

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari, ketika manusia melakukan sebuah tindakan pastilah didasarkan dengan pengetahuan yang dimilikinya. Seseorang yang memiliki tingkat pengetahuan dan mengenyam pendidikan tinggi, maka akan berbeda perilakunya dengan seseorang yang tingkat pengetahuan dan tingkat pendidikannya masih rendah.

Sama halnya dengan para mahasiswa Ekonomi Islam dan ekonomi konvensional, bahwa terdapat perbedaan konsep pada beberapa mata kuliah yang mereka tempuh di bangku kuliah. Dalam program studi Ekonomi Islam, orientasi yang digunakan yaitu bertujuan untuk kesejahteraan bersama di dunia juga akhirat, dalam pelaksanaannya pula berpedoman dengan Al-Qur'an serta hadist yang merupakan dasar dari agama Islam. Sedangkan dalam program studi ekonomi konvensional, berorientasi pada value atau nilai dari manfaat yang akan diperoleh nantinya, dan ekonomi konvensional tidak didasarkan pada suatu agama tertentu. Hal-hal tersebut bisa saja berpengaruh terhadap perilaku sehari-hari para mahasiswa, salah satunya yaitu pada saat melakukan kegiatan konsumsi. Dikarenakan mahasiswa Ekonomi Islam telah belajar terkait konsep Ekonomi Islam, maka dalam pelaksanaannya mereka lebih berhati-hati dalam berperilaku, yaitu dengan memperhatikan sisi keberkahan dari segala jenis hal yang ia konsumsi. Berbeda dengan mahasiswa ekonomi konvensional yang belum begitu memahami terkait prinsip *falah* atau kesejahteraan dunia dan akhirat, sehingga dalam perilaku konsumsinya hanya mengedepankan manfaat yang akan ia peroleh di kemudian hari untuk dirinya sendiri.

Bisa dilihat dalam realita saat ini, untuk aspek gaya hidup, salah satu contohnya yaitu pakaian dan *make up* yang dikenakan oleh para mahasiswa FE dan FIAI yang sedikit berbeda. Para mahasiswa FE UII sudah biasa mendapat sebutan sebagai mahasiswayang selalu *up to date*, berbeda dengan mahasiswa UII yang berada di kampus terpadu khususnya FIAI. Adanya

perbedaan tersebut pastilah disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya.

Faktor yang mendasari perilaku seseorang selain pengetahuan yang dimilikinya, khususnya mahasiswa yaitu latar belakang status sosial ekonomi orang tua. Menurut Paul W. Lemmitte, pendidikan ekonomi dalam keluarga dapat dilakukan dengan membiasakan dan bersikap yang sehat terhadap uang dengan pemberian pendidikan pengelolaan uang maka ada beberapa hal yang positif terkait dengan membelanjakan, menabung, dan menginvestasikan uang dengan benar.

Orang tua yang tingkat perekonomiannya pas-pasan atau dalam kondisi cukup, biasanya mendidik anaknya untuk bersikap hemat dan lebih berhati-hati dalam membelanjakan uangnya, sedangkan bagi mereka yang tingkat perekonomiannya tinggi, tidak perlu terlalu mengkhawatirkan tentang uang yang digunakan oleh dirinya sendiri maupun digunakan oleh anggota keluarganya.

Keberagaman status sosial ekonomi orang tua mahasiswa dapat dilihat dari beberapa aspek seperti pekerjaan, pendidikan dan pendapatan. Keberagaman latar belakang ekonomi orang tua juga mengakibatkan keberagaman pemberian pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga mahasiswa. Salah satunya yaitu mendaftarkan anaknya ke program studi di universitas yang diinginkan. Dalam realitanya, untuk pembayaran SPP mahasiswa FIAI dan FE UII sangat jauh berbeda, yang mana nominal yang harus dibayarkan oleh mahasiswa FE lebih besar dibandingkan dengan mahasiswa FIAI.

