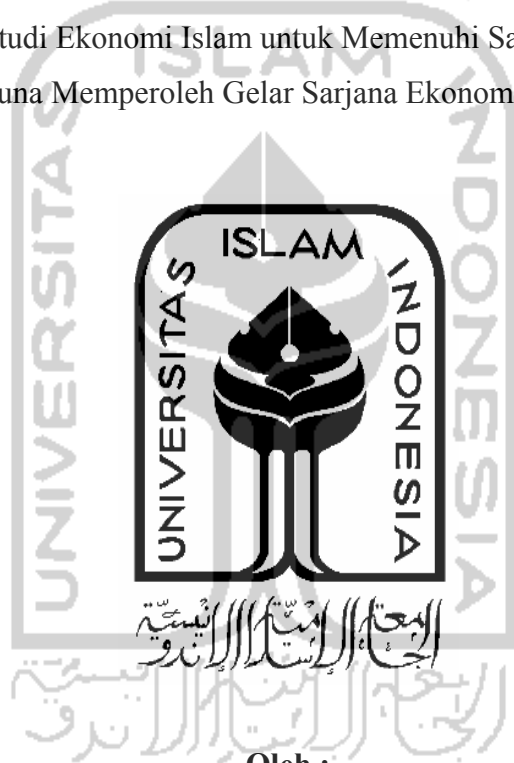


**Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi
Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta
(Studi di UII, UIN, dan UMY)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Agama Islam
Program Studi Ekonomi Islam untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Islam



Oleh :

Yuli Anggraini

08423010

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2012

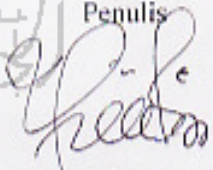
LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : YULI ANGGRAINI
NIM : 08423010
Program Studi : Ekonomi Islam
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku
Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi
Islam di Yogyakarta (Studi di UII, UIN, dan UMY)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan.

Penulis

(Yuli Anggraini)



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Kampus Terpadu UII, Jl. Kaliurang Km. 14,5, Yogyakarta 55584; Tel. (0274) 898462; Fax. 898463; E-mail: fiai@uii.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi ini telah dimunaqasyahkan dalam Sidang Panitia Ujian Program Sarjana Strata Satu (S₁) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 24 April 2012
Judul Skripsi : *Analisis Pengaruh Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Islami pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta.*
Disusun oleh : YULI ANGGRAINI
Nomor Mahasiswa : 08423010

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S₁) Ilmu Agama pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua : H. Nur Kholis, S.Ag, M.Sh.Ec.

Sekretaris : Yuli Andriansyah, SE

Penguji : Prof. Drs. H. Asymuni A.R

Penguji/Pembimbing : Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag

(.....)
(.....)
(.....)
(.....)



Yogyakarta, 26 April 2012

Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Dekan

Dr. H. Dadan Muttaqien, SH, M.Hum.

NOTA DINAS

Yogyakarta, 20 Jumadil Awal 1433 H

Hal : SKRIPSI

12 April 2012 M

Kepada : **Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam**
Universitas Islam Indonesia
di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. Wb

Berdasarkan penunjukan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan surat nomor: 047/Dek/70/FIAI/III/2012 tanggal 16 Maret 2012 atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

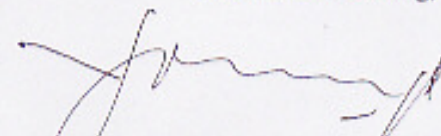
Nama : Yuli Anggraini
Nomor Pokok/ NIMKO : 08423010
Mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Jurusan/ Program Studi : Ekonomi Islam / Ekonomi Islam
Tahun Akademik : 2011/2012
Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta (Studi di UII, UIN, dan UMY)"

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami bertetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian , semoga dalam waktu dekat bisa munaqasahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga)-eksemplar skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Dosen Pembimbing,


Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa : Yuli Anggraini
Nomor Mahasiswa : 08423010
Judul Skripsi : "Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku
Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi
Islam di Yogyakarta (Studi di UIN, UIN, dan UMY)"

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasyah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 12 April 2012



Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan kebudayaan mempengaruhi sikap dan gaya hidup seseorang. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Salah satu gaya hidup yang sedang trend dan diminati berbagai masyarakat termasuk mahasiswa adalah gaya hidup modern. Gaya hidup modern memang sangat mempengaruhi konsumen dalam pengambilan keputusan untuk berkonsumsi, karena image-image bagus akan timbul apabila kita dapat mengikuti gaya hidup modern tersebut. Khususnya dalam masalah pergaulan, tempat bergaul dan gaya dalam berpenampilan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumsi umat muslim, khususnya pada mahasiswa yang sedang mempelajari tentang perekonomian Islam di beberapa perguruan tinggi Islam di Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan dengan metode angket, observasi, dan dokumentasi yang berhubungan dengan topik penelitian. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dan regresi linier berganda yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami juga untuk mengetahui variabel gaya hidup mana yang paling dominan dari 3 yang diteliti (*activities, interest, and opinion*) yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumsi Islami.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa: 1) hasil daripada uji t (parsial) dan uji f (serentak) menunjukkan bahwasannya variabel gaya hidup tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumsi Islami, karena nilai ketiga variabel baik secara parsial maupun serentak harganya melebihi taraf signifikansi yang ditentukan $\alpha = 5\%$. Kemudian dilihat dari nilai r square/ koefisien determinasi menunjukkan bahwa dari variabel gaya hidup ada hanya 17% yang mampu menjelaskan perubahan atas perilaku konsumsi Islami. 2) dari ketiga variable gaya hidup yang ada (X1=aktivitas, X2=minat, dan X3=opini), variabel opini adalah variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap gaya hidup.

