

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fakultas ekonomi merupakan salah satu fakultas yang memiliki mahasiswa mayoritas berumat muslim. Berdasarkan data mahasiswa, angkatan 2017 berjumlah 2.885 beragama Islam di fakultas ekonomi. Secara ideologis, seorang muslim diberikan pandangan yang menjadi dasar keyakinan dalam bersosial, bermuamalah, hingga pada pemenuhan kebutuhannya berdasarkan batasan syariah. Sehingga, dalam setiap perilaku seharusnya berpegang pada keyakinan agar hidup tetap berada pada jalan yang lurus dan senantiasa kembali kepada Al-Qur'an serta As-sunnah.

Mahasiswa fakultas ekonomi terdiri dalam beberapa jurusan, tentu memiliki keberagaman latar belakang baik dari segi keyakinan, bentuk, serta pemenuhan kebutuhan pribadi berbeda-beda. Khususnya mahasiswa muslim, tentu pola perilaku konsumsinya berbeda dengan mahasiswa non muslim karena ada aturan dalam syariat yang membatasinya ketika memenuhi kebutuhan. Seperti yang disebutkan dalam hadist *"Yang halal jelas dan yang haram jelas. Di antara keduanya ada perkara-perkara yang syubhat (samar-samar)"* (HR. Al Bukhari Dan Muslim). Dalam syarah Arbain An-nawawi dijelaskan bahwa maksud dari hadist ini adalah segala sesuatu terbagi kepada tiga macam hukum. Sesuatu yang ditegaskan halalnya oleh Allah, maka dia halal. Adapun

yang Allah nyatakan dengan tegas haramnya, maka dia menjadi haram. Adapun yang syubhat yaitu setiap hal yang dalil-dalilnya masih dalam pembicaraan atau pertentangan, maka menjauhi perbuatan semacam itu termasuk sifat *wara'*.

Menurut Sarwono (45:2009), dalam analisis konsumsi konvensional dijelaskan bahwa perilaku konsumsi seseorang adalah dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai kepuasan yang optimal, sedangkan dalam analisis konsumsi Islam perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Sedangkan menurut Shafie dan Othman (2008) dalam Endang (2010:4), Pada umumnya agama mengatur tentang apa-apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang untuk dilakukan, termasuk perilaku konsumsi. Dalam ajaran islam, Alqur'an dan Hadist yang merupakan kitab pedoman hidup umat muslim telah memberikan banyak motivasi kepada umatnya, baik dalam urusan dunia maupun ibadah. Dalam urusan dunia juga diatur dalam hal mengkonsumsi suatu produk dalam memenuhi kebutuhannya.

Fakultas ekonomi khususnya pendidikan ekonomi dan akuntansi terdapat mata kuliah ekonomi syariah, salah satu mata kuliah yang membahas masalah ekonomi dalam perspektif syari'ah. Dalam ilmu implementasinya adalah mengamalkan apa yang telah dipelajari khususnya terkait perilaku konsumsi islami. Menurut Kurniati (49:2015)

Terdapat empat prinsip dalam sistem ekonomi Islam dalam menyikapi permasalahan tentang perilaku konsumen, termasuk konsumsi di dalamnya : Hidup hemat dan tidak bermewah-mewah (*abstain from wasteful and lixurius living*); bahwa tindakan ekonomi diperuntukan untuk pemenuhan kebutuhan hidup (*needs*) bukan pemuasan keinginan (*wants*). Dengan berkembangnya teknologi dan meningkatnya sifat konsumtif saat ini, terkadang seseorang lebih mementingkan keinginannya daripada kebutuhan. Sehingga terjadilah *mubazir* (sia-sia) dalam belanja yang mana hal ini dilarang dalam islam. Maka dari itu, perilaku konsumsi islami yang prinsipnya lebih mementingkan kebutuhan dari pada keinginan tidak terealisasi dalam kehidupan sehari-hari. Selain sifat tidak mubazir dalam berkonsumsi, keberkahan dalam perilaku konsumsi islami juga dikedepankan karena menurut Munrokhim Misanam (2004) dalam teori Teori Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Ekonomi Islam oleh Kurniati (49:2015), perilaku konsumen Muslim dipengaruhi oleh masalah berkah/keberkatan. Dikarenakan hikmah dari berkah/keberkatan ini telah dijanjikan oleh Allah sebagaimana tertulis dalam al-Qur'an (Q.S Al A'raf :96):

“Jikalau Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, Maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya”.