Dari beberapa penjelasan di atas, perlu kita ketahui bersama bahwa mahasiswa Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi berada dalam satu institusi yang sama yaitu perguruan tinggi Islam, Universitas Islam Indonesia. Di samping dengan berbagai perbedaan mendasar yang ada di antara keduanya, khususnya dalam teori pada mata kuliah, adapun persamaan yang berkaitan dengan sifat yang Islami. Salah satu persamaan tersebut adalah dengan adanya pembukaan program konsentrasi syariah pada program Ilmu Ekonomi, dimana setiap mahasiswa diberikan kesempatan untuk belajar dan

mengenal lebih dalam terkait Ekonomi Islam. Maka saat ini, para mahasiswa Ekonomi Islam dan Ilmu Ekonomi yang berada dalam satu lingkup yaitu UII, memiliki kesempatan yang sama besarnya untuk mempelajari ilmu Ekonomi Islam dengan berbagai fasilitas dan SDM yang ada di universitas terlepas dari jurusan yang mereka pilih.

Seiring dengan berjalannya waktu dan jaman, diiringi pula dengan perkembangan teknologi, transportasi, maupun informasi, segala jenis kemudahan dapat dirasakan oleh semua orang pada saat ini. Dengan adanya berbagai kemudahan itu membuat semua manusia di dunia ini dapat berkomunikasi dan berinteraksi tanpa adanya kesulitan, yang pada mulanya manusia membutuhkan banyak waktu, uang, dan tenaga untuk bertukar informasi, ataupun yang lainnya, kini kita semua dimudahkan dengan manfaat dari globalisasi dimana kita hanya perlu memanfaatkan teknologi yang ada untuk memudahkan segala sesuatu yang ingin kita kerjakan.

Globalisasi tidak hanya memberikan efek positif, melainkan juga bisa berefek negatif. Sebagai contoh yaitu seseorang menghabiskan waktunya untuk berlama-lama di depan *internet* hanya untuk sekedar *browsing* hal-hal yang tidak penting dan mengabaikan kewajibannya. Contoh lainnya yaitu dengan adanya kemudahan berkomunikasi, saat ini orang-orang membutuhkan sebuah *handphone* atau telepon genggam yang memudahkan dirinya untuk berkomunikasi dengan siapa saja, kapan saja, dan dimana saja. Dikarenakan kebutuhan akan telepon genggam itu mengalami peningkatan drastis, maka banyak perusahaan yang berlomba-lomba untuk melakukan dan menciptakan inovasi dalam memproduksi telepon genggam, ditambah lagi keinginan para konsumen akan produk yang lebih canggih dan menarik. Hal tersebut merupakan dampak dari globalisasi pada aspek ekonomi.

Dengan adanya faktor pengetahuan dan latar belakang sosial ekonomi orang tua, bisa mempengaruhi perilaku pembelian atas sebuah barang oleh para mahasiswa, salah satunya yaitu pada pembelian telepon genggam. Mahasiswa yang berpengetahuan tinggi, *melek* akan teknologi dan memiliki uang cukup akan memilih telepon genggam canggih atau biasa disebut dengan *smartphone*. Bagi para mahasiswa yang tidak sedikit masih mengandalkan

uang saku dari orang tua, tentunya dalam pembelian *smartphone* tersebut dipengaruhi akan tingkat pengetahuan yang ia miliki dan status sosial ekonomi orang tua mereka.

Namun, dilihat dari sisi penggunaanya, belum tentu mahasiswa yang menerima uang saku lebih akan menggunakan uangnya untuk membeli *smartphone*, bisa saja ia memilih telepon genggam biasa dan menggunakan uang sisa tersebut untuk ditabungkan. Hal ini dikarenakan kesadaran akan perbedaan antara *need* dan *wants* yang sudah sering dibahas pada mata kuliah program studi Ekonomi Islam. Sedangkan mereka yang memilih untuk membeli *smartphone* bisa saja terpengaruh akan manfaat kecanggihan dari benda yang dibelinya, atau kemungkinan yang lainnya yaitu dengan memiliki perbedaan motif dalam pembelian barang tersebut, yang didasarkan pada sebuah keharusan dan keinginan untuk mengikuti perkembangan arus.

