di bidang ekonomi, etika Islam berarti seseorang ketika mengonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk di

---

<sup>5</sup> Ibid., 128.

<sup>6</sup> Riza Erni, Pengaruh Pembelajaran Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi, *jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* (Universitas Tanjungpura Pontianak, 2-13), 2.



konsumsi maupun di produksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT, sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an<sup>7</sup> :

يٰۤاَيُّهَاۤ مٰۤسِيۤنَ اَعۡدُوۡكُمْ اِنَّهٗمُ الشَّيۡطٰنُ خُطُوۡتٍ يَّتَّبِعُوۡا وَاَ لَا طَيِّبًا حٰلِلًا اِلَّا رِضٍۭ فِيۡ مِمَّا كَلُوۡا النَّاسُ يَتَآۡمِرُوۡنَ بِهَا



Wahai manusia! makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; sungguh, syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.<sup>8</sup>

Karena itu, orang mu'min berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah-anugerah yang dicipta Allah untuk umat manusia.

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *ishraf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Israf* (pemborosan) berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam suatu hal seperti makanan, pakaian dll. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *ishraf* (pemborosan) dan tidak disenangi Islam. *Tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna) berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan,

---

<sup>7</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 38.

<sup>8</sup> Departemen Agama RI, *Al—Quran dan Tafsirnya* (Jakarta: Departemen Agama RI, 2009), 247.

hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Setiap kategori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta yang hampir-hampir sudah menggejala pada masyarakat yang berorientasi konsumen.<sup>9</sup>

Teori yang sudah ditemukan oleh A. Ummi Mahmuda Asban bahwa etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim pada mahasiswi jurusan ekonomi Islam UIN Alaudin Makassar, sehingga penulis ingin mengetahui pengaruh penguasaan etika bisnis Islam pada mahasiswa Jurusan ekonomi syariah di IAIN Ponorogo

Kampus IAIN Ponorogo merupakan salah satu kampus Islam yang berstatus negeri di Kabupaten Ponorogo, yang saat ini memiliki 4 fakultas, yaitu: Fakultas Usuludin Adab dan Dakwah, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, dan Fakultas Syariah. Dari beberapa Fakultas tersebut peneliti mengambil sampel dari Fakultas Ekonomi Bisnis Islam pada jurusan Ekonomi Syariah semester 6.

Pada Jurusan Ekonomi Syariah di semester tiga mahasiswa telah menerima mata kuliah etika bisnis Islam. Setelah menerima mata kuliah tersebut peneliti masih melihat mahasiswa yang belum menerapkan etika dalam perilaku konsumsinya. Bahwa dalam mata kuliah etika bisnis Islam bagi umat muslim tidak dianjurkan untuk *tabdzir* yakni menggunakan harta tanpa aturan atau menggunakan harta bukan untuk hal-hal yang berguna. Dalam perilaku konsumsi juga dilarang berlebih-lebihan dalam Islam yang dikenal dengan istilah *israf* (boros). Namun peneliti melihat dari sebagian

---

<sup>9</sup> Abdul Aziz, *Ekonomi Islam*, 38.

mahasiswa yang telah menerima mata kuliah tersebut masih belum ada perubahan, yakni masih ada yang boros dalam hal pakaian, para mahasiswa banyak yang mengikuti tren kekinian.

Dalam pengamatan yang peneliti lakukan, hasil menemukan berbagai macam gaya konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo khususnya pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang pada masa sekarang ini banyak yang tidak menerapkan anjuran Islam, sedangkan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah telah menerima mata kuliah etika bisnis Islam. bahwa dalam Islam sangat dianjurkan untuk tidak *israf* dan *tabdzir*, namun dari kalangan mahasiswa masih ada yang perilaku konsumsinya bertentangan dengan Islam. Masih banyak mahasiswa IAIN Ponorogo yaitu mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah yang perilaku konsumsinya bukan berdasarkan memenuhi kebutuhan, namun lebih mengarah kepada hasrat keinginan dan hasrat kepuasan dan mengikuti tren masa kini. Maka dengan uraian dan penjelasan di atas penulis ingin mengetahui dan melihat lebih jauh dengan membahas masalah ini dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul **“Analisis Pengaruh Penguasaan Mata Kuliah Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di Institut Agama Islam Negeri Ponorogo”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian di atas, maka untuk mempermudah pemahaman dalam pembahasan karya ilmiah ini, penulis perlu merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh penguasaan etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Ponorogo?
2. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah ditinjau dari prinsip dasar ekonomi Islami?

### **C. Tujuan Penelitian**

Setiap aktifitas apapun yang dilakukan manusia hendaknya harus mempunyai tujuan yang ingin dicapai agar aktifitas tersebut memiliki manfaat, demikian juga penulis. Dalam penyusunan proposal ini penulis mempunyai tujuan yang ingin dicapai, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh penguasaan etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di IAIN Ponorogo.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah di IAIN Ponorogo ditinjau dari prinsip dasar ekonomi Islami.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Teoritis**

Dari penelitian yang akan penulis lakukan, diharapkan mempunyai manfaat di masa sekarang hingga masa yang akan datang, diantaranya:

- a. Memberikan kontribusi pengetahuan komperhensif tentang pengaruh penguasaan materi di kampus terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.



- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana keilmuan dan memberikan kontribusi bagi khasanah ilmu pengetahuan serta pemikiran bisnis Islam di bidang muamalah dan ekonomi yang berkaitan dengan etika dalam berbisnis.
- c. Memberikan wawasan serta referensi yang berguna bagi penelitian selanjutnya.

## **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan khususnya kepada mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo mengenai penerapan dari pembelajaran etika bisnis Islam yang telah diperoleh di kampus.

## **E. Sistematika Pembahasan**

Untuk mempermudah penulisan hasil penelitian dan agar dapat dicerna secara runtut, diperlukan sebuah sistematika pembahasan. Dalam laporan penelitian ini, peneliti dikelompokkan menjadi 5 bab yang masing-masing bab terdiri dari sub-sub yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika dan pembahasan skripsi ini dirancang untuk diuraikan dengan sistematika dalam 5 bab sebagai berikut:

Bab satu yaitu pendahuluan merupakan sebagai dasar pembahasan dalam skripsi. Didalam isi pendahuluan, memberikan gambaran secara menyeluruh dengan ringkas sebagai pengantar untuk memasuki dan mengikuti uraian pokok dalam penulisan skripsi yang memuat pembahasan antara lain: Latar

Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

Bab kedua, yaitu telaah pustaka yang akan dibahas meliputi subbab-subbab tentang landasan teori, kajian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

Bab ketiga yaitu, metode penelitian meliputi subbab-subbab tentang rancangan penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, serta metode pengolahan dan analisis data.

Bab keempat, berisi paparan data dan analisis data yang meliputi subbab-subbab tentang hasil-hasil yang diperoleh berupa deskripsi data yang menguraikan karakteristik masing-masing variabel dan hasil pengujian hipotesis dan pembahasan.

Bab kelima merupakan bab yang terakhir, yaitu penutup meliputi subbab-subbab tentang kesimpulan, saran, dan termasuk keterbatasan temuan-temuan penelitian dan rekomendasi.



## BAB II

### LANDASAN TEORI, KAJIAN TERDAHULU, KERANGKA BERFIKIR DAN HIPOTESIS PENELITIAN

#### A. Landasan Teori

##### 1. Etika Bisnis Islam

###### a. Definisi Etika Bisnis

Etika, dalam makna yang lebih tegas, yaitu kutipan dalam buku *kuliah etika* mendefinisikan etika secara terminologis yaitu bahwa etika merupakan studi sistematis tentang tabiat konsep nilai, baik, buruk, harus, benar, salah dan prinsip-prinsip umum yang membenarkan kita untuk mengaplikasikannya atas apa saja. Di sini etika dapat dimaknai sebagai dasar moralitas seseorang dan disaat bersamaan juga sebagai filsufnya dalam berperilaku.<sup>10</sup>

Secara terminologis, arti kata etika sangat dekat pengertiannya dengan istilah yang ada dalam Alquranyaitu istilah *al-khuluq*. Untuk mendeskripsikan konsep kebajikan, Alquran menggunakan sejumlah terminologi sebagai berikut: *khair, bir, 'adl, haqq, ma'ruf*, dan *taqwa*.<sup>11</sup>

Etika ekonomi Islam, sebagaimana dirumuskan oleh para ahli ekonomi Islam adalah suatu ilmu yang mempelajari aspek-aspek kemaslahatan dan kemafsadatan dalam kegiatan ekonomi dengan

---

<sup>10</sup>Faisal Badroen dkk, *Etika Bisnis dalam islam* (Jakarta: Kencana, 2006), 5.

<sup>11</sup>*Ibid.*, 6.

memperhatikan amal perbuatan manusia sejauhmana dapat diketahui menurut akal pikiran (*rasio*) dan bimbingan wahyu (*nash*). Etika ekonomi dipandang sama dengan akhlak karena keduanya sama-sama membahas tentang kebaikan dan keburukan pada tingkah laku manusia.<sup>12</sup>

Johan Arifin mengemukakan bahwa ada dua macam etika yaitu:

- a) Etika deskriptif adalah etika yang menelaah secara kritis dan rasional tentang sikap dan perilaku manusia, secara apa yang dikejar setiap orang dalam hidupnya sebagai sesuatu yang bernilai. Artinya etika deskriptif tersebut berbicara mengenai fakta secara apa adanya, yakni mengenai nilai dan perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas yang membudaya.
- b) Etika normatif adalah etika yang menetapkan berbagai sikap dan perilaku yang ideal dan seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia dan tindakan apa yang bernilai dalam hidup ini. Jadi etika normatif merupakan norma-norma yang dapat menuntun agar manusia bertindak secara baik dan menghindari hal-hal yang buruk, sesuai dengan kaidah atau norma yang disepakati dan berlaku dimasyarakat.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> Aris Baidowi, Etika Bisnis Perspektif Islam, *Jurnal Hukum Islam*, Volume 9, Nomor 2, Desember 2011, 3.

<sup>13</sup> Johan Arifin, *Etika Bisnis Islami* (Semarang: Walisongo Press, 2009), 13.



Bisnis terdapat beberapa istilah di dalam Alquran yang terkait dengan usaha bisnis. Namun dalam pendekatan *fiqih* keuangan, pengertian bisnis secara umum lazim disebut dengan istilah *tijarah*, yaitu pengelolaan harta benda untuk mencari keuntungan. Dalam bisnis syariah, pengertian keuntungan tentu bukan hanya semata-mata berhenti pada tataran materil, melainkan sampai pada usaha bagaimana mendapatkan keridhaan Allah ketika menjalankan bisnis. Pemikiran ini mengacu pada makna bisnis dalam Alquran yang tidak hanya terkait dengan hal-hal yang bersifat material, tetapi justru kebanyakan mengarah pada nilai-nilai yang bersifat immaterial.<sup>14</sup>

Secara umum bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu atau secara kolektif yang terorganisasi secara sistematis yang berupa penjualan barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, atau juga berbentuk suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Proses kegiatan tersebut terkait dengan ranah yang menyangkut hubungan antar manusia dan berbagai elemen masyarakat.<sup>15</sup>

Pada mulanya etika bisnis muncul ketika kegiatan bisnis tidak luput dari sorotan etika. Menipu dalam bisnis, mengurangi timbangan atau takaran, merupakan contoh-contoh konkrit adanya hubungan antara etika dan bisnis. Dari fenomena-fenomena itulah etika bisnis

---

<sup>14</sup>Burhanudin, *Hukum Bisnis Syariah* (Yogyakarta: UII Press Yogyakarta, 2011),2.

<sup>15</sup>Muhammad Anas, Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Konteks Produsen dan Konsumen: Ke Arah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan, *Jurnal Millah Vol VIII, No 1, Agustus 2008*, hal 50.

mendapat perhatian yang intensif hingga menjadi bidang kajian ilmiah yang berdiri sendiri.<sup>16</sup>

Etika Bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>17</sup>

#### **b. Definisi Etika Bisnis Islam**

Bisnis Islami ialah serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuk yang tidak dibatasi jumlah kepemilikannya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara memperolehnya dan pendayagunaan hartanya karena aturan halal dan haram.<sup>18</sup>

Etika Bisnis Islam menurut Muhammad Djakfar adalah norma-norma etika yang berbasiskan Alquran dan hadits yang harus dijadikan acuan aoleh siapapun dalam aktivitas bisnis. Dengan kata lain bagaimanapun etika bisnis yang berbasis kitab suci dan sunah Rasulullah Saw, sebagaimana halnya etika bisnis modern, tidak cukup dilihat secara partialistik semata, tetapi perlu dilihat juga dalam fungsinya secara utuh (*holistik*). Dalam arti etika bisnis Islam perlu diposisikan sebagai komoditas akademik yang bisa melahirkan sebuah

---

<sup>16</sup> Lukman Fauroni, Rekonstruksi Etika Bisnis Perspektif Al Qur'an, *Iqtisad Journal Of Islamic Economics*, Vol. 4, No. 1 (2003), 93.