Kata kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumsi Islami.

ABSTRACT

Technological advances have a great deal of impact towards the behavior and ways of life of a person. A way of life pictures a person in whole about their interaction with the environment. One of which are a trend and mostly favored by most people especially university student is a modern way of life. This modern way of life affects consumer's decision, because by only following good images of modern life will give them the satisfaction. This could be inferred specifically to the effect towards social interaction, hanging out places and way of appearances.

The purpose of this research is to know how big the influence a way of life towards a Muslim consumer, specifically towards Muslim students who are majoring Islamic Economy at some Islamic universities in Yogyakarta. This research is done by doing some questionnaires, observations, and documentations. The data analysis techniques used were quantitative measures and double linear regression in which these being used to know how far the effects would give towards muslim consumer behaviour also in finding the dominant way of life variable.

Based on the research, the results are: 1) Test t (partially) and r (simultaneously) result is showing that life style variable does not have a significant effect towards the Islamic consumption behavior; this is because the third variable which is partial or simultaneous is exceeding the significant scale determined by $\alpha = 5\%$. Then it can be seen from r square value/coefficient determination which is showing 17% from the life style variable, this could explain the changes on Islamic behaviour consumption. 2) From the three life style variable ($X1$ =activity, $X2$ =interest, and $X3$ =opinion), opinion variable is the most dominant towards life styles.

Keywords: Lifestyle, Islamic Consumption Behavior .



SKRIPSI INI AKU PERSEMBAHKAN UNTUK :

“KEDUA ORANG TUAKU YANG TERCINTA, AYAHKU HARYANTO MANAI (ALM) DAN IBUNDA SITI MU’AWANAH YANG TELAH BERUSAHA MEMBERIKAN SEMUA YANG TERBAIK UNTUK KAMI.”

“KAKAK-KAKAKKU YANG SELALU AKU SAYANGI (SYAMSUDDIN MANAI, VERA OKTAVIA, BUDI FAUZAN, RUDI FAUZI (ALM), DAN KURNIA NOVIANI)”

“PAMAN DAN BIBI SERTA SAUDARA-SAUDARAKU YANG TELAH IKUT MEMBERIKAN DUKUNGANNYA”

MOTTO

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ

*SEBAIK-BAIKNYA MANUSIA ADALAH
YANG BERMANFAAT BAGI MANUSIA LAIN*

*“Siapa yang mencintai dunia, maka dia telah memenuhi hatinya dengan tiga hal:
1) kebutuhan tanpa henti, 2)angan-angan tanpa akhir, dan 3) kerja yang tidak
diketahui kapan berakhir (Socrates)”*

*“Dua hal yang menghalangi kita memetik buah yang mestinya mampu kita petik:
keluhan dan rasa takut. (Shakespeare)”*

KATA PENGANTAR

الحمد لله الذي ارسل رسوله بالهدى ودين الحق ليظهره على الدين كله. ارسله بشيرا ونذيرا
وداعيا الى الله باذنه وسراجا منيرا. اشهد ان لا اله الا الله وحده لا شريك له وهو القوي العزيز
واشهد ان سيدنا محمدا عبده ورسوله المبعوث رحمة للعالمين. اللهم صل على سيدنا محمد وعلى
اله وصحبه الذين جاهدوا في الله حق جهاده فيهداهم سواء السبيل

Segala puji hanya bagi Allah, penguasa alam semesta dan segala kehidupannya. Shalawat dan salam selalu tercurahkan kepada Rasullullah Muhammad saw, keluarga, sahabat serta para pengikut beliau yang setia hingga akhir zaman. Karena berkat limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya, maka penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini yang merupakan salah satu tugas dalam rangka mengakhiri studi program strata satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Penulisan skripsi yang mengangkat tema ***“Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta (Studi di UII, UIN, dan UMY)”*** merupakan karya sederhana yang ditulis dalam rangka memberikan wacana ekonomi Islam dan sebagai acuan bagi para konsumen saat sekarang agar tetap mempertahankan gaya hidup dan perilaku konsumsi yang Islami, dan dengan harapan pula dapat menjadi buah pemikiran yang mampu memperkaya khazanah pengetahuan Islam.