Tentu saja semua perilaku konsumsi itu didasarkan atas beberapa pengaruh dan faktor. Untuk itu, berdasarkan latar belakang dan adanya berbagai perbedaan yang ada dalam realita di antara para mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII yang telah dijabarkan di atas, memberikan kesempatan pada penulis untuk meneliti “Pengaruh Pengetahuan Mahasiswa dan Latar Belakang Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumsi (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis merumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII?
2. Bagaimana perbandingan perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas, ada beberapa tujuan yang dapat dicapai dari penelitian ini:

1. Mendiskripsikan pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII.
2. Menganalisis perbandingan perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari pembahasan penelitian ini yaitu dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Manfaat penelitian ini adalah:

a. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai perilaku konsumsi, terutama dalam melakukan perbandingan antara perilaku konsumsi Islam dan konvensional dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya. Juga diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

b. Bagi Peneliti

Sebagai kontribusi positif bagi peneliti untuk mengetahui lebih jauh mengenai perbandingan perilaku konsumsi Islam dan konvensional, khususnya dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya, beberapa diantaranya yaitu pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua.

c. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat memberikan wawasan lebih terkait dengan perilaku konsumsi dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Sehingga dapat memberikan referensi baru dalam melakukan

tindakan ekonomi, salah satunya yaitu dalam melakukan praktek konsumsi. Dengan mengetahui perbandingan di antara perilaku konsumsi Islam dan konvensional, masyarakat bisa menentukan dan melakukan tindakan terbaik dalam bermuamalah, tanpa melanggar aturan yang ada khususnya aturan agama.

1.5. Telaah Pustaka

Sebelum melakukan penelitian lebih dalam, ada beberapa penelitian yang memiliki pembahasan yang hampir sama dengan penulis. Penulis melakukan telaah pustaka terhadap penelitian terdahulu yang mana berkaitan dengan pembahasan peneliti. Namun terdapat berbagai perbedaan, dilihat dari pembahasan maupun objek yang dikaji dalam penelitian. Untuk memberikan pembahasan yang lebih mendalam terhadap objek yang akan diteliti oleh penulis. Adapun penelitian tersebut adalah:

Buku karya M. Abdul Mannan dengan judul “Teori dan Praktik Ekonomi Islam”, menerangkan bahwa perintah Islam terkait konsumsi didasarkan pada beberapa prinsip, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas.¹

Buku karya M. M. Metwally dengan judul “Teori dan Model Ekonomi Islam”. Dalam buku ini dijelaskan terkait perilaku individu muslim dan efek terhadap konsumsi optimumnya. Dijelaskan pula pada beberapa sub judul tentang perilaku rasional konsumen non muslim, serta fungsi daya guna seorang konsumen muslim dan perbedaannya dengan fungsi daya guna seorang konsumen.²

Adiwarman Karim dalam bukunya berjudul “Ekonomi Mikro Islami”, menerangkan tentang teori konsumen Islami yang berkenaan dengan fungsi *utility* dan konsumsi dalam Islam. Fungsi tersebut dikaitkan dengan fungsi kesejahteraan, *maximizer*, dan utilitas yang diajarkan oleh al-Ghazali.³

¹M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1993)

²M. M. Matewally, *Teori dan Model Ekonomi Islami*, (Jakarta: PT. Daya Bangkit Insana, 1995)

³Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), hal. 61.

Dalam jurnal yang disusun oleh Marshel Rondonuwu dengan judul “Tingkat Pendidikan, Motivasi, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Sulawesi Utara”, disimpulkan bahwa secara bersama tingkat pendidikan, motivasi, dan promosi berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan nasabah. Kemudian juga dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti, seperti tingkat pendapatan dan kualitas pelayanan.⁴

Kemudian, jurnal yang disusun oleh Eko Yuliawan dengan judul “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung” menyebutkan bahwa pengetahuan konsumen dengan indikator pengetahuan tentang karakteristik atau atribut produk atau jasa. Kemudian keputusan konsumen dengan indikator pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif dan keputusan pembelian berada dalam kategori menentukan terhadap pengambilan keputusan. Dari hasil penelitian didapati bahwa berdasarkan koefisien determinasi adalah pengetahuan konsumen, sedangkan dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel X (Pengetahuan Konsumen) yang tidak diteliti.⁵

Selanjutnya, jurnal “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa Siswa Kelas XI IPS MAN Sidoarjo” oleh Bintana Afiati dan Riza Yonisa Kurniawan, Jurnal Online Universitas Negeri Surabaya. Dari hasil penelitian ini diketahui status sosial ekonomi orang tua berpengaruh sebesar 41,44. Untuk variabel kelompok teman sebaya berpengaruh sebesar 33,07%. Sedangkan untuk variabel status sosial ekonomi orang tua (X1) dan kelompok teman sebaya (X2) berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XII IPS MAN Sidoarjo sebesar 15,24%.