<sup>17</sup> Faisal, *Etika Bisnis*, 15.

<sup>18</sup> Ahmad Yusuf Marzuqi dkk, Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam, *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis*, Vol 7 No. 1, Maret 2010, 5.

cabang keilmuan, sekaligus sebagai tuntutan para pelaku bisnis dalam melakukan aktivitas sehari-hari.<sup>19</sup>

Etika Bisnis Islam susunan *adjective* di atas ditambah dengan halal-haram, sebagaimana yang disinyalir oleh Husein Sahatahh, di mana ia memaparkan sejumlah perilaku etis bisnis yang dibungkus dengan *dhawabith* syariah (batasan syariah) atau *general guideline* menurut Rafik Issa Beekun.<sup>20</sup>

### c. Aksioma Dasar Etika Bisnis Islam

Perspektif ajaran etika (akhlak) dalam Islam pada prinsipnya manusia dituntut untuk berbuat baik pada dirinya sendiri, di samping kepada sesama manusia, alam lingkungannya dan kepada Tuhan selaku penciptanya. Apabila manusia telah berbuat baik pada dirinya sendiri (*Internal*). Oleh karena itu, untuk bisa berbuat baik pada semuanya itu, manusia di samping diberi kebebasan (*free will*), hendaknya ia memperhatikan keesaan Tuhan (*tawhid*), prinsip keseimbangan (*Tawazum=balance*) dan keadilan (*qist*).

a) Kesatuan (Tauhid) ini dimaksudkan bahwa sumber utama etika Islam adalah kepercayaan total dan murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. Kenyataan ini secara khusus menunjukkan dimensi vertikal Islam yang menghubungkan institusi-institusi sosial yang terbatas dan tak sempurna dengan Dzat yang sempurna dan tak terbatas. Hubungan vertikal ini merupakan wujud

---

<sup>19</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Islam* (Malang: UII Press, 2005), 84.

<sup>20</sup> Faisal, *Etika Bisnis*, 70-71.

penyerahan diri manusia secara penuh tanpa syarat di hadapan Tuhan, dengan menjadikan keinginan, ambisi, serta perbuatannya tunduk pada titah-Nya.<sup>21</sup>

﴿الْعَامِينَ رَبِّ لِلَّهِ وَمَمَاتِي وَمَحْيَايَ وَنُفْسِي صَلَاتِي إِنَّ قُلَّ﴾

Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. (Q.S Al-An'am:162).<sup>22</sup>

Ayat ini menjelaskan bahwa katakanlah wahai Rasul kepada orang-orang musyrik, sesungguhnya shalatku, ibadahku, yakni sembelihanku, hanya untuk Allah, bukan untuk berhala-berhala, orang-orang mati, jin-jin dan bukan pula untuk selain itu dari bintang-bintang yang kalian sembelih untuk selain Allah dan menyebut selain nama Allah, sebagaimana yang kalian lakukan selama ini. Hidupku, dan matiku hanya untuk Allah.<sup>23</sup>

Kesatuan (*Unity*), adalah kesatuan sebagaimana dalam konsep *tauhid* yang memudahkan keseluruhan aspek-aspek kehidupan muslim baik dalam bidang ekonomi, politik, sosial menjadi keseluruhan homogen dan keteraturan yang menyeluruh. Atas dasar pandangan ini pula maka etika dan bisnis menjadi terpadu,

---

<sup>21</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi* (Jakarta: Penebar Plus, 2012), 21-22.

<sup>22</sup> Al Qur'an Terjemah & Tajwid (Bandung: sygma, 2014), 150.

<sup>23</sup> Syaikh Shalih bin Abdul Aziz Alusy Syaikh dan Syaikh Bakar Abu Zaid et. Al, *Tafsir Al-Muyassar* (Solo: An-Naba, 2011), 589.



kemudian membentuk suatu persamaan yang sangat penting dalam sistem Islam.<sup>24</sup>

b) Keseimbangan (*al- 'Adl wa al-Ihsan*)

Dalam beraktifitas didunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, pada siapapun tanpa melihat status atau pihak yang tidak di sukai.<sup>25</sup>

Berkaitan dengan konsep tauhid yang mewajibkan manusia agar percaya pada Dzat yang maha tunggal, melakukan konsep *Al- 'Adl wa al-Ihsan* merupakan salah satu bagian ketundukan hanya kepada-Nya.<sup>26</sup>

c) Kehendak Bebas (*Ikhtiyar Freewill*)

Manusia memiliki untuk berkompetensi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh karena itu, pasar seharusnya menjadi contoh dari berlakunya hukum penawaran yang diwakili oleh harga.<sup>27</sup>

Kebebasan merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis Islam, tetapi kebebasan itu juga tidak akan merugikan kepentingan kolektif. Kepentingan individu dibuka lebar. Tidak ada batasan pendapatan bagi seseorang mendorong manusia untuk aktif berkarya dan bekerja dengan segala potensi yang dimilikinya. Kecenderungan manusia untuk terus-menerus memenuhi kebutuhan

---

<sup>24</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 45.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 46.

<sup>26</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit*, 23.

<sup>27</sup> Faisal, *Etika Bisnis*, 94.

pribadinya yang tak terbatas dikendalikan dengan adanya kewajiban setiap individu terhadap masyarakatnya melalui zakat, infaq, dan sedekah. Keseimbangan antara kepentingan individu dan kolektif inilah menjadi pendorong bagi bergeraknya roda perekonomian tanpa merusak sistem sosial yang ada.<sup>28</sup>

d) Keadilan

Keadilan merupakan prasyarat bisnis dan perdagangan dimana keadilan mencakup seluruh wilayah kehidupan manusia. Keadilan berarti bahwa semua hendaknya diperlakukan secara patut, tanpa ada tekanan yang patut. Keadilan mencakup kelakuan adil, kesamaan dan satu rasa memiliki, serta keseimbangan. Keadilan diwajibkan berlaku dalam harga, kualitas produk, memperlakukan pekerja, memperhatikan lingkungan, dan akibat sosial dan keputusan-keputusan bisnis.<sup>29</sup>

**d. Konsep Halal-Haram**

Halal adalah sesuatu yang mubah (diperkenankan), yang terlepas dari ikatan larangan, dan diizinkan oleh pembuat Syari'at untuk dilakukan. Haram adalah sesuatu yang dilarang oleh pembuat syari'at dengan larangan yang pasti, siapapun yang melanggarnya akan di berikan hukuman di akhirat.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup> Faisal, *Etika Bisnis*, 92.

<sup>29</sup> Taha Jabir Al-Alwani, *Bisnis Islam* (Yogyakarta: Ak Group, 2005), 38.

<sup>30</sup> Yolanda Hani Putriani, Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas, *Jurnal Jesit Vol 2 No 7*, Juli 2015 ,574.

Dalam Alquranaturan halal dan haram kontrak komersial atau bisnis diatur secara umum, firman allah swt:

وَلَا يَأْتِيهَا  
رَحِيمًا بِكُمْ كَانَ اللَّهُ إِنْ أَنْفُسَكُمْ تَقْتُلُوا وَلَا مِنْكُمْ تَرَاضٍ عَنْ تَجْرَةٍ تَكَا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu, Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.(Q.S An-Nisa': 29).<sup>31</sup>

Mekanisme suka sama suka adalah panduan dari garis Alqurandalam melakukan kontrol terhadap perniagaan yang dilakukan. Teknik, sistem dan aturan main tentang tercapainya tujuan ayat tersebut menjadi ruang ijtihad bagi pakar muslim dalam menerjemahkan konsep dan implementasinya pada konteks modern saat ini.

Dari konteks normatif di atas, menunjukkan bahwa konsep halal dan haram sangatlah jelas dalam mekanisme bisnis dan transaksi, walaupun demikian prinsip syariah dalam muamalah (bisnis dan transaksi) dapat menerima adanya inovasi.Hal tersebut dikuatkan dengan banyak hadis nabi yang memberikan keleluasaan kepada manusia dalam menentukan mekanisme bertransaksi dan bisnis.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup> Al Qur'an, 83.

<sup>32</sup> Faisal, *Etika Bisnis*, 171.

## 2. Perilaku Konsumsi

### a. Definisi Konsumsi

Konsumsi dimaksud adalah kegiatan memanfaatkan barang/jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebutuhan itu adalah keinginan untuk memperoleh barang/jasa, bisa disertai oleh kemampuan untuk membeli, dapat juga tidak disertai oleh kemampuan untuk membeli.<sup>33</sup> Barang (*goods*), dapat dibedakan menjadi: benda yang dapat diraba dan dilihat secara fisik seperti *hand phone*, jam, kalung/cincin, baju, televisi, dan lain sebagainya; sesuatu benda yang tidak dapat diraba dan dilihat seperti udara, gas alam, oksigen. Jasa (*service*), merupakan layanan seseorang/instansi yang akan memenuhi kebutuhan manusia, seperti *porter* (pengangkat barang di bandara/pelabuhan), salon (tukang pangkas), *massage* (tukang pijit) pelayan di restoran, kegiatan pengangkutan orang.

Jenis barang menurut cara penggunaannya, barang dapat dibedakan menjadi barang *substitusi* dan barang *komplementer*.

- a) Barang *substitusi* adalah barang yang dapat saling menggantikan, artinya bila tidak ada barang yang satu, maka dapat digantikan dengan barang yang lainnya. Misalnya baju dengan kaos, teh dengan kopi, mobil dengan sepeda motor, dan kompor dengan tungku.

---

<sup>33</sup> Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro* (Yogyakarta: Gava Media, 2016), 7.



b) Barang *komplementer*, adalah barang yang dapat saling melengkapi, artinya cara penggunaannya digabungkan dengan barang yang lain. Misalnya baju dengan celana, kopi dengan gula, mobil dengan bensin, dan kompor dengan minyak tanah.<sup>34</sup>

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk pembelian barang-barang (tidak tahan lama maupun barang yang tahan lama) dan jasa hasil produksi, yang dilakukan secara rutin ataupun hanya sementara guna memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan.<sup>35</sup>

Ada tiga prinsip yang mendasari perilaku konsumsi Islami, yaitu keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat, konsep sukses, serta fungsi dan kedudukan harta.<sup>36</sup>

Perilaku konsumsi seseorang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini terjadi karena perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor-faktor ini terdiri dari faktor *internal* dan faktor *eksternal*.

Faktor *internal* merupakan faktor yang berasal dari dalam diri konsumen. Faktor ini meliputi, pendapatan konsumen, selera konsumen, komposisi rumah tangga, motivasi konsumen, dan kebiasaan konsumen. Pendapatan konsumen dan komposisi rumah

---

<sup>34</sup>*Ibid.*, 7-8.

<sup>35</sup>Niati Lisma & Agung Haryono, Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Eakonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012), *JPE Volume 9 No 1*, 2016, hal 44.

<sup>36</sup> Sirajul Arifin, Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik, *Jurnal Hukum Islam IAIN Pekalongan*, 2009, 7.

tangga merupakan faktor internal yang bersifat kuantitatif. Semakin banyak pendapatan maka semakin banyak konsumsinya. Begitu juga pada komposisi rumah tangga. Semakin banyak komposisinya maka semakin banyak pula konsumsinya. Faktor selera konsumen dan motivasi konsumen bersifat kualitatif sehingga faktor ini tidak dapat diukur dengan tepat.

Faktor *eksternal* merupakan faktor yang berasal dari luar diri konsumen atau berasal dari lingkungan sekitar dimana konsumen tinggal. Faktor ini meliputi, harga barang, kebudayaan, barang pengganti, mode barang, dan status sosial. Semakin *modern* mode suatu barang dan semakin tingginya status sosial seseorang maka konsumsinya akan lebih banyak. Sebaliknya, semakin rendahnya harga suatu barang maka konsumsinya semakin semakin banyak. Apabila terdapat barang pengganti untuk suatu barang, maka konsumsi barang tersebut akan rendah.<sup>37</sup>

Menurut Swasta dan Handoko (1999), perilaku konsumsi merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Gilarso (1992) mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi

---

<sup>37</sup> Rika Pristian Fitri Astuti, "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro", *Jurnal Edutama*, Vol 3, No.2 Juli (2016), 50-51.

perilaku konsumsi adalah: (1) faktor individual, (2) faktor ekonomi, (3) faktor sosial, (4) faktor kebudayaan.<sup>38</sup>

#### b. Dasar-Dasar dan Prinsip-Prinsip Konsumsi dalam Islam

Dalam hal konsumsi, Alquran memberi petunjuk yang sangat jelas dan mudah dipahami, Alquran mendorong untuk menggunakan barang-barang yang baik (halal) dan bermanfaat serta melarang untuk hidup boros dan melakukan kegiatan konsumsi untuk hal-hal yang tidak penting, Alquran juga melarang untuk bermewah-mewah dalam hal pakaian ataupun makan, sesuai dengan firman Allah surat al-Baqarah : 168.