Dalam kesempatan ini, penyusun ingin memprasastikan dan menghaturkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dukungan baik secara langsung maupun secara tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Penyusun menyadari sepenuhnya bahwa, penyusunan skripsi ini merupakan usaha besar penyusun yang tidak mungkin berhasil dengan baik tanpa dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penyusun sepantasnyalah mengucapkan terima kasih kepada:

1. Kedua Orang Tuaku, Haryanto Manai (ALM) dan Ibunda Siti Mu'awanah, Kakakku tercinta Syamsuddin Manai, Vera Oktavia, Budi Fauzan, Rudi Fauzi (ALM) dan Kurnia Noviani yang begitu tulus memberikan do'a, kasih sayang dan nasehat kepadaku.
2. Bapak Dr. Drs. H. Dadan Muttaqien, SH. M. Hum selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak H. Nurkholis, S.Ag, M.Sh.Ec selaku Ka' Prodi yang telah banyak membimbing dalam hal akademik.
4. Ibu Dra. Rahmani Timorita Y., M.Ag selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Semua dosen, pimpinan pondok modern gontor dan guru-guruku dimanapun berada, semoga Allah membalas ilmu yang telah beliau-beliau berikan kepadaku dengan sebaik-baik balasan.
6. Bapak Shobar selaku Ketua Prodi Ekonomi Perbankan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bapak Slamet Hilmi selaku Ketua Prodi Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, yang telah menyediakan tempat penelitian dan saran serta masukan yang diberikan kepada penulis.
7. Om Syarif dan Bulik Atun yang telah banyak memberi doa dan dukungan kepada penulis selama ini.
8. Sahabat-sahabat Ekonomi Islam, Khususnya angkatan 2008 (Feby Trinilasari, Fitri Auliannisa, Ema Ratna Puri, Gadih Ratna Dewi, Retno Intan Sari, Siti Nurjannah, Telsy Fratama Dewi, Muhammad Iqbal, dkk yang tidak bisa disebutkan semua namanya), terima kasih atas *spirit*, saran, masukan dan do'anya.
9. Teman-teman Fakultas Ilmu Agama Islam semua jurusan dan semua angkatan, terimakasih atas semangat yang diberikan kepadaku.

10. Teman-teman Fatimah Generation (Yashinta Palasukma, Tri Nur Listyowati, Fitri Auliannisa, Feby Trinilsari, Eva Damayanti, dkk yang tidak bisa disebutkan semua namanya)
11. Sahabat-Sahabat KPMDB (Keluarga Pelajar Mahasiswa Daerah Brebes) Yogyakarta yang telah memberi dukungan kepada penulis.
12. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata Unit 83 (Eva Damayanti, Syaumi Nai'm, Sella Selasin, Eros Oktavian, Khalifatul Ardh, dan Nur Haris Ali)

Mudah-mudahan segala bentuk bantuan yang diberikan kepada penyusun akan menjadi amal baik dan pahala yang berlipat ganda disisi Allah SWT, amin Yaa Rabbal 'alamin. Segala kekurangan dan ketidaksempurnaan tentu terdapat dalam skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan koreksi terbuka selebar-lebarnya, sepanjang hal yang disampaikan mengarah pada kebaikan dan kesempurnaan.

Di akhir kata ini, teriring harapan semoga skripsi ini dapat bermanfaat adanya, baik penyusun maupun bagi masyarakat umumnya.

Yogyakarta, 12 April 2012

UNIVERSITAS ISLAM
WIDYADARMASIA
الرَّجَاءُ إِلَى اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yuli Anggraini

TRANSLITERASI

1. Konsonan

Dibawah in daftar huruf arab dan transliterasinya dangan huruf latin

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	b	Be
ت	Ta	t	Te
ث	□ a	□	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	j	Je
ح	□ a	□	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	□ al	□	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	Er
ز	Zai	z	Zet
س	Sin	s	Es
ص	Syin	sy	es dan ye
ض	□ ad	□	es (dengan titik di bawah)
ظ	□ ad	□	de (dengan titik di bawah)
ط	□ a	□	te (dengan titik di bawah)
ظ	□ a	□	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	Ge
ف	Fa	f	Ef
ق	Qaf	q	Ki
ك	Kaf	k	Ka
ل	Lam	l	El
م	Mim	m	Em
ن	Nun	n	En
و	Wau	w	We

هـ	Ha	h	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monofong dan vokal rangkap atau diftong.

1). Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dhammah	U	U

2). Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ ...	fathah dan ya	ai	a dan i
وُ ...	fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ	- kataba
فَعَلَ	- fa'ala
ذَكَرَ	- zukira
يَذْهَبُ	- yazhabu
سُئِلَ	- su'ila
كَيْفَ	- kaifa
هَوَّلَ	- haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
ا...ى ...	fathah dan alif atau ya	A	a dan garis di atas
ى....	kasrah dan ya	I	i dan garis di atas
و...و	Hammah dan wau	U	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ - qāla
رَمَى - ramā
قِيلَ - qīla
يُقُولُ - yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta'marbutah ada dua:

1. Ta'marbutah hidup

Ta'marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

2. Ta'marbutah mati

Ta'marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta'marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'marbutah itu ditransliterasikan dengan ha(h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ - raudah al-atfāl
- raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ - al-Madīnah al-Munawwarah
- al-Madīnatul-Munawwarah
طَلْحَةَ - talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā

نَزَّلَ - nazzala

الْبِرَّ - al-birr

الْحَجَّ - al-hajj

نُعَمَّ - nu''ima

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariyah.

1). Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2). Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti huruf syamsiyah maupun huruf qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

الرَّجُلُ - ar-rajulu

السَّيِّدُ - as-sayyidu

الشَّمْسُ - as-syamsu

القَلَمُ - al-qalamu

البَدِيعُ - al-badī'u

الْجَلَالُ - al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, isi dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ	- ta'khuḏūna
النَّوْءُ	- an-nau'
سَيِّئٌ	- syai'un
إِنَّ	- inna
أُمِرْتُ	- umirtu
أَكَلَ	- akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
	Wa innallāha lahuwa khairrāziqīn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almīzān
	Wa auf al-kaila wal mīzān
إِبْرَاهِيمَ الْخَلِيلَ	Ibrāhīm al-Khalīl
	Ibrāhīmūl-Khalīl
بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَمُرْسَاهَا	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا	Walillāhi 'alan-nāsi hijju al-baiti manistatā'a ilaihi sabīla
	Walillāhi 'alan-nāsi hijjul-baiti manistatā'a ilaihi sabīlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا	Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallaẓī bibakkata mubārakan
شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fih al- Qur'ānu
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Syahru Ramadān al-laẓī unzila fihil Qur'ānu Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubīn
وَلَقَدْ رَآهُ بِالْأَفُقِ الْمُبِينِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubīn
الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamīn Alhamdu lillāhi rabbilil 'ālamīn

Penggunaan huruf awal kapital hanya untuk Allah bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau tulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعًا	Lillāhi al-amru jamī'an Lillāhil-amru jamī'an
وَاللَّهُ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alīm

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS	iv
REKOMENDASI PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
HALAMAN MOTTO	ix
KATA PENGANTAR	x
TRANSLITERASI	xiii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR DIAGRAM	xxii
DAFTAR TABEL	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Telaah Pustaka.....	6
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II: LANDASAN TEORI	12
A. Konsep Gaya Hidup.....	12
A.1. Definisi Gaya Hidup.....	12
B. Gambaran Umum Tentang Konsumsi.....	13
B.1. Definisi Konsumsi dan Konsumerisme.....	13

B.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi.....	15
C. Perilaku Konsumsi Islami.....	16
C.1. Definisi Perilaku Konsumsi Islam	16
C.2. Dasar Hukum Konsumsi	26
C.3. Nilai-Nilai Islam Dalam Perilaku Konsumsi.....	27
D. Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumen	32
BAB III: METODE PENELITIAN	34
A. Jenis Penelitian.....	34
B. Lokasi Penelitian	34
C. Variabel Penelitian	34
D. Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran	34
D.1. Gaya Hidup.....	34
D.2. Perilaku Konsumsi Islami	35
E. Populasi dan Metode Penentuan Sampel	36
F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	37
F.1. Jenis Data	37
F.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
G. Metode Analisis Data	38
G.1. Analisis Kuantitatif	38
G.2. Analisis Regresi Linear Berganda	38
H. Uji Hipotesis	39
H.1. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)	39
H.2. Pengujian Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji F)	38
I. Instrumen Penelitian	40
J. Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	41
J.1. Uji Validitas.....	41
J.2. Uji Reliabilitas	42

BAB IV: PROFIL MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM DI YOGYAKARTA	43
A. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII).....	43
A.1. Profil Fakultas Ilmu Agama Islam UII	43
A.2. Profil Jurusan Ekonomi Islam UII.....	44
B. Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga	46
B.1. Profil Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga	46
B.2. Profil Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga	46
C. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)	49
C.1. Profil Fakultas Agama Islam UMY	49
C.2. Profil Jurusan Ekonomi Perbankan Islam UMY	50
BAB V: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	53
A. Karakteristik Responden.....	53
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
B.1. Hasil Uji Validitas.....	55
B.2. Hasil Uji Reliabilitas	58
C. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	58
BAB VI: PENUTUP	62
A. Kesimpulan.....	62
B. Saran	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR DIAGRAM

	Hal
Diagram 4.1 Jumlah Responden	53
Diagram 4.2 Jenis Kelamin	54
Diagram 4.3 Angkatan.....	55



DAFTAR TABEL

	Hal
Table 4.1 <i>Item-Total Statistic</i>	57
Tabel 4.2 <i>Reliability Statistics</i>	58
Tabel 4.3 <i>Correlations</i>	58
Tabel 4.4 <i>Coefficients^a</i>	59
Tabel 4.5 <i>Model Summary</i>	60
Tabel 4.6 ANOVA ^b	60



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Kuesioner	
Lampiran 2 Rekapitulasi Kuesioner	
Lampiran 3 Tabel Nilai Kritik r	



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi, informasi, dan transportasi. Sehingga adanya globalisasi telah membawa perubahan perilaku terhadap kehidupan masyarakat hampir di seluruh dunia, baik di bidang politik, ekonomi, sosial maupun budaya.

Adanya globalisasi membuat hubungan antar negara maupun individu semakin transparan, tidak ada sekat yang menghalangi terjadinya komunikasi antarindividu. Globalisasi juga telah menyuguhkan banyak informasi yang berasal dari negara lain. Berbagai macam informasi mengalir dari satu tempat ke tempat lain. Banyak hal positif dari pertukaran arus informasi ini kita dapat. Namun juga tidak sedikit hal yang negatif yang terkandung di dalamnya.¹ Dicontohkan dalam gaya berbusana (*fashion*) yang lebih sering berkiblat pada budaya barat, yang mempengaruhi cara masyarakat memilih busana yang dipakai berikut juga merek busana itu sendiri. Begitu juga dengan cara bergaul yang semakin lama menjadi semakin bebas dan terkadang tidak diikuti dengan nilai-nilai kesopanan. Banyaknya pusat perbelanjaan bergaya, diskotik dan tempat hiburan lainnya semakin digandrungi tanpa melihat manfaat dalam menghabiskan waktu yang mereka miliki. Dengan demikian, kita tidak kuasa menahan informasi dan pengaruh dari luar.