⁴Marshel Rondonuwu, “Tingkat Pendidikan, Motivasi, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Penggunaan Produk Nasabah Priority Banking Bank Sulawesi Utara”, *Jurnal EMBA*, Vol. 1 No. 3, Juni, (2013), hal. 263-264.

⁵Eko Yuliawan, “Pengaruh Pengetahuan Konsumen Mengenai Perbankan Syariah Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Syariah Cabang Bandung”, *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, Vol. 1 No. 1, April, (2011), hal. 29-30.

Skripsi yang ditulis oleh Fadhal Fajri dengan judul “Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berpartisipasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII)”, menyatakan bahwa variabel pengetahuan mahasiswa tidak berpengaruh signifikan terhadap minat berpartisipasi di pasar modal syariah. Sedangkan variabel persepsi mahasiswa berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat berpartisipasi mahasiswa di pasar modal syariah, Variabel paling dominan yang mempengaruhi minat mahasiswa berpartisipasi di pasar modal syariah adalah variabel persepsi mahasiswa.⁶

Adapun skripsi yang ditulis oleh Rofi'ah dengan judul “Perilaku Konsumsi Siswa-Siswa di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam”. Penulis mencoba untuk meneliti tentang kesesuaian antara perilaku konsumsi muslim dengan pengetahuan ajaran Islam, khususnya pada siswi-siswi Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta.

Skripsi “Pengaruh Pengetahuan Dasar Ekonomi (Economic Literacy) dan Latar Belakang Status Sosial Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMAN 8 Malang Tahun Ajaran 2010/2011”, yang ditulis oleh Khofifatu Rohmah Adi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial pengetahuan dasar ekonomi (Economic Literacy) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Secara parsial latar belakang status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif siswa. Kemudian diketahui secara simultan bahwa pengetahuan dasar ekonomi (Economic Literacy) dan latar belakang status sosial ekonomi orang tua memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif.

Artikel penelitian yang berjudul “Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Keluarga Terhadap Rasionalitas Ekonomi Mahasiswa”, ditulis oleh Sapariah. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan negatif antara status sosial

⁶Fadhal Fajri, “Pengaruh Pengetahuan dan Persepsi Mahasiswa Terhadap Minat Berpartisipasi Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII)”, *Skripsi*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2014, hal. 78-79.

ekonomi orang tua dan rasionalitas ekonomi mahasiswa, juga terdapat pengaruh signifikan positif antara pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga dan rasionalitas ekonomi mahasiswa, dan secara simultan terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan pendidikan ekonomi di lingkungan keluarga terhadap rasionalitas ekonomi mahasiswa.

Sesuai dengan paparan kajian pustaka di atas, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berbeda dengan penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Pada kali ini, peneliti lebih menekankan terkait bagaimana pengaruh dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi, khususnya pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII.

1.6. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa terhadap perilaku konsumsi
- b. H_a : ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan terhadap perilaku konsumsi
- c. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- d. H_a : ada pengaruh signifikan dari latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- e. H_0 : tidak ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- f. H_a : ada pengaruh signifikan dari pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi
- g. H_0 : tidak terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII.
- h. H_a : terdapat perbedaan antara perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI UII dan Ilmu Ekonomi FE UII.

1.7. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini akan disajikan dalam sistematika penyusunan dan pembahasan yang terdiri atas lima bab. Bab I adalah pendahuluan, dimana bagian ini yang menjelaskan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah yang diambil, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, hipotesis, serta sistematika pembahasan.

Bab II adalah telaah pustaka yang berisi landasan teori tentang pengetahuan, latar belakang sosial ekonomi orang tua, dan perilaku konsumsi. Meliputi pengertian masing-masing dan sebagainya.

Bab III adalah metode penelitian, dimana dalam bab ini dijelaskan tentang metode yang digunakan pada penelitian ini untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel penelitian dan pengukuran, populasi dan metode penentuan sampel, metode analisis data, uji hipotesis, instrumen penelitian, dan pengujian validitas dan reliabilitas.

Bab IV adalah analisis data dan pembahasan. Pada bab ini menguraikan tentang analisis dari pengaruh pengetahuan mahasiswa dan latar belakang sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa Ekonomi Islam FIAI dan Ilmu Ekonomi FE UII, serta perbedaan perilaku konsumsi diantara keduanya.

Bab V adalah penutup, yang merupakan bagian akhir penulisan. Bagian ini memuat kesimpulan dan saran sebagai jawaban persoalan yang dibahas dalam penelitian ini.