وَالشَّيْطٰنِ خُطُوٰتٍ تَتَّبِعُوْا وَاَلَّا طَيِّبًا حٰلٰلًا اَلَّا رَضِيَ فِيْ مِمَّا كَلُوْا النَّاسُ يَتَّيْهٰ  
مُبِيْنٌ عَدُوْلِكُمْ اِنَّهٗ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”<sup>39</sup>

Disini Islam memerintahkan agar manusia dalam mengkonsumsi segala sesuatu di dunia ini terbatas pada barang atau jasa yang baik dan halal yang telah disediakan oleh Allah kepada mereka. Mereka juga diperintahkan agar tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang

<sup>38</sup> Endang Tri Wahyuni, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, *Jurnal Akmenika* Edisi Ke 2011, hal 7.

<sup>39</sup> Al Qur'an, 25.

berusaha menggoda manusia untuk mau mengharamkan sesuatu yang dihalalkan Allah.<sup>40</sup>

Dalam Alquran dijelaskan bahwa dalam hal pemanfaatan nikmat dan karunia Allah Swt. harus dilakukan secara adil dan seimbang sesuai dengan prinsip syariah, sehingga selain nantinya akan mendapatkan manfaat dari segi material, juga merasakan kepuasan dari segi spiritual.

Islam memperbolehkan kepada manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang diberikan Allah swt, seperti dalam firmanNya surat al-A'raf : 32.

الَّذِينَ هِيَ قُلُوبُ الرِّزْقِ مِنَ وَالطَّيِّبَاتِ لِعِبَادِهِ ۗ أَخْرَجَ الَّتِي اللَّهُ زِينَةَ حَرَّمَ مِنْ قُلُوبِ  
نَلْقَوْمٍ إِلَّا يَنْتَفِصِلُ كَذَلِكَ الْقِيَمَةِ يَوْمَ خَالِصَةَ الدُّنْيَا الْحَيَاةِ فِي ۗ آمَنُوا  
يَعْمُرُوا

“Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat[536]." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.<sup>41</sup>

Islam mengajarkan kepada kita agar dalam mengeluarkan (membelanjakan) harta, tidak berlebihan dan juga tidak kikir atau pelit, karena sifat berlebih-lebihan merupakan sifat yang merusak jiwa, harta, dan juga memberikan efek negatif terhadap masyarakat.

<sup>40</sup> Lilik Nurjanah, Analisis Terhadap Pemikiran Yusuf Qardawi dan Afzalur Rahman Tentang Konsep Konsumsi dalam Islam, *Skripsi* ( STAIN Ponorogo, 2011), 19-20.

<sup>41</sup> Al Qur'an, 154.

Sedangkan kikir atau pelit merupakan sikap yang dapat menahan harta untuk tidak dikeluarkan meskipun untuk kebutuhan yang penting. Seperti dalam firman Allah surat al-Furqan : 67.

قَوَامًا ذَالِكَبَيْنَ . وَكَانَ يَقْتَرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذْ أَوَّالِذِينَ

“dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”<sup>42</sup>

### c. Konsumsi Dalam Islam

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syariah, sangat komperhensif dan universal. Komperhensif berarti merangkum seluruh aspek kehidupan baik ritual maupun sosial (*muamalat*). Universal berarti dapat di terapkan setiap waktu dan tempat. Dalam hal konsumsi pun islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros dan tidak kekurangan karena pemborosan adalah saudara-saudara setan.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga

---

<sup>42</sup> Al Qur'an, 365.



pendapatan habis karena mereka mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat).

Ini berarti permintaan harus dihentikan setelah kebutuhan dunia terpenuhi, karena ada kebutuhan akhirat yang harus dibayarkan, yaitu zakat. Dalam ilmu ekonomi konvensional, ekonomi agregat terdiri dari konsumsi barang kebutuhan dasar serta konsumsi barang mewah, dan yang dapat mempengaruhi konsumsi adalah tingkat harga dan pendapatan. Dalam islam tingkat harga saja tidak cukup untuk mengurangi konsumsi barang mewah, tetapi dibutuhkan faktor moral dan sosial, di antaranya adalah kewajiban membayar zakat.<sup>43</sup>

Ajaran islam sebenarnya bertujuan untuk mengingatkan umat manusia agar membelanjakan harta sesuai kemampuannya. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan dan juga tidak menekan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah pada kebakhilan. Manusia sebainya bersifat moderat dalam pengeluaran sehingga tidak mengurangi sirkulasi kekayaan dan juga tidak melemahkan kekuatan ekonomi masyarakat akibat pemborosan.<sup>44</sup>

Islam menolak perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus (*ambivalen, al izhiwajiyah*). Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi,

---

<sup>43</sup> Ifi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press, 2008),51-52.

<sup>44</sup>*Ibid.*, 53.

dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain (bersifat subyektif). Keinginan seringkali tidak selalu sejalan dengan rasionalitas, karenanya bersifat tak terbatas dalam kuantitas maupun kualitasnya. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda. Dalam ajaran islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*mudarat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.<sup>45</sup>

Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, bersifat objektif, serta mendatangkan manfaat dan kemaslahatan disamping kepuasan. Pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan manfaat, baik secara fisik, spiritual, intelektual maupun materi. Sementara itu, keinginan berasal dari hasrat manusia yang bersifat subjektif. Bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.<sup>46</sup>

Dalam islam kebutuhan manusia juga mempunyai tingkatan-tingkatan yang berbeda yang berarti mempunyai konsekuensi pula dalam penentuan prioritas pemenuhannya. Menurut Mannan, klasifikasi (hirarki) kebutuhan dibagi menjadi tiga, yaitu: (1)

---

<sup>45</sup> Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), 124.

<sup>46</sup> Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2010), 69.

kebutuhan primer/dasar yang segera harus dipenuhi (*al-Hajjah al-Daruriyah*); (2) kebutuhan sekunder yang bertujuan meningkatkan efektifitas (*al-Hajjah al-Hajjiyah*); dan (3) kebutuhan tersier yang merupakan kebutuhan yang tidak mempengaruhi efisiensi dan efektifitas (*al-Hajjah al-Tahsuiniyah*).<sup>47</sup>

1. *Al-Hajjah al-Daruriyah* (kebutuhan dasar/*basic needs* atau primer).

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang bersifat mendasar yang pemenuhannya adalah wajib (sesuai dengan kemampuan), dan juga bersifat segera. Jika kebutuhan ini diabaikan, maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalankan kehidupannya. Kebutuhan ini meliputi makan, minum, pakaian dan tempat tinggal baik bersifat sementara maupun permanen. Risiko dari tidak terpenuhinya kebutuhan ini dengan segera adalah kelaparan, kehausan, kedinginan, sakit atau bahkan dapat menimbulkan kematian. Kebutuhan *daruriyah* menurut ulama' fiqh Khalaf, merupakan kebutuhan pokok demi kemaslahatan manusia yang berpangkal dari memelihara lima hal : agama, jiwa, akal kehormatan, dan harta.<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> Ely Masykuroh, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami* (Ponorogo: STAIN Ponorogo Press, 2008), 143.

<sup>48</sup>*Ibid.*, 144.

2. *Al-Hajjah al-Hajjiyah* adalah suatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan.<sup>49</sup>

Merupakan kebutuhan sekunder yang bersifat melengkapi kebutuhan dasar. Pemenuhan akan kebutuhan barang/jasa ini akan meningkatkan efisiensi dan efektifitas dan nilai tambah bagi eksistensi manusia tersebut. Namun jika kebutuhan ini tidak terpenuhi juga tidak akan mengganggu eksistensi manusia dalam kehidupannya. Artinya tingkat pemenuhannya tidak bersifat segera.

3. *Al-Hajjah al-Tahsiniyah* merupakan kebutuhan tersier yang bersifat kemewahan dan menimbulkan tingkat kepuasan. Namun jika kebutuhan ini tidak dipenuhi maka tidak akan mengurangi efektifitas, efisiensi dari eksistensi manusia dalam kehidupannya. Yang dikategorikan dalam kebutuhan ini misalnya rumah yang mewah, kendaraan yang mewah ataupun pakaian yang mewah.<sup>50</sup>

#### **d. Tujuan**

Kebutuhan itu sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan.<sup>51</sup> Sedangkan, perilaku (tindakan) adalah berorientasi tujuan (*goal-oriented behavior*). Artinya untuk memenuhi

---

<sup>49</sup> Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2009), 96.

<sup>50</sup> Ely, *Pengantar Teori*, 145.

<sup>51</sup> Rini Dwiastuti dkk, *Ilmu Perilaku Konsumen* (Malang: UB Press, 2012), 58.

kebutuhannya, seorang konsumen harus memiliki tujuan akan tindakannya.<sup>52</sup>

Yang dimaksud dengan kebutuhan masyarakat adalah keinginan masyarakat untuk memperoleh barang dan jasa. Keinginan untuk memperoleh barang dan jasa dapat dibedakan kepada dua bentuk:<sup>53</sup>

- a) Keinginan yang disertai oleh kemampuan untuk membeli (permintaan efektif).
- b) Keinginan yang tidak disertai oleh kemampuan untuk membeli.

Secara umum dapat dikatakan bahwa persoalan yang dihadapi masyarakat adalah bersumber adalah dari jumlah kebutuhan yang tidak terbatas. Apabila keinginan dan kebutuhan masa lalu sudah dipenuhi, maka keinginan-keinginan yang baru akan wujud.<sup>54</sup> Kebutuhan manusia itu luas biasa banyaknya, baik kebutuhan yang fisik maupun pikis, baik keinginan yang baik maupun keinginan yang jahat. Sedemikian banyaknya, sehingga para ahli ekonomi mengatakan bahwa kebutuhan manusia itu terbatas.<sup>55</sup>

#### **e. Prinsip-Prinsip**

Menurut MA Mannan dalam Ekonomi Islam mengkonsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar, yaitu prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip murah hati, dan prinsip

---

<sup>52</sup> Ibid., 61.

<sup>53</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), 5.

<sup>54</sup> Ibid., 6.

<sup>55</sup> Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), 51.



moralitas. Sedangkan menurut Arif Pujiyonodalam tulisan berjudul “Teori Konsumsi Islam”, prinsip dasar konsumsi Islami harus berdasarkan pada prinsip-prinsip sebagai berikut:<sup>56</sup>

a) Prinsip Syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi dimana terdiri dari:

- 1) Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan/beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh penciptanya.
- 2) Prinsip ilmu, yaitu seorang ketika akan mengkonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.<sup>57</sup>
- 3) Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram atau syubhat.

---

<sup>56</sup>Zuliana, Prinsip Konsumsi Dalam Islam Berbasis Nilai Material Dan Spiritual (Analisis Konsep M. Abdul Mannan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia) *skripsi*, (Semarang: UIN Walisongo, 2015), 26-27.

<sup>57</sup> Sri Rizqiningsih, Analisis Perilaku Konsumen Muslim Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo Semarang), *Skripsi*, (Semarang: IAIN Walisongo, 2013), 75.

b) Prinsip kuantitas, yaitu sesuatu dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, diantaranya:

1) Sederhana, yaitu mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan baik, tidak bermewah-mewah, tidak *mubadzir*, dan hemat.

2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak dari pada tiang.

3) Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.

c) Prinsip prioritas, dimana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:

1) Primer, yaitu mengkonsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya di dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.

2) Sekunder, yaitu mengkonsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik misalnya mengkonsumsi madu, susu dan ssebagiannya.

3) Tersier, yaitu untuk memenuhi konsumsi manusia yang jauh lebih membutuhkan.

Dibawah ini adalah beberapa kriteria konsumsi dalam ekonomi

Islam:

- a. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan toyyiban*).<sup>58</sup>
- b. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
- c. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak kurang (kikir/bahil), tapi pertengahan, dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.<sup>59</sup>
- d. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *dharuriyah*, *hajiyyah*, dan *takmiliyah*.
- e. Manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak.<sup>60</sup>

Berbagai prinsip dan kriteria konsumsi yang Islami diatas pada dasarnya memiliki kesamaan yaitu memerintahkan konsumsi yang halal dan *tayyib*, larangan *israf* dan *tabdhir*.<sup>61</sup>

---

<sup>58</sup>*Ibid.*, 76.

<sup>59</sup>*Ibid.*, 76.

<sup>60</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 158.

<sup>61</sup> Said Sa'ad Marton, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global Terj. Ahmad Ikrom & Dimyauddin* (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 77.