Terjadinya perubahan yang cepat dalam teknologi informasi ini telah merubah budaya sebagian masyarakat dunia. Perubahan ini terjadi bukan hanya pada artis-artis ataupun masyarakat yang tinggal di perkotaan saja, tetapi juga terjadi pada masyarakat yang tinggal di pedesaan.² Transformasi dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern ini biasa disebut dengan modernisasi.

Gejala modernisasi dapat dilihat dari tumbuhnya kompleks industri secara besar-besaran yang mengadakan produksi barang-barang konsumsi dan barang-

¹ *Globalisasi dan Universalitas Islam*, Dikutip dari <http://Amanah.or.id>, diakses pada tanggal 28 April 2012

² A.B. Susanto, *Potret-potret Gaya Hidup Metropolis*, cet. I, (Jakarta: Penerbit Buku Kompas, 2001), hal. 10

barang sarana produksi secara massal. Pengertian modernisasi ini kurang lebih sama dengan pengertian industrialisasi.

Dampak dari modernisasi ini adalah adanya perubahan ekonomi besar-besaran terutama menyangkut “pasar”. Terdapat kenyataan yang luar biasa tentang konsumsi dan kelimpahruahan yang dibentuk oleh melimpahnya objek jasa, barang-barang material. Semua itu tersedia di “pasar”. Pasar dalam pengertian ekonomi syarat dengan berbagai kepentingan nonekonomi, termasuk aspek moral. Pasar seolah-olah menjadi penentu segala macam aturan, termasuk gaya hidup.³

Gaya hidup sendiri didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).⁴ Dengan demikian gaya hidup modern memang sangat mempengaruhi konsumen, karena dianggap image-image bagus akan timbul apabila seseorang atau kelompok setempat dapat mengikuti gaya hidup modern tersebut.

Berubahnya gaya hidup tidak terjadi pada masyarakat secara umum, tetapi merambah pada mahasiswa secara khususnya. Dimana para mahasiswa berperan sebagai manusia dewasa yang bebas menentukan arah hidupnya terkadang masih mudah terpengaruh akan hal-hal yang terjadi di lingkungan sekitarnya. Budaya ikut-ikutan dalam menghabiskan waktu dan uang, bergaul, dan berkonsumsi secara tidak langsung membuat mahasiswa menjadi manusia yang konsumtif.

Konsumsi pada hakikatnya adalah menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Afzalur Rahman mengartikan sebagai hasil akhir dari seluruh proses produksi dan merupakan upaya nyata yang dilakukan oleh pelaku ekonomi dalam memanfaatkan pengolahan kekayaan.⁵

Sebagaimana umat beragama lainnya, umat Islam pun diberikan kebebasan dalam melakukan konsumsi, namun dalam kebebasan itu manusia harus berpijak

³Hans Dieter Evers, *Globalisasi dan Kebudayaan Ekonomi Pasar*” dalm *Prisma*, 5 Mei-Juni 1997, hal. 79

⁴ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Rosda, 2002), hal.145

⁵ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid III, cet. II, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 2002), hal. 18

pada aturan-aturan konsumsi (perilaku konsumsi) yang telah diatur dalam ajaran Islam.

Islam mengajarkan umatnya untuk menjalankan syari'at Islam secara keseluruhan (*kaffah*). Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah *mahdah* saja yang menyangkut hubungan vertikal antara manusia dengan pencipta-Nya, tetapi juga menyangkut semua bentuk aktifitas yang berimplikasi sosial.⁶

Kecenderungan perilaku konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang cenderung dilakukan oleh sebagian besar mahasiswa khususnya di kota-kota besar saat ini, banyak mereka menganggap bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka yang dapat digunakan semauanya.

Perilaku seperti ini merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, karena al-Qur'an melarang kita membelanjakan harta serta menikmati kehidupan ini dengan boros. Sikap boros yang dilakukan antara lain pembelanjaan harta untuk kebutuhan seperti makan, minum, tempat tinggal, pakaian, dan lain-lain. Perilaku tersebut muncul karena kondisi yang memungkinkan dan juga didorong banyak faktor lingkungan, faktor psikologis, faktor budaya, dan lain-lain yang menyebabkan mereka berperilaku untuk cenderung konsumtif. Sehingga tidak mengherankan jika seseorang ditanya mengenai tujuan mereka berkonsumsi maka akan kita temukan jawaban yang bervariasi/ beragam antara satu individu dengan individu lain.

