



Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Konsumsi Mahasiswi

Aminatus Sholekah¹

¹Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Sep 14, 2021

Revised Okt 20, 2021

Accepted Nov 19, 2021

Kata kunci:

Pola Konsumsi
Islami
Mahasiswi
Kuantitatif

ABSTRAK

Tujuan Penelitian: Untuk mengetahui pengaruh pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi mahasiswi prodi ekonomi syariah angkatan 2014 dan 2015 di IAIN Metro.

Metodologi: Jenis penelitian yang digunakan merupakan Penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2015 dan angkatan 2014 di IAIN Metro yang berjumlah 285 mahasiswi. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 29 mahasiswi yang dipilih menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan lembar angket pemahaman pola konsumsi Islam dan lembar angket perilaku konsumsi. Teknik analisis data yang digunakan adalah chi kuadrat untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswi IAIN Metro.

Temuan Utama: Hasil uji statistik menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pemahaman mahasiswi terhadap pola perilaku konsumsinya, hal ini sesuai dengan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, mayoritas mahasiswi membeli barang tidak tepat guna, mereka lebih memprioritaskan kebutuhan pelengkap khususnya dalam hal fashion dibandingkan mendahulukan kebutuhan pokoknya. Tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Mahasiswi sering membeli barang yang tidak tepat guna, maksudnya lebih memprioritaskan kebutuhan pelengkap dibandingkan kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya lebih mementingkan membeli tas, baju, sepatu dan aksesoris lainnya dibandingkan membeli buku kuliah dan peralatan kuliah lainnya. Hal ini termasuk berlebihan di dalam prinsip Islam sehingga mahasiswi dapat dikategorikan irasional dalam berperilaku konsumsi.

Keterbaruan/Keaslian Penelitian: Penelitian ini telah diupayakan agar sesuai dengan prosedur dan menghasilkan hasil yang akurat, namun dapat diuraikan bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan. Maka dalam penelitian juga terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian diantaranya adalah sebagai berikut: Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi ekonomi Syariah IAIN Metro, namun dalam penelitian ini hanya meneliti pada faktor pemahaman terhadap pola konsumsi Islami. Kurang seriusnya dalam mengikuti pembelajaran tentang konsumsi Islami, masih banyak mahasiswi yang karakternya masih kurang baik dan masih banyak juga mahasiswi yang belum banyak memahami pola konsumsi Islami yang mendalam sehingga masih perlu pemahaman yang lebih dalam tentang pola konsumsi secara Islam.

This is an open access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license



Corresponding Author:

Aminatus Sholekah

Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Metro, Lampung, Indonesia

Email: aminatussholekah12@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Sejak kecil, bahkan ketika baru lahir, manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara, misalnya dengan menangis untuk menunjukkan bahwa seorang bayi lapar dan ingin minum susu dari ibunya. Semakin besar dan akhirnya dewasa, keinginan dan kebutuhan seorang manusia akan terus meningkat dan mencapai puncaknya pada usia tertentu untuk seterusnya menurun hingga seseorang meninggal dunia [1].

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi dalam kehidupan manusia. Seseorang yang melakukan kegiatan konsumsi disebut dengan konsumen. Ada dua jenis perilaku konsumen, yaitu perilaku konsumen rasional dan perilaku konsumen irasional [2]. Perilaku konsumen rasional, maksudnya adalah perilaku konsumsi yang dilakukan berdasarkan akal sehat, misalnya mengonsumsi produk yang benar-benar dibutuhkan atau berperilaku konsumsi sesuai dengan prinsip Islam. Sedangkan perilaku konsumsi irasional maksudnya adalah, perilaku konsumsi yang dilakukan dengan tidak berdasarkan pertimbangan yang baik [3]. Misalnya, membeli karena tertarik pada diskon, membeli karena ikut-ikutan padahal tidak terlalu dibutuhkan, membeli sesuatu melebihi kemampuan, dan lain sebagainya.