## B. Kajian Terdahulu

Kajian pustaka pada penelitian ini pada dasarnya adalah untuk mendapatkan gambaran hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian yang sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti lain sebelumnya, sehingga diharapkan tidak ada pengulangan materi penelitian secara mutlak. Sejauh pengetahuan penulis Skripsi yang pernah di bahas dan setema yang berkaitan, diantaranya:

*Pertama*, penelitian yang ditulis oleh Endah dwi Agustina dengan judul *Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta*. Penelitian tersebut menghasilkan : hasil uji simultan (uji f) menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  artinya etika bisnis Islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta. Hasil uji parsial (uji T) menunjukkan bahwa nilai signifikansi keadilan ( $0,644 > 0,05$ ) dan ihsan ( $0,902 > 0,05$ ) artinya keadilan dan ihsan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan kebebasan ( $0,004 < 0,05$ ), tanggung jawab ( $0,047 < 0,05$ ) dan transparansi ( $0,001 < 0,05$ ), artinya kebebasan, tanggung jawab dan transparansi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta.<sup>62</sup>

*Kedua*, penelitian yang ditulis oleh Fa'iz Widiati dengan judul *Perilaku Konsumsi Berdasarkan Trend Fashion Dalam Perspektif Ekonomi dan Konvensional (Penelitian Terhadap Mahasiswi Fakultas*

---

<sup>62</sup> Endah Dwi Agustina, Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta, *Skripsi*(Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2016), X.

*Syariah*). Berdasarkan hasil penelitian, motif dan tujuan konsumsi oleh mahasiswi Fakultas Syariah IAIN Ponorogo lebih sesuai kepada konsep konsumsi umum. Yaitu untuk menunjukkan diri dihadapan masyarakat dan hal ini menurut hukum ekonomi Islam tidak masuk dalam kategori meningkatkan martabat. Sedangkan prinsip-prinsipnya yaitu harga barang, uang yang dimiliki, model atau desain, warna, kualitas, kenyamanan, pertimbangan butuh atau tidak, dan tempat pembelian serta ketidaksediaan untuk berhutang. Prinsip-prinsip tersebut cenderung sesuai dengan asumsi-asumsi yang ada dalam konsep konsumsi umum yaitu konsumen rasional, memiliki skala preferensi dan mampu meranking kebutuhannya dan kendala anggaran. Sedangkan ditinjau dari prinsip-prinsip konsumsi Islam sebagian sudah sesuai dan sebagian belum. Kelompok yang belum sesuai yaitu masih mengabaikan prinsip *toyyib* dalam hal konsumsi busana dan prinsip kemanfaatan bagi diri konsumen dalam komoditas fashion.<sup>63</sup>

*Ketiga*, penelitian yang ditulis oleh Moh. Haliimur Rosyid dengan judul *Analisa Perilaku Konsumsi Santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam*. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar tingkat ekonomi atas dalam mengelola uang masih kurang baik. Hal ini dibuktikan dengan adanya santri yang berperilaku *israf* (berlebih-lebihan). Karena sebagian santri yang menuruti hawa nafsu dalam memenuhi keinginan dirinya tanpa memperdulikan manfaat barang atau jasa yang dikonsumsi. Sedangkan

---

<sup>63</sup> Fa'iz Widiati, "Perilaku Konsumsi Berdasarkan Trend Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Dan Konvensional", Penelitian Terhadap Mahasiswi Fakultas Syariah, *Skripsi* (Ponorogo: 2017), xiii



perilaku konsumsi santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar tingkat ekonomi menengah dalam mengelola uang masih kurang baik. Hal ini dibuktikan dengan masih adanya santri yang berperilaku *tabdhir*. Karena sebagian santri masih ceroboh dalam menjaga dan memenuhi kebutuhan sekolahnya. Namun di sisi lain, santri sudah cukup baik dalam berkonsumsi. Sedangkan perilaku konsumsi santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar tingkat ekonomi bawah dalam mengelola uang sudah cukup baik. Hal ini dibuktikan oleh para santri yang menerapkan etika konsumsi yang sesuai dengan Islam yakni menjauhi *israf*, *tabdhir*, dan *safih*.<sup>64</sup>

*Keempat*, penelitian yang ditulis oleh Diah Sulistiyani dengan judul *Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim*. Hasil dari penelitian ini bahwa secara parsial hanya pengetahuan etika bisnis islami yang berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai T hitung sebesar 6,786 dan nilai probabilitas signifikansi 0.000, sementara religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim dengan nilai t hitung sebesar 0,927 dan probabilitas signifikansi 0.358. sedangkan secara simultan religiusitas dan pengetahuan etika bisnis islami berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Hal ini dapat dilihat dari nilai F hitung sebesar 31,895 dengan probabilitas signifikansi 0.000. berdasarkan uji R<sup>2</sup> pengaruh yang diberikan oleh kombinasi variabel pengetahuan etika bisnis islami dan

---

<sup>64</sup> Moh. Haliimur Rosyid, *Analisa Perilaku Konsumsi Santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam*, *Skripsi* (Ponorogo: 2017), xi.

religiusitas terhadap perilaku pedagang adalah sebesar 53,3% , sedangkan sisanya 46,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.<sup>65</sup>

*Kelima*, penelitian yang ditulis oleh A. Ummi Mahmuda Asban dengan judul *Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Berbusana Muslim (Study Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam UIN Alaudin Makassar)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika bisnis Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim (Study Mahasiswi jurusan ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar) serta telah memenuhi syarat uji regresi sederhana yakni hasil olahan data menunjukkan bahwa perolehan model persamaan regresi yaitu  $Y=16,132 + 0,144X$ . Koefisien regresi variabel etika bisnis Islam (X) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim (study mahasiswi jurusan ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar) sebesar 0,144, uji koefisien Korelasi menunjukkan bahwa nilai R sebesar 0,307. Sedangkan uji koefisien determinasi R *Square* yang di peroleh 0,095, hal ini menunjukkan bahwa variabel etika bisnis Islam (X) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 9,5% terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim (Y). Sedangkan sisanya ( $100\% - 9,5\% = 90,5\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar dari variabel yang diteliti.<sup>66</sup>

---

<sup>65</sup> Diah Sulistiyani, Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim, *Skripsi* (Semarang: 2015), xi

<sup>66</sup> A. Ummi Mahmuda Asban, Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Berbusana Muslim (Study Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar), *Skripsi* (Makassar: 2017), xii

**Tabel 2.1**

**Pemetaan Kajian Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti dan Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian dan Teknik Analisi Data</b>	<b>Kesimpulan</b>
1.	<i>Endah Dwi Agustina, Pengaruh Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta</i>	a. Kuantitatif b. Analisis: uji simultan (uji f) dan pengujian hipotesis parsial (uji t)	1. Etika bisnis Islam berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah BRPS dana hidayatullah 2. Keadilan dan ihsan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah 3. Kebebasan, tanggung jawab, transparansi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
2.	<i>Fa'iz Widiati, Perilaku Konsumsi Berdasarkan Trend Fashion Dalam Perspektif Ekonomi dan Konvensional (Penelitian terhadap Mahasiswi Fakultas Syariah)</i>	Kualitatif	Prinsip-prinsip tersebut cenderung sesuai dengan asumsi-asumsi yang ada dalam konsep konsumsi umum yaitu konsumen rasional, memiliki skala preferensi dan mampu merangking kebutuhannya dan kendala anggaran. Sedangkan ditinjau dari prinsip-prinsip konsumsi Islam sebagian sudah sesuai dan sebagian belum. Kelompok yang belum yaitu masih mengabaikan prinsip toyyib dan hal konsumsi busana dan prinsip kemanfaatan bagi diri konsumen dalam komoditas fashion.

3.	<p><i>Moh. Haliimur Rosyid, Analisa Perilaku Konsumsi Santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam</i></p>	<p>Kualitatif</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Perilaku konsumsi santri tingkat ekonomi atas dalam mengelola uang masih kurang baik, dibuktikan dengan adanya santri yang berlaku israf (berlebihan)</li> <li>2. Perilaku konsumsi santri tingkat ekonomi menengah dalam mengelola uang msih kurang baik, dibuktikan dengan masih adanya santri yang berperilaku <i>tabdzir</i>.</li> <li>3. Perilaku konsumsi santri tingkat ekonomi bawah dalam mengelola uang sudah cukup baik, dibuktikan dengan menerapkan etika konsumsi yang sesuai dengan Islam yakni menjauhi <i>israf, tabdzir, dan safih</i>.</li> </ol>
4.	<p><i>Diah Sulistiyani, Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islam dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>a. Kuantitatif</li> <li>b. Analisi: Uji t, uji f</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengetahuan etika bisnis Islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim</li> <li>2. Religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim</li> <li>3. Secara simultan religiusitas dan pengetahuan etika bisnis Islami berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian</li> </ol>

5.	<i>A. Ummi Mahmuda Asban, pengaruh etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim (Study Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam UIN Alaudin Makassar)</i>	a. Kuantitatif b. Analisis: Uji Regresi linear sederhana	Etika bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi berbusana muslim
----	--	---	---

### C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Berdasarkan landasan teori yang dikemukakan di atas, maka dihasilkan kerangka berfikir yang berupa kerangka *asosiatif*:

Variabel X : Etika bisnis Islam

Variabel Y : Perilaku Konsumsi

Berdasarkan landasan teori dan telaah pustaka di atas, maka dapat diajukan kerangka berpikir penelitian sebagai berikut:

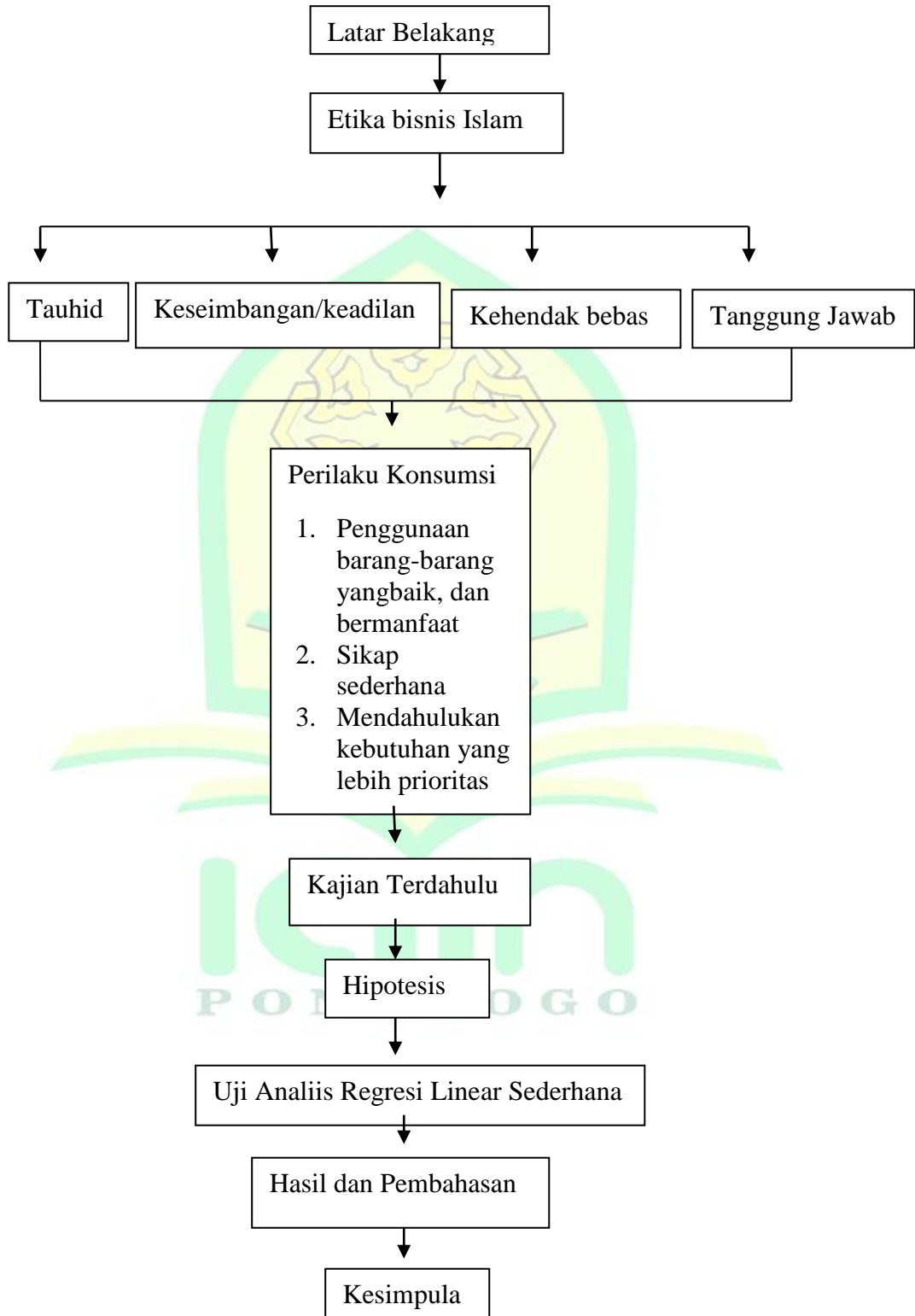
1. Jika pembelajaran etika bisnis Islam yang dilakukan oleh dosen baik, maka perilaku konsumsi mahasiswa akan baik.
2. Jika pembelajaran etika bisnis Islam yang dilakukan oleh dosen kurang baik, maka perilaku konsumsi mahasiswa akan rendah.