Seseorang yang mempunyai perilaku konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut. Hal ini di dukung berbagai bentuk rekayasa budaya yang dilakukan oeh kaum kapitalis adalah dengan cara memproduksi simbol-simbol kemewahan dan keanggunan, dan lain-lain agar di konsumsi oleh masyarakat. Bahkan seolah-olah dijanjikan bahwa barang siapa yang mengkonsumsi produk tertentu maka status sosialnya lebih bergensi atau berkelas. Apakah hal-hal yang demikian itu akan membawa mereka semakin menjauh

⁶ Afzalur Rahman, *Muhammad Seorang Pedagang*, alih bahasa Dewi Nur Juliati, dkk, cet. Ke-1 (Jakarta: Yayasan Swara Bhunny, 1995) hal. 195

daripada perilaku konsumsi Islami yang selalu mengedepankan kebutuhan (*need*) bukan keinginan (*want*).

Fenomena tersebut diatas banyak ditemukan ditengah-tengah kehidupan masyarakat sekarang ini. Dalam dunia modern, gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial masyarakat konsumen Indonesia (tidak terkecuali di Yogyakarta).⁷Sebagian besar masyarakat belum pandai mengatur pendapatan yang diperolehnya. Sebagian besar dari pendapatan tersebut digunakan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah yang berada diluar kebutuhan serta tidak adanya perhatian terhadap etika konsumsi.

Menurut pendapat Yusuf al-Qardāwī dalam teori konsumsi Islami dibutuhkan pengarahannya mendasar bagi para konsumen tentang penggunaan hasil produksi, dalam aktifitas tersebut diperlukan adanya penjelasan bagaimana, mengapa dan kapan para konsumen membutuhkan dan bisa memanfaatkan hasil produksi, karena dalam ekonomi Islam kegiatan ekonomi selalu bersamaan dengan semangat spiritualitas yang merupakan acuan pokok dalam melakukan aktivitas ekonomi termasuk didalamnya cara dan pola konsumsi yang Islami.⁸ Diantara moral dalam berkonsumsi adalah membelanjakan harta pada hal-hal atau barang yang baik secara hemat dan kewajiban muslim untuk berinfak baik dijalan Allah atau untuk diri dan keluarganya,⁹ kemudian menurut beliau ada beberapa norma dasar dalam perilaku konsumsi seorang muslim yang beriman dalam membelanjakan harta hendaknya untuk kebaikan, yakni menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubāḥiran, dan selalu bersikap sederhana.¹⁰ Sebagaimana firman Allah SWT, yang berbunyi :

﴿قَوْمًا ذَالِكِ بَيْنَ . وَكَانَ يَقْتُرُوا وَلَمْ يُمْسِرُوا لَمْ يَنْفَقُوا إِذًا وَالَّذِينَ

⁷ David Chaney, *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komperhensif*, alih bahasa. Nuraeni, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), hal. 8

⁸Yusuf al-Qardāwī, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet. Ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997) hal. 31

⁹Ibid, hal. 211

¹⁰Ibid, hal. 139

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”¹¹

Kecenderungan berkonsumsi secara tidak Islami yang terjadi pada masyarakat di daerah Yogyakarta secara umum, dan pada mahasiswa secara khususnya membuat penulis memutuskan untuk meneliti perilaku konsumsi yang terjadi pada mahasiswa yang sedang menempuh studi di UII, UIN, dan UMY. Ketiga perguruan tinggi tersebut dirasa tepat untuk dijadikan sampel penelitian, karena ketiganya merupakan perguruan tinggi yang berbasis Islami dan sama-sama memiliki jurusan yang ruang lingkup bahasannya seputar konsep-konsep perekonomian ataupun kelembagaan yang berlandaskan al-Qur'an dan Hadits atau sesuai Syari'at Islam. Dengan melihat latar belakang pendidikan objek yang akan diteliti, yang notabene memiliki pengetahuan lebih akan perilaku konsumsi Islami, nantinya dapat dilihat apakah gaya hidup modern akan mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhannya ataukah tidak.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas memberikan kesempatan kepada penulis untuk meneliti **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta (Studi di UII, UIN, dan UMY)”**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam di Perguruan Tinggi di Yogyakarta (studi UII, UIN, dan UMY) ?
2. Apakah variabel yang dominan dalam gaya hidup yang mempengaruhi perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam di Perguruan Tinggi di Yogyakarta?

¹¹ QS. Al- Furqan (25): 67

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji signifikansi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami (sesuai dengan aturan Islam).
2. Untuk mengetahui variabel gaya hidup yang dominan pengaruhnya terhadap pilihan mahasiswa Ekonomi Islam dalam membelanjakan hartanya (berkonsumsi).

D. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam wacana sosial ekonomi keislaman, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumsi yang sesuai dengan Syari'ah, khususnya bagi mahasiswa.
2. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi agar sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi yang Islami.

E. Telaah Pustaka

Penelitian mengenai perilaku konsumsi belum begitu banyak ditemukan, dimungkinkan karena adanya anggapan bahwa konsep konsumsi hanyalah suatu kegiatan pemanfaatan barang-barang hasil produksi dan kecenderungan konsumsi hanya sebagai materialistik saja, dan juga mengenai konsep dari perilaku konsumsi Islami itu sendiri belum begitu banyak dibahas, karena masih termasuk ilmu yang baru dan sedang berkembang saat ini.