Pola konsumsi merupakan susunan kebutuhan seseorang terhadap barang dan jasa yang akan dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu, yang dipenuhi dari pendapatannya. Pola konsumsi tiap orang berbeda-beda. Orang yang pendapatannya tinggi berbeda pola konsumsinya dengan orang yang berpendapatan menengah, berbeda pula dengan orang yang berpendapatan rendah. Perbedaan pola konsumsi tiap orang tidak hanya dipengaruhi tinggi rendahnya pendapatan, tetapi juga dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, lingkungan, usia, gaya hidup, pekerjaan dan kondisi sosial budaya masyarakat. Dalam menyusun pola konsumsi, pada umumnya akan mendahulukan kebutuhan pokok. Dengan kata lain kebutuhan yang kurang atau tidak mendesak akan ditunda dalam pemenuhannya sebelum terpenuhinya kebutuhan pokok [4]-[6].

Pemahaman terhadap pola konsumsi Islam adalah tingkat kemampuan untuk memaknai, menjelaskan, dan mengaplikasikan dengan baik tentang berperilaku konsumsi secara Islam. Pada dasarnya perilaku dapat diamati melalui sikap dan tindakan [7]-[9]. Proses perubahan dan pembentukan perilaku salah satunya dapat dipengaruhi oleh pemahaman [10].

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan pengamatan terhadap perilaku konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah di IAIN Metro angkatan 2015 dan angkatan 2014, berdasarkan perilaku mahasiswi yang sering membeli barang tidak tepat guna, maksudnya mereka lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan memenuhi kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya mereka lebih mengutamakan untuk membeli baju, tas, sepatu, dan aksesoris fashion lainnya dibandingkan membeli buku cetak, printer, laptop dan peralatan kuliah lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara kepada beberapa mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015, dari 5 mahasiswi yang di wawancarai tentang keputusan mereka dalam membeli suatu barang, rata-rata menjawab, bahwa mereka membeli suatu barang itu dengan mempertimbangkan kebutuhan terlebih dahulu, dan hasil observasi dari peneliti juga menyatakan bahwa masih banyak mahasiswi yang terlihat sederhana dalam hal fashion. Dengan demikian mayoritas mahasiswi angkatan 2015 dalam berperilaku konsumsi bersifat rasional. Berbeda dengan mahasiswi angkatan 2014 lebih sedikitnya berperilaku rasional. Mayoritas mahasiswi angkatan 2014 tergolong berlebihan di dalam hal fashion. Dari 5 mahasiswi yang di wawancarai mereka rata-rata memiliki jawaban yang sama. Dalam membelanjakan uang sakunya mereka masih kurang memperhatikan manfaat dari barang yang dibelinya mereka terkadang terpengaruh barang diskon dan lain-lain. Hal tersebut diperkuat dengan hasil observasi dai peneliti nampak bahwa tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Hal ini tergolong di luar batas kewajaran, karena mahasiswi Ekonomi Syariah angkatan 2014 seharusnya lebih memahami dengan baik tentang berperilaku konsumsi secara Islam.

Dari hasil wawancara tersebut terdapat perbedaan perilaku dari setiap individu. Perbedaan kemampuan dalam mengonsumsi suatu barang akan menimbulkan pola konsumsi yang berbeda dari masing-masing mahasiswi. Apa yang sudah diatur dalam Islam itu tidak bisa diimplementasikan secara keseluruhan karena adanya faktor-faktor yang mempengaruhinya, sehingga realitanya ada yang berperilaku secara rasional dan ada juga yang berperilaku irasional. Berdasarkan latar belakang sebagaimana dipaparkan di atas peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro Studi kasus pada Jurusan Ekonomi Syariah”.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang akan penulis lakukan termasuk kategori kuantitatif. Penelitian kuantitatif didasari oleh filsafat positivisme. Maksimalisasi objektivitas desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan angka-angka, pengolahan statistik, struktur dan percobaan terkontrol. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mencari hubungan dan menjelaskan sebab-sebab perubahan dalam fakta-fakta sosial yang terukur. Penelitian ini bersifat korelatif, maksudnya adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan antar dua variabel dengan variabel-

variabel lain. Hubungan antara beberapa variabel tersebut dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi dan keberartian secara statistik. Korelasi merupakan salah satu teknik analisis dalam statistik yang digunakan dengan tujuan menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan populasi seluruh mahasiswi ekonomi syariah angkatan 2015 dan angkatan 2014 di IAIN Metro yang berjumlah 285 mahasiswi. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 29 mahasiswi yang dipilih menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Instrumen pengumpulan data menggunakan lembar angket pemahaman pola konsumsi Islam dan lembar angket perilaku konsumsi. Teknik analisis data yang digunakan adalah chi kuadrat untuk mengetahui bagaimana pengaruh pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswi IAIN Metro.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil angket yang telah disebarakan kepada mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro, maka diperoleh data pemahaman terhadap pola konsumsi Islami sebagai berikut:

Tabel 1. Data hasil angket tentang pemahaman pola konsumsi Islami mahasiswi ekonomi syariah IAIN Metro

No	Interval Kelas	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	27 – 29	Sangat setuju	3	10,34%
2	30 – 32	Setuju	16	55,17%
3	33 – 35	Tidak setuju	8	27,58%
4	36 - 38	Sangat tidak setuju	2	6,89%
Jumlah			29	100%

Tabel 2. Data hasil angket tentang pemahaman pola konsumsi Islami mahasiswi ekonomi syariah IAIN Metro

No	Interval Kelas	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
1	27 – 29	Sangat setuju	4	13,79%
2	30 – 32	Setuju	16	55,17%
3	33 – 35	Tidak setuju	7	24,13%
4	36 - 38	Sangat tidak setuju	2	6,89%
Jumlah			29	100%

Tabel 3. Data hasil angket tentang pemahaman pola konsumsi Islami mahasiswi ekonomi syariah IAIN Metro

Frekuensi yang diobservasi (f_0)	Frekuensi yang diharapkan (f_h)	Beda/selisih antara (f_0) dan (f_h)
3	3,5	-0,5
16	16	0
8	7,5	0,5
2	2	0
4	3,5	0,5
16	16	0
7	7,5	-0,5
2	2	0
N = 58	N = 58	0

Tabel 4. Data hasil angket tentang pemahaman pola konsumsi Islami mahasiswi ekonomi syariah IAIN Metro

No	f_0	f_h	$(f_0 - f_h)$	$(f_0 - f_h)^2$	$\frac{(f_0 - f_h)^2}{f_h}$
1	3	3,5	-0,5	0,25	0,071
2	16	16	0	0	0
3	8	7,5	0,5	0,25	0,033
4	2	2	0	0	0
5	4	3,5	0,5	0,25	0,071
6	16	16	0	0	0
7	7	7,5	-0,5	0,25	0,033
8	2	2	0	0	0
Jumlah	58	58	0		0,208

Berdasarkan perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa harga Chi Kuadrat (χ^2) adalah 0,208. Selanjutnya interpretasi terhadap Chi Kuadrat (χ^2) tersebut dengan terlebih dahulu memperhitungkan df atau db = (c-1)(r-1) = (4-1)(4-1) = 9. Dengan memperhitungkan df sebesar 9, diperoleh harga Chi Kuadrat tabel sebagai berikut: Pada taraf signifikan 5% = 16,919 dan pada taraf signifikan 1% = 21,666. Ternyata Chi Kuadrat

hitung (x^2) lebih kecil dari pada Chi Kuadrat tabel (x^2 tabel), baik pada taraf signifikan 5% maupun pada taraf signifikan 1% yaitu $16,919 > 0,208, 21,666$ Hal ini berarti hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima. Dengan demikian Tidak Ada Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswi Ekonomi Syariah IAIN Metro.

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman pola konsumsi Islam tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswi jurusan ekonomi Syariah di IAIN Metro. Hal ini disebabkan karena meskipun mahasiswi mengerti dan dapat menjelaskan tentang pola konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam tetapi mereka belum mampu untuk mengaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Sebenarnya mereka tahu bagaimana sebaiknya berperilaku sesuai dengan prinsip Islam misalnya, memilih barang berdasarkan kebutuhan, memilih barang yang memiliki kegunaan optimal, membeli barang sesuai dengan kemampuan, tidak berlebihan dalam mengonsumsi dan lain sebagainya. Tetapi realitanya mereka masih belum bisa mengendalikan hawa nafsu. Mereka masih sangat cepat tertarik dengan adanya iklan, promosi, dan diskon yang ditawarkan sehingga mereka membeli suatu barang khususnya dalam hal fashion tanpa memperhitungkan manfaatnya. Bahkan mereka rela mengorbankan kebutuhan pokoknya selaku mahasiswi untuk memuaskan kebutuhan pelengkapannya.