Berikut, bagan 2.1 adalah kerangka berpikir yang peneliti bangun guna memudahka pemetaan penelitian ini.



Gambar 2.2

**Kerangka Pemikiran Teoritis**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis adalah suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul. Berdasarkan kerangka berfikir di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak ada pengaruh penguasaan etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di kampus IAIN Ponorogo.

Ha : Ada pengaruh penguasaan etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah di kampus IAIN Ponorogo.



## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Deskripsi Data Khusus

Untuk mengetahui sejauh mana penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam diterapkan oleh mahasiswa jurusan ekonomi syariah, peneliti melakukan wawancara dengan perwakilan mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6

##### 1. Perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah

Berdasarkan hasil wawancara yang ada, perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 dapat dikatakan baik, mereka telah mampu memilih untuk mengkonsumsi barang-barang kebutuhan yang bersifat pokok. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Barang-barang yang saya konsumsi merupakan barang-barang yang bersifat kebutuhan pokok seperti pakaian makanan dan barang-barang pelengkap seperti kendaraan.<sup>67</sup>

Selain kebutuhan yang bersifat pokok juga mengutamakan barang yang dibutuhkan daripada barang yang diinginkan. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Yang saya utamakan adalah barang yang saya butuhkan, karena kebutuhan bersifat pokok dan utama dibanding keinginan, dan bisa juga dilihat dari segi manfaat yang diberikan.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup>Lihat Transkrip wawancara 01/W/09-Vii/2018 Pada Lampiran Laporan Hasil Penelitian.

<sup>68</sup>Lihat Transkrip wawancara 01/W/09-Vii/2018 Pada Lampiran Laporan Hasil Penelitian.

Selain mengutamakan barang yang dibutuhkan mereka beranggapan bahwa tujuan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Menurut saya mengkonsumsi barang-barang tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.<sup>69</sup>

Selain bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari juga yang dikonsumsi merupakan barang yang halal dan baik sesuai syariat islam. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Yang saya konsumsi dalam kehidupan sehari-hari adalah barang-barang yang halal dan baik yang telah sesuai dengan syariat islam karena dalam islam telah memberikan anjuran.<sup>70</sup>

Selain mengkonsumsi barang-barang yang halal dan baik, barang yang dikonsumsi merupakan barang yang tidak tergolong mewah. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Barang yang saya konsumsi dalam kehidupan sehari-hari dapat dikatakan tidak tergolong mewah atau biasa disebut sederhana.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup>Ibid.,

<sup>70</sup>Ibid.,

<sup>71</sup> Ibid.,

Selain mengkonsumsi barang yang tidak tergolong mewah juga mengutamakan kebutuhan yang bersifat bermanfaat dan tahan lama. Berikut kutipan wawancara dengan faridatus sangadah mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 kelas c dalam petikan wawancara berikut:

Tidak, karena saya lebih mengutamakan kebutuhan yang bersifat bermanfaat dan tahan lama dan saya tergolong orang yang hemat.<sup>72</sup>

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah semester 6 sudah baik sudah berdasarkan syariat islam. Karena mahasiswa di kampus telah mendapatkan mata kuliah etika bisnis islam dan telah diterapkan.

## B. Rancangan Penelitian

Dalam skripsi ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif yaitu proses untuk mendapatkan informasi yang diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang diketahui.<sup>73</sup> Peneliti menggunakan jenis penelitian yang bersifat kuantitatif *asosiatif* yang menguraikan hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>74</sup> Maka untuk mendeskripsikan digunakan beberapa rumus statistik, sehingga penelitian ini dikenal dengan penelitian kuantitatif.

Sedangkan metode penelitian yang peneliti gunakan adalah jenis penelitian *survey* untuk mendapatkan data dan dari tempat tertentu yang

---

<sup>72</sup> Ibid.,

<sup>73</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2008), 23.

<sup>74</sup> Ibid., 36.



alamiah (bukan buatan) dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara tidak terstruktur untuk mengetahui hal-hal yang lebih mendalam dari responden.<sup>75</sup>

Dalam rancangan penelitian ini, penulis menggunakan dua variabel yaitu satu variabel *dependen* (variabel terikat) dengan satu variabel *independen* (variabel bebas). Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>76</sup>

### C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Dalam penelitian ini ada beberapa variabel yang dibahas yang meliputi variabel independen sebagai variabel yang mempengaruhi (X) dan variabel dependen sebagai variabel yang dipengaruhi (Y). Hubungan antar keduanya dapat digambarkan dengan skema

Gambar 3.1



Gambar 3.1 Skema Hubungan Antar Variabel

Lebih lanjut, definisi operasional masing-masing variabel yang akan digunakan pada penelitian ini dijelaskan pada tabel dibawah.

<sup>75</sup>*Ibid.*, 137.

<sup>76</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2006), 60.

Tabel 3.1

**Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Operasional	Scaling
Pembelajaran Etika Bisnis Islam	etikabisnisberartiseperangkatprinsipdan norma di manaparapelakubisnisharuskomitpadan yadalamberinteraksi, berperilaku, danberelasigunamencapaitujuan-tujuanbisnisnyadenganselamat	Ordinal
Perilaku Konsumsi	Konsumsi adalah sejumlah keputusan mengenai bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan.	Ordinal

**D. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

## 1. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan, jadi populasi berhubungan dengan data, bukan manusianya.<sup>77</sup> Sedangkan menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

<sup>77</sup>S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), 118.

kesimpulannya.<sup>78</sup> Pengertian lain menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan objek penelitian yang terdiri dari manusia, benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, nilai tes, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu di dalam suatu penelitian.<sup>79</sup> Populasi berarti seluruh objek yang akan diteliti dengan jumlah populasi yang besar. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogosemester 6 (enam) yang terdiri dari 4 kelas yaitu kelas A berjumlah 29 mahasiswa, kelas B berjumlah 28 mahasiswa, kelas C berjumlah 32 mahasiswa, dan kelas D berjumlah 26 mahasiswa, sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 115 mahasiswa.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diselidiki atau diteliti sehingga dapat *menggeneralisasikan* hasil penelitian.<sup>80</sup> Artinya sampel merupakan bagian dari populasi tersebut sampel yang dianggap dapat mewilayah populasinya.<sup>81</sup>

## 3. Teknik Sampling

Adapun teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan simple random sampling yaitu pengambilan sampel dari populasi dilakukan secara

---

<sup>78</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

<sup>79</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, 118.

<sup>80</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis* (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), 102.

<sup>81</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, 81.

acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.<sup>82</sup> Adapun sampel yang diambil antara lain jurusan ekonomi syariah IAIN Ponorogo. Di jurusan inilah peneliti menjadikannya sebagai sampel. Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan random sampling yaitu pengambilan sampel dengan cara acak, menggunakan random sampling dikarenakan obyek mempunyai nilai yang sama.<sup>83</sup>

Sedangkan untuk teknik pengambilan sampel menurut Slovin sebagaimana dikutip Danang Sunyoto dapat dilakukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Dimana: n = banyak sampel

N = banyak populasi

E = persentase kesalahan yang diinginkan atau ditolerir dengan

mempertimbangkan error sejumlah 10%, maka diperoleh

jumlah sampel penelitian sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)} = \frac{115}{1+(115+(0.10)^2)} = \frac{115}{1+(115 \times 0.01)} = \frac{115}{1+1.15} = \frac{115}{2.15} = 53.4$$

Hasil tersebut dibulatkan ke atas menjadi 54 responden.

## E. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya

---

<sup>82</sup>*Ibid.*, 82.

<sup>83</sup>*Ibid.*, 87.

secara khusus. Dikatakan data primer, karena dalam penelitian ini data yang dibutuhkan yakni berupa tanggapan responden terhadap perilaku konsumsi dan penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam yang belum tersedia, sehingga peneliti harus melakukan pengumpulan sendiri berdasarkan kebutuhan peneliti.<sup>84</sup> Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari mahasiswa yang menjadi sampel dalam penelitian ini yang selanjutnya disebut responden. Selain itu juga dari staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta staf jurusan ekonomi syariah untuk memperoleh data yang berkaitan dengan gambaran deskriptif populasi dan lokasi penelitian.

## F. Metode Pengumpulan Data

### 1. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya.<sup>85</sup> Berikut merupakan instrumen dari penelitian ini.

Tabel 3.2

**Instrumen Pengumpulan Data**

Variabel penelitian	Indikator	No butir soal sebelum diujivaliditas	No butir soal sesudah diujivaliditas
Variabel Independen (X)	• Tauhid	1,2,3,4,5	4,5
	• Keseimbangan /Keadilan	6,7,8,9,10	8,9
	• Kehendak	11,12,13	13

<sup>84</sup>Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer* (Yogyakarta: Caps, 2011), 21.

<sup>85</sup>*Ibid.*, 134.



	Bebas		
	• Tanggung Jawab	14,15	14
Variabel Dependen (Y)	• Penggunaan barang yang baik dan bermanfaat	1,3,4,5	1,2,4
	• Sikap sederhana	6,8,9,10,11	7,10
	• Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas	12,13,14,15	14,15

Dalam rangka memperoleh data yang berkaitan dengan penelitian ini, maka peneliti menggunakan metode/teknik sebagai berikut:

#### 1. Teknik Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara member seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.<sup>86</sup> Dalam penelitian ini, angket yang berupa pernyataan digunakan untuk memperoleh data mengenai penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam yang diajarkan oleh dosen ketika mengajar di dalam kelas. Adapun pelaksanaannya, angket diberikan kepada mahasiswa agar mereka mengisi sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Mahasiswa diberi arahan atau dijelaskan cara mengisi angket tersebut, mahasiswa diberi tahu angket ini tidak masuk dalam nilai mata kuliah etika bisnis

---

<sup>86</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 199.

Islam. Setiap responden diharuskan untuk mengisi angket yang telah diberikan.<sup>87</sup>

Skala yang digunakan adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap dalam suatu penelitian. Yang dimaksud dengan sikap menurut Thurstone ialah “1) pengaruh atau penolakan, 2) penilaian, 3) suka atau tidak suka, 4) kepositifan atau kenegatifan terhadap suatu obyek psikologis”. Untuk melakukan kuantifikasi maka diberi angka-angka sebagai simbol agar dapat dilakukan perhitungan. Umumnya pemberian kode angkanya sbb: tidak benar diberi angka 1, tidak tahu diberi angka 2, kurang benar diberi angka 3, dan benar diberi angka 4.<sup>88</sup>

Dengan menggunakan gradasi, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Artinya, indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat item instrumen yang berupa pernyataan-pernyataan yang perlu dijawab oleh responden, dan yang menjadi responden adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo semester 6. Setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.3  
Penskoran

Skor	Pernyataan	benar (B)	Tidak Tahu (TT)	Kurang Benar (KB)	Tidak Benar (TB)
	Positif (+)		4	3	2

<sup>87</sup> Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 96.

<sup>88</sup>Ibid., 96.

	Negatif (-)	1	2	3	4
--	-------------	---	---	---	---

#### 1. Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi menurut Suharsimi Arikunto diartikan suatu kegiatan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.<sup>89</sup> Dokumentasi dapat juga diartikan sebagai catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.<sup>90</sup>

Metode ini dipergunakan untuk memperoleh data tentang penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah semester 6 IAIN Ponorogo.

#### G. Metode Pengolahan dan Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>91</sup> Dalam penelitian ini, peneliti melakukan dua

<sup>89</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, 236.

<sup>90</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*, 329.

<sup>91</sup> *Ibid.*, 207.

langkah teknik analisis data, yakni analisis data pra penelitian dan analisis data penelitian.