Ada beberapa karya ilmiah yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumsi, diantaranya: Buku karya David Chaney yang berjudul "*Lifestyles*"¹² membahas mengenai tema gaya hidup dalam sosiologi kehidupan yang menunjukkan tentang bagaimana istilah gaya hidup tersebut digunakan dalam penjelasan sosiologis untuk menunjukkan pada bentuk masyarakat modern. Buku karya Jean Baudrillard yang berjudul "*Masyarakat Konsumsi*"¹³ membahas tentang budaya konsumsi masyarakat modern bukan hanya barang, namun juga jasa manusia dan hubungan antar manusia. Segala hal bisa menjadi objek konsumen.

¹² David Chaney, *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komperhensif*, alih bahasa: Nuraeni, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003).

¹³ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, alih bahasa Wahyunto, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004).

Karya lain yakni dari Mike Featherstone, “*Posmodernisme dan Budaya Konsumen*”¹⁴ yang membahas mengenai munculnya posmodernisme yang kemudian menjadi *image* budaya yang sangat kuat dan berpengaruh. Posmodernisme memunculkan berbagai permasalahan tentang produksi, transmisi dan dimenisasi pengetahuan dan kebudayaan. Buku ini juga memuat berbagai pengalaman dan praktik-praktik yang ditandai sebagai posmodernisme untuk menyelidiki berbagai fenomena yang terkait dengan kategori ini.

Adapun beberapa skripsi yang pembahasannya mencakup tentang perilaku konsumsi dan juga gaya hidup, diantaranya: skripsi dari Siti Istikomah dengan judul *Pengaturan Konsumsi dalam Perspektif Hukum Islam (Studi atas Analisis Yusuf al-Qardāwī Fazlur Rahman)*¹⁵ yang mana membahas tentang teori konsumsi jika dipandang dalam perspektif Hukum Islam dan mengacu pada perilaku konsumsi yang telah dirumuskan oleh Yusuf al-Qardāwī.

Kemudian skripsi dari Yanti Pramdani dengan judul *Pengaturan Konsumsi dalam Perspektif Islam (Studi atas Analisis Afzalur Rahman)*.¹⁶ Skripsi ini menjelaskan tentang konsep perilaku konsumen dalam Islam sebagai analisis dari pemikiran Afzalur Rahman, yang mencakup karakteristik konsumsi Islam, kaidah terbaik yang dibahasakan dalam *Golden Mean* dimana *Golden Mean* berarti menyeimbangkan antara asketisme dan materialisme

Skripsi selanjutnya ditulis oleh Jimmi Quinzi, dengan judul “*Perilaku Konsumen Rasional dalam Hukum Islam (Analisis Pemikiran Muhammad Anas Zarqa’)*”¹⁷ yang menjelaskan tentang dalil apa yang diacu oleh Muhammad Anas Zarqa’ dalam perilaku konsumen serta menjelaskan bagian wajah al-Istidlal yang digunakan oleh beliau dalam membentuk pola perilaku konsumen seorang muslim.

Adapula skripsi yang disusun oleh Syamsul yang berjudul “*Pembelanjaan Konsumtif dalam Perspektif Islam (Telaah Analisis terhadap Perilaku*

¹⁴ Mike Featherstone, *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, cet. III (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008)

¹⁵ Siti Istikomah, *Pengaturan Konsumsi dalam Perspektif Hukum Islam (Studi atas Analisis Yusuf al-Qardāwī Fazlur Rahman)*, Skripsi: Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005)

¹⁶ Yanti Pramdani, *Pengaturan Konsumsi dalam Perspektif Islam (Studi atas Analisis Afzalur Rahman)*, Skripsi: Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2005)

¹⁷ Jimmi Quinzi, *Perilaku Konsumen Rasional dalam Hukum Islam (Analisis Pemikiran Muhammad Anas Zarqa’)*, Skripsi: Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2006)

Konsumen)”,¹⁸ menjelaskan tentang nilai-nilai moral dalam Islam yang diimplementasikan dalam hal pembelanjaan harta serta menjelaskan bagaimana konsep harta sebagai hak milik.

Skripsi yang disusun oleh Rofi’ah dengan judul “*Perilaku Konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam*”.¹⁹ Penulis ingin meneliti tentang ada atau tidaknya kesesuaian antara perilaku konsumsi muslim dalam kesehariannya dengan pengetahuan ajaran Islam (dalam hal konsumsi) pada siswa-siswi MANU di Kotagede Yogyakarta dalam perspektif Hukum Islam.

Skripsi yang disusun oleh Tiurma Yustisi Sari, “*Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*”²⁰ meneliti tentang *body image* yang merupakan sikap yang dimiliki terhadap tubuhnya baik berupa penilaian positif ataupun negatif. Dimana media massa adalah media yang mempengaruhi *body image* remaja putri, media massa akan menawarkan berbagai produk yang dapat menarik sebagian remaja putri sebagai sasarannya, karena remaja putri lebih mudah tertarik untuk berbelanja dan menghabiskan uangnya dibandingkan dengan remaja putra. Jadi, inti pembahasan dari skripsi ini adalah meneliti korelasional antara *body image* dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