Sikap yang dilakukan oleh setiap individu sangatlah berpengaruh terhadap perilakunya. Pengaruh tersebut terletak pada individu itu sendiri terhadap respon yang ditangkap, kecenderungan individu untuk melakukan tindakan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Salah satu faktor yang memiliki hubungan erat dengan perilaku adalah pemahaman. Pemahaman seseorang memiliki kaitan yang sangat erat dengan perilaku seseorang. Perilaku adalah keadaan jiwa untuk berpendapat, berpikir, dan bersikap, yang merupakan refleksi dari berbagai macam aspek baik fisik maupun non fisik. Perilaku seseorang akan baik apabila ia telah paham dengan sesuatu tersebut, misalnya apabila seseorang telah memahami dengan dalam tentang pola konsumsi Islam maka perilaku konsumsinya akan baik. Kecenderungan individu dalam memahami sesuatu dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pemahaman adalah usia, semakin dewasa seseorang maka pemahaman dan pola berpikirnya akan semakin baik. Yang kedua adalah pengalaman, pengalaman terdahulu sangat mempengaruhi bagaimana seseorang mempersepsi dunianya. Yang ke tiga adalah intelegensia, merupakan kemampuan yang dibawa sejak lahir yang memungkinkan seseorang berbuat sesuatu dengan cara tertentu. Yang selanjutnya adalah jenis kelamin, pemahaman laki-laki itu sangat berbeda dengan pemahaman perempuan. Kemudian pendidikan merupakan suatu proses pembelajaran untuk mengembangkan atau meningkatkan kemampuan tertentu, yang selanjutnya adalah sosial budaya, lingkungan, dan informasi.

Agama sebagai unsur terpenting dalam kepribadian manusia dapat memberi peranan positif dalam perjalanan kehidupan manusia, selain kebenarannya juga dapat diyakini secara mutlak. Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Adapun prinsip-prinsip dalam konsumsi Islam antara lain adalah keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurah hatian, dan moralitas. Pemahaman pola konsumsi Islam merupakan tingkat kemampuan seseorang dalam menerjemahkan, menafsirkan, dan mengekstrapolasi dengan baik apa itu pola konsumsi Islam, yang didapat dari proses pembelajaran. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka pola berpikir dan pemahamannya juga akan semakin baik. Misalnya lulusan perguruan tinggi maka pemahamannya akan lebih tinggi dibandingkan dengan lulusan, SMA, SMP, bahkan SD, begitu juga perilakunya tentu akan berbeda pula. Karena pendidikan berperan sebagai pengendali tingkah laku atau perbuatan yang terlahir dari sebuah keinginan yang berdarah emosi.

Hasil uji statistik menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pemahaman mahasiswi terhadap pola perilaku konsumsinya, hal ini sesuai dengan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, mayoritas mahasiswi membeli barang tidak tepat guna, mereka lebih memngutamakan kebutuhan pelengkap khususnya dalam hal fashion dibandingkan mendahulukan kebutuhan pokoknya. Tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Mahasiswi sering membeli barang yang tidak tepat guana, maksudnya lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya lebih mementingkan membeli tas, baju, sepatu dan aksesoris lainnya dibandingkan membeli buku kuliah dan peralatan kuliah lainnya. Hal ini termasuk berlebihan di dalam prinsip Islam sehingga mahasiswi dapat dikategorikan irasional dalam berperilaku konsumsi.