## 1. Pra Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah atau valid dan tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner dapat dikatakan valid apabila pertanyaan yang kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu. Kriteria uji validitas adalah

- a) Apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka kuesioner tersebut valid
- b) Apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka dapat dikatakan kuesioner tidak valid

Rumus yang digunakan oleh peneliti adalah dengan menggunakan korelasi product moment.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

$r_{xy}$  = Angka indeks korelasi product moment (korelasi antara x dan y)

$\sum x$  = Jumlah seluruh nilai x

$\sum y$  = Jumlah seluruh nilai y

$\sum xy$  = Jumlah perkalian antara nilai x dan nilai y

$N$  = Number of cases<sup>92</sup>

Untuk mempermudah perhitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS 16.00 untuk menguji validitas instrumen

---

<sup>92</sup> Sambas Ali Muhidin dan Maman Abdurahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2009), 31.

dengan melihat nilai *corrected item-total correlation* dibandingkan dengan nilai *r* kritik pada tabel harus lebih besar.

Dalam penelitian ini lembaga yang dijadikan untuk mengukur kevaliditan instrumen adalah mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Muamalah semester 6 IAIN Ponorogo. Peneliti memilih lembaga ini dikarenakan lembaga tersebut mempunyai kriteria yang sama dengan permasalahan yang ada di lembaga penelitian yang peneliti tuju, yakni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah semester 6 IAIN Ponorogo.

Jumlah responden yang digunakan untuk menguji validitas ini adalah 26 responden. Hal ini sesuai dengan teori Sambas Ali banyaknya responden untuk uji coba instrumen, sejauh ini belum ada ketentuan yang mensyaratkannya, namun demikian disarankan sekitar 20-30 orang responden.<sup>93</sup>

Pada awalnya instrumen yang digunakan untuk menguji validitas ini adalah 30 butir pernyataan yang sesuai dengan indikator, yaitu pernyataan nomor 1,2,3,4,5 mewakili indikator Tauhid/ketuhanan; nomor 6,7, 8,9,10, mewakili indikator keseimbangan /keadilan; nomor 11,12,13 mewakili indikator kehendak bebas; nomor 14,15 mewakili indikator tanggung jawab; nomor 1,2,3,4,5 mewakili indikator penggunaan barang yang baik dan bermanfaat; nomor 6,7,8,9,10,11 mewakili indikator sikap

---

<sup>93</sup> Sambas Ali, *Analisis Korelasi*, 31.



sederhana; nomor 12,13,14,15 mewakili indikator mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas. Setelah diuji validitas dengan menggunakan rumus *product moment*, ternyata ada yang tidak valid, yakni nomor 1,2,3,6,7,10,11,12,15 dan untuk variabel y nomor 3,5,6,8,9,11,12,13. Karena adanya butir pernyataan dari perwakilan indikator yang tidak valid, maka butir pernyataan yang tidak valid dihapus. Hal ini dikarenakan butir pernyataan yang tidak valid sudah terwakili pernyataan lain yang valid dari setiap indikatornya

Tabel 3.4

### Rekapitulasi Uji Validitas Item Soal Instrumen

Variabel etika bisnis Islam

No Pernyataan	“r” Hitung	“r” Tabel	KETERANGAN
1	-067	0.330	Tidak valid
2	127	0.330	Tidak valid
3	287	0.330	Tidak valid
4	855	0.330	Valid
5	721	0.330	Valid
6	159	0.330	Tidak valid
7	091	0.330	Tidak valid
8	659	0.330	Valid
9	689	0.330	Valid
10	-003	0.330	Tidak valid
11	199	0.330	Tidak valid
12	053	0.330	Tidak valid
13	517	0.330	Valid
14	639	0.330	Valid
15	267	0.330	Tidak valid

Tabel 3.5  
**Rekapitulasi Uji Validitas Item Soal Instrumen**

Variabel Perilaku Konsumsi

No Pernyataan	“r” Hitung	“r” tabel	KETERANGAN
1	348	0.330	Valid
2	562	0.330	Valid
3	-162	0.330	Tidak valid
4	400	0.330	Valid
5	021	0.330	Tidak Valid
6	238	0.330	Tidak valid
7	417	0.330	Valid
8	154	0.330	Tidak Valid
9	043	0.330	Tidak Valid
10	331	0.330	Valid
11	214	0.330	Tidak valid
12	145	0.330	Tidak valid
13	329	0.330	Tidak Valid
14	498	0.330	Valid
15	636	0.330	Valid

Setiap indikator tidak mempunyai jumlah yang sama instrumennya. Hal ini dikarenakan ada indikator yang hanya dapat dijabarkan menjadi satu butir pertanyaan, tetapi ada indikator lain yang dari padanya dapat dirumuskan lebih dari satu pertanyaan. Hal ini senada dengan beberapa variabel tidak selalu dapat dijabarkan menjadi sub variabel yang sama banyak, dan bahwa dari setiap deskriptor juga tidak dapat dijabarkan menjadi indikator yang jumlahnya sama.<sup>94</sup>

---

<sup>94</sup> Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, 190.

b. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas artinya adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*).<sup>95</sup>

Untuk menguji reliabilitas instrumen, penelitian ini menggunakan teknik belah dua (*split half*) dan untuk rekapitulasi uji reliabilitas dapat dilihat pada lampiran 4 dan 5 yang dianalisis dengan rumus *Spearman Brown* di bawah ini:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b}$$

Keterangan:

$r_i$  = Reliabilitas internal seluruh rumus instrumen

$r_b$  = Korelasi *product moment* antar belahan pertama dan kedua<sup>96</sup>.

Tabel 3.6  
Rekapitulasi Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
Etika Bisnis Islam	0,648	0,60	Reliabel
Perilaku Konsumsi	0,618	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS

<sup>95</sup> Suharsimi Arikunto, *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), 100.

<sup>96</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), 131.

## 2. Uji Asumsi dasar

### a. Uji Normalitas Data

Sebelum melakukan analisis data tentang pengaruh penguasaan mata kuliah etika bisnis Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan Ekonomi syariah IAIN Ponorogo peneliti melakukan uji normalitas. Pengujian normalitas dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data. Hal ini penting diketahui berkaitan dengan ketetapan pemilihan uji statistik yang dipergunakan.<sup>97</sup> Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji normalitas dengan *kolmogorof-smirnov* SPSS 16.

## 1. Uji Hipotesis

### a. Uji Regresi Linier Sederhana

Teknik analisis yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah nomor 1 dan 2 adalah menggunakan rumus regresi linier sederhana dengan bantuan SPSS 16. Adapun untuk mendapat model Regresi Linier Sederhana, yaitu:<sup>98</sup>

$$\hat{y} = b_0 + b_1x_i$$

1) Langkah pertama men cari  $b_0$  dan  $b_1$

$$b_1 : \frac{\sum xy - n.\bar{x}.\bar{y}}{\sum x^2 - n\bar{x}^2}$$

$$b_0 : \bar{y} - b_1\bar{x}$$

---

<sup>97</sup>Retno Widiyaningrum, *Statistik (Edisi Revisi)*, 208.

<sup>98</sup>Andhita Dessy, *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan Menggunakan SPSS*, (Ponorogo: STAIN Po PRESS, 2012), 123-126.

- 2) Langkah kedua menghitung nilai-nilai yang ada dalam tabel *Anova (Analysis of Variance)* untuk menguji signifikansi pengaruh Variabel x terhadap variabel y.

Tabel 3.7

**Tabel Anova (Analysis of Variance)**

Sumber Variasi	Degree of Freedom (df)	Sum of Square	Mean Square (MS)
Regresi	1	SS Regresi (SSR) $(b_0 \sum y + b_1 \sum xy) - \frac{(\sum y)^2}{n}$	$MSR = \frac{SSR}{db}$
Error	n-2	SS Error (SSE) $\sum y^2 - (b_0 \sum y + b_1 \sum xy)$	MS Error (MSE) $MSE = \frac{SSE}{db}$
Total	n-2	SS Total (SST) $SST = \sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}$	

Penolakan:

$$F_{hitung} = \frac{MSR}{MSE}$$

Tolak  $H_0$  bila  $F_{hitung} > F_{\alpha(p;n-p-1)}$

- 3) Langkah ketiga menghitung koefisien determinasi (besarnya pengaruh variabel x terhadap variabel y)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

**b. Uji T**



Uji t, digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau pengaruh yang berarti (signifikan) antara variable independen secara parsial terhadap variable dependen

Cara menentukan besarnya t hitung (th) dengan rumus:

$$Th = \frac{b-\beta}{sb}$$

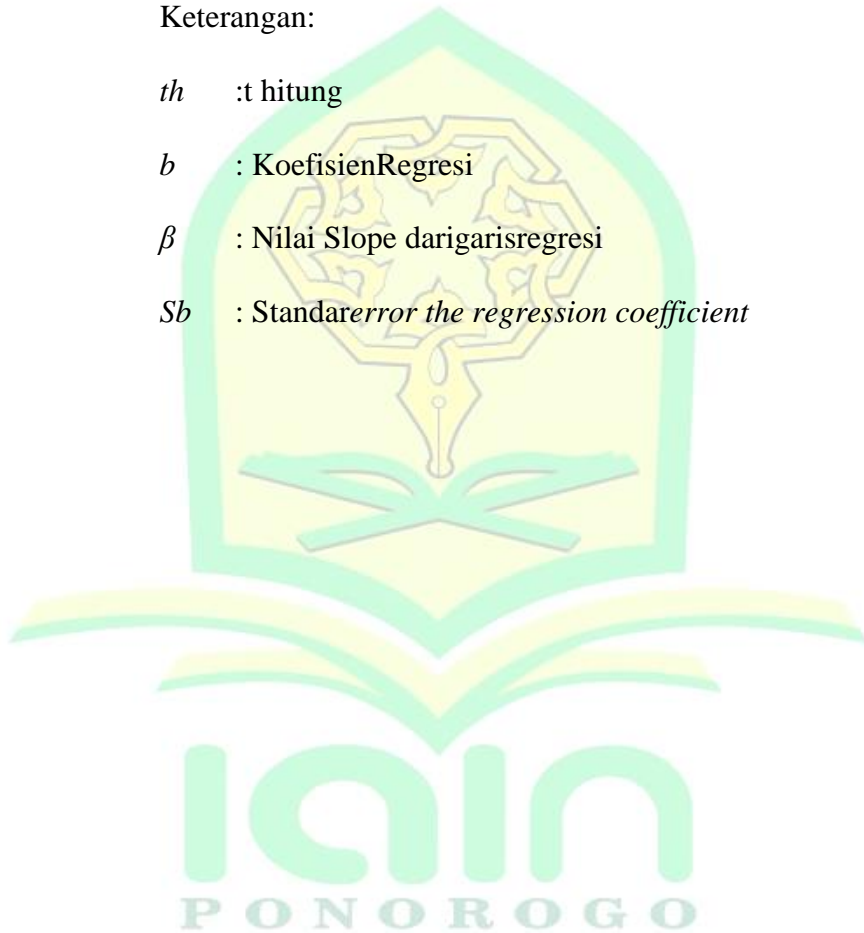
Keterangan:

*th* : t hitung

*b* : Koefisien Regresi

$\beta$  : Nilai Slope dari garis regresi

*Sb* : Standard error the regression coefficient



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### H. Gamabaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah Berdirinya IAIN Ponorogo<sup>99</sup>

Keberadaan IAIN Ponorogo tidak terlepas dari Akademi Syariah Abdul Wahab (ASA) sebagai embrionya, yang didirikan pada tanggal 1 Februari 1968 atas ide KH.Syamsuddin dan KH. Chozin Dawoedy. Akademi ini kemudian dinegerikan pada tanggal 12 Mei 1970 menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel yang dipimpin oleh R.M.H. Aboe Amar Syamsuddin dengan menyelenggarakan Program Sarjana Muda, selanjutnya tumbuh dan berkembang mulai tahun 1985/1986 dengan menyelenggarakan Program Sarjana Lengkap (S-1) dengan membuka jurusan Qadha' dan Mu'amalah Jinayah. Berikut adalah daftar pimpinan Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel:

- a. R.M.H. Aboe Amar Sjamsoeddin (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1970-1975.
- b. Drs. H.A. Herry Aman Zainuri (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1975-1983.
- c. Drs. H. Sjamsul Arifin AR (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1983-1988.
- d. Drs. H. Zein Soeprapto (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1988-1991.
- e. Drs. Mohammad Sofwan (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1991-1994.

---

<sup>99</sup>Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2017/2018, 2-4.

f. Drs. H. Nardoyo (Dekan Fakultas Syari'ah) Tahun 1994-1997.

## 2. Lokasi kampus dari masa ke masa

Seiring dengan perkembangan IAIN Ponorogo dari Akademi syari'ah Abdul Wahab (ASA), Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel, dan Stain Ponorogo, telah terjadi pula perkembangan dan perpindahan lokasi kampus. Berikut adalah lokasi dan perkembangan kampus IAIN Ponorogo dari masa kemasa.