Mengenai perilaku islami dalam aspek *tabzir* (sia-sia) dalam belanja terdapat pada penelitian Wani dan Islamia (2013) dalam jurnal berjudul “*Buying Behaviour - An Islamic Perspective: An Analysis Of An Ideal*

Muslim Buying Behaviour” dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa Islam meminta umat Islam untuk lebih rasional dan jujur dalam upayanya untuk membeli. Seorang muslim yang baik seharusnya tidak hanya mempertahankan tujuan pribadinya atau kebutuhan dalam pikirannya, tapi juga memikirkan kesejahteraan sosial secara umum. Berdasarkan tinjauan ekonomi Islam tujuan konsumsi adalah memaksimalkan *maslahah*, menurut Imam shatibi *maslahah* maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminology ekonomi konvensional. *Maslahah* merupakan tujuan hukum syara yang paling utama.

Menurut Sangadji dan Sopiah (2013:24-26) ada tiga faktor yang mempengaruhi konsumen yaitu faktor psikologis, faktor situasional, dan faktor sosial. Sedangkan Philip Kotler mengemukakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, dan faktor pribadi.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni (2016) dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta”. Menyimpulkan bahwa faktor kemampuan manajemen tidak memberikan dampak signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Pemahaman Konsep ekonomi memberikan dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, efektif pada tingkat 23,8%. Status sosial ekonomi orang tua memberikan dampak positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa, efektif pada tingkat 7,74%. Pemahaman konsep ekonomi dan

status sosial ekonomi orang tua memberikan nilai positif dan signifikan berdampak pada responden, efektif pada tingkat 32%.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Malik dkk (2016) dalam jurnal berjudul *“Islamic Branding And Marketing: An Insight Of Consumer Perception In Pakistan”* Penelitian tersebut menunjukkan bahwa meski ada banyak faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk, konsumen muslim rata-rata sangat dipengaruhi oleh hukum Islam, terutama masalah halal.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh Alkautsar dan Hapsari (2014) dalam jurnal Berjudul *“Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim”* penelitian pada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya menunjukkan bahwa Secara umum, mahasiswa program studi ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga merasakan perbedaan pada perilaku konsumsi mereka kini dengan perilaku konsumsi mereka saat belum mengetahui teori konsumsi Islam, yakni lebih memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi baik berupa sifat zat, cara pengolahan produk, dan cara memperolehnya.

Berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi atau melatar belakangi sebuah perilaku konsumsi dalam mengambil keputusan dalam berkonsumsi. Dalam hasil penelitian diatas terlihat bahwa fakto-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang tidak hanya faktor secara

umum saja akan tetapi faktor pemahaman agama juga mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang berbeda-beda. Sehingga dalam penelitian ini peneliti ingin melihat faktor apakah yang paling mendominasi mempengaruhi perilaku konsumsi islami mahasiswa.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo angkatan 2016/2017.

1.2 Identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dikemukakan identifikasi masalah sebagai berikut : 1). Kurangnya sifat konsumsi mahasiswa berdasarkan nilai islam. 2). Kurangnya pengetahuan mahasiswa dalam berperilaku konsumsi islami. 3). Gaya hidup berlebihan dalam berkonsumsi. 4). Kurangnya sifat proporsional mahasiswa dalam berkonsumsi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang ada, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Apakah faktor kebudayaan mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.

2. Apakah faktor sosial mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
3. Apakah faktor pribadi mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
4. Apakah faktor psikologis mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
5. Apakah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, faktor psikologis mempengaruhi Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan pelaksanaan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan terhadap Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017 .
2. Untuk mengetahui pengaruh faktor sosial terhadap Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
3. Untuk mengetahui pengaruh faktor pribadi terhadap Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
4. Untuk mengetahui pengaruh faktor psikologi terhadap Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.
5. Untuk mengetahui pengaruh faktor kebudayaan, faktor social, faktor pribadi, faktor psikologis secara simultan terhadap Perilaku Konsumsi Islami mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2016/2017.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk referensi penelitian selanjutnya yang relevan.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang pendidikan
2. Manfaat Praktis
 - a. Mahasiswa, dapat menambah pengetahuan dalam berperilaku konsumsi yang islami
 - b. Dosen, dapat menjadi acuan dalam proses pembelajaran terkait perilaku konsumsi islami.