4. KESIMPULAN

Hasil uji statistik menyatakan bahwa tidak ada pengaruh pemahaman mahasiswi terhadap pola perilaku konsumsinya, hal ini sesuai dengan hasil wawancara dan observasi yang peneliti lakukan, mayoritas mahasiswi membeli barang tidak tepat guna, mereka lebih memngutamakan kebutuhan pelengkap khususnya dalam hal fashion dibandingkan mendahulukan kebutuhan pokoknya. Tidak sedikit mahasiswi yang hampir setiap minggu berganti tas, baju, sepatu, dan lain-lain. Mahasiswi sering membeli barang yang tidak tepat guana, maksudnya lebih mengutamakan kebutuhan pelengkap dibandingkan kebutuhan pokok selaku mahasiswi, misalnya lebih mementingkan membeli tas, baju, sepatu dan aksesoris lainnya dibandingkan membeli buku kuliah dan peralatan

kuliah lainnya. Hal ini termasuk berlebihan di dalam prinsip Islam sehingga mahasiswi dapat dikategorikan irasional dalam berperilaku konsumsi. Penelitian ini telah diupayakan agar sesuai dengan prosedur dan menghasilkan hasil yang akurat, namun dapat diuraikan bahwa masih banyak kesalahan dan kekurangan. Maka dalam penelitian juga terdapat beberapa keterbatasan dan kelemahan dalam penelitian diantaranya adalah sebagai berikut: Banyak faktor yang faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswi ekonomi Syariah IAIN Metro, namun dalam penelitian ini hanya meneliti pada faktor pemahaman terhadap pola konsumsi Islami. Kurang seriusnya dalam mengikuti pembelajaran tentang konsumsi Islami, masih banyak mahasiswi yang karakternya masih kurang baik dan masih banyak juga mahasiswi yang belum banyak memahami pola konsumsi Islami yang mendalam sehingga masih perlu pemahaman yang lebih dalam tentang pola konsumsi secara Islam.

REFERENSI

- [1] P. Delgado, C. Vargas, R. Ackermanc, and L. Salmerón, "Don't throw away your printed books: A meta-analysis on the effects of reading media on reading comprehension," *Educ. Res. Rev.*, vol. 25, pp. 23–38, 2018, doi: 10.1016/j.edurev.2018.09.003.
- [2] F. Reichert, D. Lange, and L. Chow, "Educational beliefs matter for classroom instruction: A comparative analysis of teachers' beliefs about the aims of civic education," *Teach. Teach. Educ.*, vol. 98, pp. 1–13, 2020, doi: 10.1016/j.tate.2020.103248.
- [3] I. Irwanto, E. Rohaeti, and A. K. Prodjosantoso, "A Survey Analysis of Pre-Service Chemistry Teachers' Critical Thinking Skills," *MIER Journal of Educational Studies, Trends & Practices*, vol. 8, no. 1, pp. 57–73, 2018. doi: 10.52634/mier/2018/v8/i1/1423.
- [4] A. Hofstein and R. Mamlok-Naaman, "High-school students' attitudes toward and interest in learning chemistry," *Educacion Quimica*, vol. 22, no. 2, pp. 90–102, 2011, doi: 10.1016/s0187-893x(18)30121-6.
- [5] J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis*, 7th ed. United States, Pearson Education Limited, 2019.
- [6] M. Pressley and C. B. McCormick, *Advanced educational psychology for educators, researchers, and policymakers*. New York, USA: HarperCollins College Publishers, 1995.
- [7] R. G. Brockett and R. Hiemstra, *Self-direction in adult learning: Perspectives on theory, research, and practice*. London and New York: Routledge, 2020.
- [8] B. J. Zimmerman and A. R. Moylan, "Self-regulation: where metacognition and motivation intersect," in D. J. Hacker, J. Dunlosky, and A. C. Graesser, Eds., *Handbook of Metacognition in Education*, 2009, pp. 299–315.
- [9] G. Veruggio, "The EURON roboethics roadmap," in *Proc. Humanoids '06: 6th IEEE-RAS Int. Conf. Humanoid Robots*, 2006, pp. 612–617, doi: 10.1109/ICHR.2006.321337.
- [10] J. Zhao, G. Sun, G. H. Loh, and Y. Xie, "Energy-efficient GPU design with reconfigurable in-package graphics memory," in *Proc. ACM/IEEE Int. Symp. Low Power Electron. Design (ISLPED)*, Jul. 2012, pp. 403–408, doi: 10.1145/2333660.2333752.