### a) 1968-1974 Kampus Durisawo

Akademi Syari'ah Abdul Wahhab (ASA) sebagai embiro IAIN Ponorogo berdiri sejak tahun 1968. Selanjutnya pada tahun 1970 secara resmi dinegerikan menjadi Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel Surabaya. Selama kurun waktu enam tahun, terhitung dari 1968 sampai dengan 1974 kampus berlokasi di Kompleks Pondok Pesantren K.H Syansudin yang beralamatkan di Jalan Lawu Durisawo, Kelurahan Nologaten, Kabupaten Ponorogo. Berikut adalah kondisi kampus di Durisawo tahun 1968-1974.

### b) 1974-1976 Kampus Jalan Irian Jaya

Setelah selama kurun waktu 6 tahun di Ponpes K.H Syamsudin, Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel mengalami perpindahan lokasi kampus ke Jalan Irian Jaya, Desa Banyudono Ponorogo. Selama itulah kampus menempati sebuah rumah sebagai lokasi perkantoran dan perkuliahan.

### c) 1976-1981 Kampus Jalan Siwijaya 20 Atas

Setelah selama dua tahun menempati ke Jalan Irian Jaya, Desa Banyudono Ponorogo, Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel mengalami perpindahan kembali lokasi kampus ke Jalan Sriwijaya 20 Atas, Desa Banyudono Ponorogo.

d) 1981-2016 Kampus Jalan Pramuka

Setelah mengalami perpindahan berkali-kali, akhirnya pada 1981 Lokasi Kampus menetap di Jalan Pramuka 156 Desa Ronowijayan Kecamatan Siman Kabupaten Ponorogo. Selama di Jalan Pramuka Fakultas Syari'ah Ponorogo IAIN Sunan Ampel mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Pada tahun 1997 secara resmi mengalami perubahan status menjadi Perguruan Tinggi Negeri otonom dengan nama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo. Bahkan, pada tahun 2016, meningkat statusnya menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.

3. Ketua STAIN Ponorogo

Berdasarkan tuntunan perkembangan dan organisasi Perguruan Tinggi, maka dikeluarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia nomor 11 Tahun 1997 Tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri. Sejak saat itulah semua fakultas di lingkungan IAIN yang berlokasi di luar induk, berubah menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan tidak lagi menjadi IAIN Sunan Ampel Surabaya. STAIN bersifat otonom dan merupakan unit organik tersendiri di lingkungan Departemen Agama (saat ini: Kementerian Agama) yang dipimpin oleh

ketua yang bertanggung jawab kepada Menteri Agama. Pembinaan STAIN secara fungsional di lakukan oleh Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama.

Peresmian alih status tersebut ditandai dengan upacara yang diadakan oleh Menteri Agama RI di Jakarta. Setelah upacara peresmian, secara otomatis terjadi pemisah dari peralihan prinsip antara Rektor IAIN dengan Ketua STAIN masing-masing. Mulai tahun akademik 1997-1998 semua urusan administrasi, pendidikan, ketenagaan, dari keuangan STAIN sepenuhnya dikelola otonom oleh masing-masing STAIN. STAIN Ponorogo merupakan salah satu dari Fakultas daerah, yaitu Fakultas Syari'ah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo, yang dialih statuskan menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri STAIN Ponorogo yang berdiri sejak tanggal 21 Maret 1997 M, bertepatan dengan tanggal 12 Dzulqaidah 1417 H. dengan perubahan status tersebut, maka STAIN Ponorogo dapat membuka tiga jurusan yaitu jurusan Syari'ah, Jurusan Tarbiyah dan Jurusan Ushuluddin.

Keberadaan STAIN Ponorogo berakhir pada tahun 2016 seiring dengan alih status menjadi IAIN Ponorogo. Selama berdiri kurang lebih 19 tahun, telah menjadi 5 kali pergantian ketua STAIN Ponorogo. Berikut adalah daftar ketua STAIN Ponorogo sejak tahun 1997-2016.

- a) Drs. H. Nardoyo, Ketua STAIN Ponorogo Tahun 1997-1998
- b) Drs. H. Anshor M. Rusydi, Ketua STAIN Ponorogo Tahun 1998-2002.
- c) Drs. H. Sugihanto, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2002-2006.

d) Drs. H. A. Rodli Makmun, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2006-2010.

e) Dr. Hj. S. Maryam Yusuf, M.Ag., Ketua STAIN Ponorogo Tahun 2010-2014 (periode pertama) dan Tahun 2014-2016 (Periode kedua).

Pada tahun 2016 ini, berdasarkan Perpres 75 Tahun 2016, STAIN Ponorogo resmi menjadi IAIN Ponorogo. Tujuan alih status ini adalah perguruan tinggi tidak hanya menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam lingkup satu disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian tertentu, tetapi lebih luas lagi adalah dapat menyelenggarakan pendidikan profesional dan akademik dalam sekelompok disiplin ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian sejenis.

Selain peningkatan secara kuantitas, keberadaan program studi di lingkungan IAIN Ponorogo juga mengalami peningkatan kualitas. Pada tahun 2015, telah dilaksanakan akreditasi pada program studi baru yang berusia dua tahun dan juga reakreditasi bagi program studi lama. Hasilnya, lima program studi baru berhasil terakreditasi B dan lima program studi lama terakreditasi B. Selanjutnya, pada tahun 2016, institusi semula bernama STAIN Ponorogo telah mendapatkan akreditasi B dari BAN-PT sesuai SK Nomor: 2619/SK/BAN-PT/Ak-SURV/PT/XI/2016. Berhubung terjadi alih status dari STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo, maka BAN-PT melakukan surveilen. Hasilnya, institusi IAIN Ponorogo kembali dinyatakan terakreditasi dengan predikat B.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Buku Pedoman....., 4-6.



#### 4. Sejarah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo

Terbentuknya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam tidak lepas dari adanya fakultas syariah yang sebelum menjadi IAIN Ponorogo masih bernama Jurusan Syariah, di jurusan Syariah pada awalnya terdapat dua program studi yaitu prodi Akhwal Al-Syaksiyah dan prodi Muamalah, dengan berjalannya waktu pada tahun 2014 diberikan izin penyelenggaraan program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah dengan keputusan direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7026 Tahun 2014 Tanggal 11 Desember 2014 berdasarkan kurikulum program studi ekonomi syariah dan perbankan syariah STAIN Ponorogo menggunakan kurikulum Perguruan Tinggi Berbasis KKKNI (kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia berdasarkan perpres No. 8 Tahun 2012) Mulai angkatan tahun 2015.

Peningkatan status Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Ponorogo beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo, dengan sendirinya berdampak pada perubahan status jabatan di lingkup perguruan tinggi tersebut. Dari jabatan ketua menjadi rektor, ketua jurusan menjadi dekan, dan program studi menjadi jurusan.

Selain itu, perubahan status STAIN Ponorogo menjadi IAIN Ponorogo juga berdampak pada bertambahnya jumlah jurusan, fakultas, dan mahasiswa. Dengan adanya alih status tersebut prodi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah beralih menjadi jurusan ekonomi syariah dan jurusan perbankan syariah di fakultas ekonomi dan bisnis Islam pada tahun

2016. Pada tahun 2017 di fakultas ekonomi dan bisnis Islam bertambah satu jurusan yaitu jurusan zakat dan wakaf.

Disitulah cikal bakal terbentuknya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo yang disahkan oleh Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 2016 tentang Organisasi dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.

5. Visi, Misi, Dan Tujuan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo (PMA NO.49 Tahun 2016)

a. Visi

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo adalah pusat kajian dan pengembangan ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul dalam rangka mewujudkan masyarakat madani pada tahun 2022.

b. Misi

Melaksanakan pendidikan dan pembelajaran ilmu bidang ekonomi dan bisnis Islam yang unggul pada tahun 2022, melaksanakan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang unggul pada tahun 2022, melakukan pengabdian masyarakat yang unggul dalam bidang ekonomi dan bisnis islam pada tahun 2022, melaksanakan kerjasama yang unggul dengan lembaga terkait dalam bidang ekonomi dan buisnis Islam tingkat nasional dan internasional pada tahun 2022.

c. Tujuan

Menghasilkan lulusan yang unggul secara intelektual, berakhlak mulia dan memiliki komitmen dalam peran sosial.

6. Profil Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Ponorogo

a. Visi Jurusan Ekonomi Syariah

Sebagai pusat pengembangan ilmu dan profesi dalam bidang ekonomi syariah dalam bingkai etika bisnis Islam pada tahun 2018

b. Misi Jurusan Ekonomi Syariah

Melaksanakan pengkajian dan pengembangan ilmu dan profesi dalam bidang ekonomi syariah serta penanaman kepekaan dan kepedulian social dalam kerangka rahmatan lil'alamin.

c. Ijin penyelenggaraan Jurusan Ekonomi Syariah

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor 7026 Tahun 2014 Tanggal 11 Desember 2014

d. Status Akreditasi Jurusan Ekonomi Syariah

Terakreditasi BAN-PT

e. Gelar Akademik Jurusan Ekonomi Syariah

S.E (Sarjana Ekonomi)

f. Masa Studi Jurusan Ekonomi Syariah

4 sampai 5 tahun

g. Kurikulum Jurusan Ekonomi Syariah

Program studi ekonomi syariah IAIN Ponorogo menggunakan kurikulum perguruan Tinggi Berbasis KKKNI (Kerangka

Kualifikasi Nasional Indonesia berdasarkan Perpres No. 8 Tahun 2012) mulai angkatan tahun 2015.<sup>101</sup>

## I. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

### a) Uji Validitas

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner, apakah item tersebut sudah tepat dalam mengukur.<sup>102</sup>

Tabel 4.1  
Hasil uji validitas variabel etika bisnis islam

No Pernyataan	"r" Hitung	"r" Tabel	KETERANGAN
1	632	0.231	Valid
2	381	0.231	Valid
3	665	0.231	Valid
4	784	0.231	Valid
5	811	0.231	Valid
6	330	0.231	Valid

<sup>101</sup> Buku Pedoman, 52.

<sup>102</sup> Basrah Saidani, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market, *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* Vol. 3 No 1, 2012, 9.

Tabel 4.2  
**Hasil uji validitas variabel perilaku konsumsi**

No Pernyataan	“r” Hitung	“r” tabel	KETERANGAN
1	274	0.231	Valid
2	533	0.231	Valid
3	554	0.231	Valid
4	585	0.231	Valid
6	622	0.231	Valid
7	475	0.231	Valid

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji yang menunjukkan sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil yang relatif tidak berbeda bila dilakukan pengulangan pengukuran terhadap subyek yang sama. Uji ini hanya dapat dilakukan pada pertanyaan-pertanyaan yang valid saja. Dikatakan andal jika nilai  $\alpha \geq 0.60$ .<sup>103</sup>

Tabel 4.3  
**Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
Etika Bisnis Islam	0,746	0,60	Reliabel
Perilaku Konsusi	0,665	0,60	Reliabel

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan spss

**J. Hasil Pengujian Asumsi Dasar**

1. Uji Normalitas

Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dari variabel yang diteliti itu normal atau tidak. Uji normalitas penelitian ini

<sup>103</sup>Purwaniati Nugraheni & Imam Subaweh, Pengaruh penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan, *Jurnal Ekonomi Bisnis No 1 Vol. 13*, April 2008, 50.

dilakukan dengan rumus *Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Untuk lebih jelasnya, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		TOTEBI	TOTPK
N		54	54
Normal	Mean	20.1481	18.4444
Parameters <sup>a</sup>	Std. Deviation	2.69456	3.13632
Most	Absolute	.182	.163
Extreme	Positive	.116	.097
Differences	Negative	-.182	-.163
Kolmogorov-Smirnov Z		1.336	1.197
Asymp. Sig. (2-tailed)		.056	.114
a. Test distribution is Normal.			

Cara Membacanya:

Ho : Populasi berdistribusi normal

Ha : Populasi tidak berdistribusi normal

Dasar pengambilan keputusan adalah berdasarkan probabilitas, jika nilai probabilitas  $> 0,05$  maka Ho diterima, jika nilai probabilitas  $\leq 0,05$  maka Ho ditolak. Hasil *Kolmogorof Smirnov* di atas maka etika bisnis islam = 0,056 yang artinya  $> 0,05$  maka populasi berdistribusi normal; perilaku konsumsi = 0,114 yang artinya  $> 0,05$  maka populasi berdistribusi normal.



## K. Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Uji Regresi Linear Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*). Rumus regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Di mana:

Y : variabel terikat

X : variabel bebas

Pengaruh penguasaan etika bisnis islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa

Tabel 4.5

**Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	21.877	3.245		6.741	.000
TOTEBI	-.170	.160	-.146	-1.067	.291

a. Dependent Variable: TOTPK

Berdasarkan hasil analisis regresi(X) Y dapat diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 21,877 + 0,170 X$$

Hasil persamaan regresi tersebut di atas memberikan pengertian bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 21,877, penjelasan tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel penguasaan etika bisnis islam maka besarnya nilai kinerja karyawan 21,877.
2. Koefisien regresi sebesar 0,170, menyatakan bahwa setiap penambahan 1 variabel penguasaan etika bisnis islam akan mempengaruhi perilaku konsumsi sebesar 0,170.

## 2. Uji T

$H_1$  : etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa

Selain menggunakan analisis regresi sederhana perlu diuji menggunakan uji t. Uji t digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara penguasaan etika bisnis islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa secara persial. Uji t dilakukan dengan membandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  pada taraf sig 0,05 (10%) dengan kriteria apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka hipotesis diterima, sedangkan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka hipotesis ditolak. Nilai  $t_{hitung}$  dapat dilihat dari tabel *coefficients* sebesar 1.067. Sedangkan nilai  $t_{tabel}$  dapat dicari menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= t (a/2) (n-3) \\
 &= t (0,10/2) (54-3) \\
 &= t (0,05) (51) \\
 &= 1.067
 \end{aligned}$$

Dilihat dari hasil pengujian terlihat variabel etika bisnis islam mempunyai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel} (1.067 > 2,001)$  dan nilai signifikan 0,000

lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan nilai kriteria, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima artinya ketika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa sehingga hipotesis diterima.

#### **L. Analisis Tentang Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah**

Perilaku konsumsi mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari sudah meneapkan berdasarkan etika bisnis Islam. Diantaranya yaitu, mahasiswa memilih untuk mengkonsumsi barang-barang kebutuhan pokok seperti pakaian, makanan, serta kendaraan sebagai kebutuhan pelengkap, lebih mengutamakan mengkonsumsi barang yang dibutuhkan/atau mengutamakan kebutuhan primer daripada barang yang diinginkan karena dilihat dari segi manfaat yang diberikan. Selain itu mahasiswa mempunyai tujuan mengkonsumsi barang-barang tersebut untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam memenuhi kebutuhannya barang yang dikonsumsi halal dan baik yang telah sesuai dengan syariat Islam. Barang yang dikonsumsi juga tidak tergolong barang yang mewah, maka dapat dikatakan gaya konsumsinya sederhana. Selain itu juga mengutamakan kebutuhan yang bersifat bermanfaat dan tahan lama serta tidak *israf* (boros) dan *tabdzir* (berlebihan).

Dalam hal konsumsi pun islam mengajarkan sangat moderat dan sederhana, tidak berlebihan, tidak boros dan tidak kekurangan karena pemborosan adalah saudara-saudara setan.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan

kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis karena mereka mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat).<sup>104</sup>

Dibawah ini adalah beberapa kriteria konsumsi dalam ekonomi Islam:

- f. Jenis barang yang dikonsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan toyyiban*).<sup>105</sup>
- g. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
- h. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak kurang (kikir/bahil), tapi pertengahan, dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.<sup>106</sup>
- i. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *dharuriyah*, *hajiyyah*, dan *takmiliah*.
- j. Manusia tidak boleh terjerumus dalam kondisi “besar pasak dari pada tiang”, yaitu pemasukan lebih kecil dari pada pengeluaran, apalagi untuk hal-hal yang tidak mendesak.<sup>107</sup>

---

<sup>104</sup>Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi* (Malang: UIN Maliki Press, 2008),51-52.

<sup>105</sup>*Ibid.*,76.

<sup>106</sup>*Ibid.*, 76.

Berbagai prinsip dan kriteria konsumsi yang Islami diatas pada dasarnya memiliki kesamaan yaitu memerintahkan konsumsi yang halal dan *tayyib*, larangan *israf* dan *tabdhir*.<sup>108</sup>

Dari uraian analisis diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi syariah sudah menerapkan prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam karena para mahasiswa mengutamakan mengkonsumsi barang yang bersifat kebutuhan pokok, barang yang halal dan baik, barang yang sederhana, bermanfaat serta tidak *israf* (boros) dan *tabdzir* (berlebihan).

## M. Pembahasan

Etika Bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar, dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam berinteraksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Islam menolak perilaku manusia yang selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus (*ambivalen, al izhiwajiyah*). Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali

---

<sup>107</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 158.

<sup>108</sup> Said Sa'ad Marton, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* Terj. Ahmad Ikrom & Dimyauddin (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 77.

berbeda dari satu orang dengan orang lain (bersifat subyektif). Keinginan seringkali tidak selalu sejalan dengan rasionalitas, karenanya bersifat tak terbatas dalam kuantitas maupun kualitasnya. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang memang menjadi penggerak utama seluruh manusia. Karena keadaan kualitas hawa nafsu manusia berbeda-beda, maka amatlah logis jika keinginan manusia satu dengan lainnya berbeda-beda. Dalam ajaran islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*mudarat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.

Dari hasil analisis maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh penguasaan etika bisnis islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa

Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa secara persial variabel penguasaan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, yang berarti jika penguasaan etika bisnis Islam semakin tinggi akan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini didukung dengan hasil yang diperoleh berupa koefisien korelasi sebesar 0,146 serta uji signifikansi persial (uji t) yang menghasilkan  $t_{hitung}$  Sebesar 1.067 artinya dari hasil penelitian ini dari variabel etika bisnis Islam berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah. Maka dapat disimpulkan



bahwa hasil penelitian ini variabel penguasaan etika bisnis Islam sudah memenuhi aksioma dasar etika bisnis Islam.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Muhammad Djakfar bahwa faktor yang mempengaruhi etika bisnis Islam yang dipaparkan dalam aksioma dasar etika bisnis islam yang terdiri dari (1) tauhid yang dimaksudkan bahwa sumber utama etika islam adalah kepercayaan total atau murni terhadap kesatuan (keesaan) Tuhan. (2) keseimbangan/keadilan bahwa dalam beraktifitas didunia kerja dan bisnis, islam mengharuskan berbuat adil. Berkaitan dengan konsep tauhid yang mewajibkan manusia agar percaya pada dzat yang maha tunggal, melakukan konsep keseimbangan merupakan salah satu bagian ketundukan hanya kepada-Nya. (3) kehendak bebas yang merupakan bagian penting dalam nilai etika bisnis islam, tetapi tidak merugikan kepentingan kolektif. (4) tanggung jawab prinsip ini secara mendasar akan mengubah perhitungan ekonomidan bisnis karena segala sesuatunya harus mengacu pada keadilan. Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya yang berjudul “ Pengaruh Pengetahuan etika bisnis islam dan religiusitas terhadap perilaku pedagang muslim” oleh diah sulistiyani yang menyatakan bahwa pengetahuan etika bisnis islam berpengaruh signifikan terhadap perilaku pedagang muslim.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Endah Dwi. Penerapan Etika Bisnis Islam Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Dana Hidayatullah Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2016.
- Al Qur'an Terjemah & Tajwid. Bandung: sygma. 2014.
- Anas, Muhammad. Penerapan Etika Bisnis Islam dalam Konteks Produsen dan Konsumen: Ke Arah Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Jurnal Millah Vol VIII, No 1*, Agustus 2008.
- Anto, Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Yogyakarta: Ekonisia. 2003.
- Arifin, Johan. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press. 2009.
- Arifin, Sirajul. Perilaku Konsumsi Islam: Kajian Kritik. *Jurnal Hukum Islam IAIN Pekalongan*. 2009.
- Arikunto, Suharsimi. *Dasar-dasar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2015.
- . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: Rineka Cipta, 1991.
- Asban, A. Umami Mahmuda. Pengaruh Etika Bisnis Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Berbusana Muslim (Study Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam UIN Alauddin Makassar). *Skripsi*. Makassar: 2017.
- Astuti, Rika Pristian Fitri. "Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua. Literasi Ekonomi dan Life Style Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro". *Jurnal Edutama*, vol 3, no.2 juli 2016.
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro & Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2008.
- Badroen, Faisal dkk. *Etika Bisnis dalam islam*. Jakarta: Kencana. 2006.
- Baidowi, Aris. Etika Bisnis Perspektif Islam. *Jurnal Hukum Islam*, Volume 9, Nomor 2, Desember 2011.
- Buku Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan IAIN Ponorogo Tahun Akademik 2017/2018.
- Burhanudin. *Hukum Bisnis Syariah*. Yogyakarta: UII Press Yogyakarta. 2011.

- Chalil, Zaki Fuad. *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga. 2009.
- Departemen Agama RI. *Al—Quran dan Tafsirnya*. Jakarta: Departemen Agama RI. 2009.
- Dessy, Andhita. *Penelitian Pendidikan: Suatu Pendekatan Praktik dengan Menggunakan SPSS*. Ponorogo: STAIN Po PRESS. 2012.
- Diana, Ilfi Nur. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Maliki Press. 2008.
- Djakfar, Muhammad. *Etika Bisnis Islam*. Malang: UII Press. 2005.
- *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus. 2012.
- Dwiastuti, Rini dkk. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Malang: UB Press, 2012.
- Erni, Riza. Pengaruh Pembelajaran Ekonomi dan Status Sosial Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi. *jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. Universitas Tanjungpura Pontianak. 2-13.
- Fauroni, Lukman. Rekonstruksi Etika Bisnis Perspektif Al Qur'an. *Iqtisad Journal Of Islamic Economics*, vol. 4, No. 1. 2003.
- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2009.
- Jabir, Al-Alwani. Taha. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ak Group. 2005.
- Jusmaliani, et al. *Bisnis Berbasis Syariah* Jakarta: Bumi Aksara. 2008.
- Lisma, Niati & Agung Haryono. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012). *JPE Volume 9 No 1*, 2016.
- Margono. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta. 1997.
- Marton, Said Sa'ad. *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global* Terj. Ahmad Ikrom & Dimyauddin. Jakarta: Zikrul Hakim. 2007.
- Marzuqi, Ahmad Yusuf dkk. Manajemen Laba Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Jurnal Dinamika Ekonomi & Bisnis Vol 7 No. 1 Maret 2010*, hal 5.

- Masykuroh, Ely. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Pada Teori Ekonomi Mikro Islami*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Press. 2008.
- Muhidin, Sambas Ali dan Maman Abdurahman. Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian. Bandung: Pustaka Setia. 2009.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana. 2010.
- Nugraheni, Purwaniati & Imam Subaweh. Pengaruh penerapan Standar Akuntansi Pemerintahan Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal Ekonomi Bisnis No 1 Vol. 13*. April 2008.
- Nurgianto, Burhan dkk. *Statistik Terapan: untuk penelitian Ilmu Sosial*. jojakarta: Gadjahmada university Press. 2015.
- Nurjanah, Lilik. Analisis Terhadap Pemikiran Yusuf Qardawi dan Afzalur Rahman Tentang Konsep Konsumsi dalam Islam. *Skripsi*. STAIN Ponorogo. 2011.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam UII Yogyakarta. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. 2014.
- Putriani, Yolanda Hani. Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas. *Jurnal Jesit Vol 2 No 7*, Juli 2015.
- Qardhawi, Yusuf. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press. 1997.
- Rizqiningsih, Sri. Analisis Perilaku Konsumen Muslim Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Syariah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo Semarang) *Skripsi*. Semarang: IAIN Walisongo. 2013.
- Rosyid, Moh. Haliimur. Analisa Perilaku Konsumsi Santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam. *Skripsi*. Ponorogo: 2017.
- Rosyidi, Suherman. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro & Makro* Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2003.
- Saidani, Basrah. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) Vol. 3 No 1*. 2012.

- Sarwono, Jonathan. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2006.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- , *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008.
- , *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2006.
- Suhardi. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: Gava Media. 2016.
- Sukirno, Sadono. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2011.
- Sulistiyani, Diah. Pengaruh Pengetahuan Etika Bisnis Islami dan Religiusitas Terhadap Perilaku Pedagang Muslim. *Skripsi*. Semarang: 2015.
- Sunyoto, Danang. *Metodologi Penelitian Ekonomi: Alat Statistik dan Analisis Output Komputer* Yogyakarta: Caps. 2011.
- Syaikh Shalih bin Abdul Aziz Alusy Syaikh dan Syaikh Bakar Abu Zaid et. Al, *Tafsir Al-Muyassar*. Solo: An-Naba. 2011.
- Wahyuni, Endang Tri. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta. *Jurnal Akmenika* Edisi Ke 2011.
- Widiati, Fa'iz. Perilaku Konsumsi Berdasarkan Trend Fashion Dalam Perspektif Ekonomi Dan Konvensional (Penelitian Terhadap Mahasiswi Fakultas Syariah). *Skripsi*. Ponorogo: 2017.
- Zuliana. Prinsip Konsumsi Dalam Islam Berbasis Nilai Material Dan Spiritual. (Analisis Konsep M. Abdul Mannan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia) *skripsi*. Semarang: UIN Walisongo. 2015.