Selanjutnya skripsi yang bertemakan gaya hidup, diantaranya Skripsi yang ditulis oleh Nofal Liata dengan judul “*Gaya Hidup Gemerlap Mahasiswa di Kota Yogyakarta*”,²¹ skripsi ditulis untuk memperoleh gambaran tentang gaya hidup mahasiswa di dunia gemerlap kota Yogyakarta, dan dengan kesehariannya, dan faktor apa saja yang membuat fenomena hiburan dunia gemerlap di terima di kota Yogyakarta khususnya oleh mahasiswa sebagai pencintanya. Dari hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa gaya hidup yang sedang menjadi trend di kalangan mahasiswa adalah memasuki diskotik-diskotik yang ada untuk *clubbing* khususnya, mereka

¹⁸ Syamsul, *Pembelanjaan Konsumtif dalam Perspektif Islam (Telaah Analisis terhadap Perilaku Konsumen)*, Skripsi: Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2006)

¹⁹ Rofi’ah, *Perilaku Konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam*, Skripsi: Fakultas Syari’ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2008)

²⁰ Tiurma Yustisi Sari, *Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri*, Skripsi: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara (2009)

²¹ Nofal Liata *Gaya Hidup Gemerlap Mahasiswa di Kota Yogyakarta*, Skripsi: Fakultas Ushuludin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2009)

menggunakan kesempatan yang terbuka selama tinggal di kota untuk mengakses hiburan dunia gemerlap". Peluang inilah yang dipakai oleh mahasiswa dugemers semua lapisan secara umum, tanpa memperhitungkan sanggup atau tidak untuk mengikuti *Life Style* yang datang dari Amerika. Dari pengamatan penulis melihat bahwa mahasiswa ini adalah "*victim student from impact of globalization and capitalism*".

Skripsi yang disusun oleh Risanti Arsidha Pratiwi dengan judul "*Laptop dan Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*",²² dilatarbelakangi fenomena pemakaian laptop yang sudah menjamur di kalangan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk mendukung aktifitasnya sehari-hari, maka penulis mencoba meneliti apakah penggunaan barang tersebut sesuai dengan kebutuhan, dan hasilnya menunjukkan bahwa teknologi yang merupakan salah satu hasil dari sebuah kebudayaan sangat bermanfaat bagi masyarakat khususnya mahasiswa. Berbagai dampak yang ditimbulkan dari teknologi sangat berpengaruh bagi kehidupan masyarakat. Apalagi teknologi saat ini membuat manusia menjadi semakin konsumtif.

Skripsi yang disusun oleh Masamah, dengan judul "*Gaya Hidup Santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Tengah Budaya Konsumerisme*".²³ Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Pandangan mayoritas santriwati terhadap budaya konsumerisme adalah budaya yang boros, memubandirkan barang, sehingga santriwati memandang kurang penting bahkan tidak penting untuk mengikuti budaya konsumerisme, dengan hanya kadang-kadang saja mengikuti budaya konsumerisme. 2) Implikasi budaya konsumerisme di lingkungan santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim adalah saat ini budaya konsumerisme telah masuk di sebagian santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim. Tingkat konsumerisme santriwati masih dalam batas yang wajar baik dalam hal berpenampilan, makanan, *fashion*, memiliki alat transportasi dan komunikasi sendiri, artinya tidak semua barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi hanya barang-barang tertentu saja, tidak termasuk di dalamnya

²² Risanti Arsidha Pratiwi, *Laptop dan Gaya Hidup Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*, Skripsi: Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2009)

²³ Masamah, *Gaya Hidup Santriwati Pondok Pesantren Wahid Hasyim di Tengah Budaya Konsumerisme*, Skripsi: Fakultas Ushuludin UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2009)

barang-barang tersier yang berharga sangat mahal, karena santriwati lebih memperhitungkan keuangan pribadi masing-masing.

Skripsi selanjutnya ditulis oleh Fuad Khoirudin, dengan judul “*Flashdisk dan Konsumsi Gaya Hidup Mahasiswa*”²⁴. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif-motif mahasiswa dalam memiliki dan menggunakan flash disk, untuk suatu kebutuhan atau suatu keinginan, dan juga untuk mengetahui perilaku mahasiswa dalam menggunakan flash disk. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa mahasiswa menganggap penting kehadiran flash disk dalam kehidupan sehari-hari. Mereka sangat membutuhkan flash disk untuk menyimpan data, seperti menyimpan dan memindah data-data berupa materi perkuliahan. Flash disk juga bisa menunjukkan kelas sosial seseorang. Melalui tipe-tipe flash disk yang mahasiswa miliki. Flash disk bahkan menjadi gaya hidup bagi mahasiswa. Bagi mahasiswa flash disk tidak hanya untuk menyimpan dan memindah data tapi juga bisa sebagai media hiburan melalui fitur canggih terdapat dalam flash disk tersebut.

Dari berbagai kajian telaah pustaka diatas, secara spesifik belum ada yang membahas ataupun meneliti mengenai pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta, khususnya mahasiswa yang sedang menempuh studi di UII, UIN, dan UMY.

Beberapa kajian yang ada sebagian besar hanya membahas tentang bagaimana pengaruh suatu produk yang sedang trend pada saat tersebut terhadap gaya hidup ataupun perilaku konsumsi seseorang atau suatu kelompok. Sedangkan sebagian lain mempelajari gaya hidup (*lifestyle*) yang dijalani oleh seorang ataupun kelompok agar bisa disesuaikan dengan produk-produk yang akan diluncurkan dan dikonsumsi sehingga produk tersebut bisa diterima oleh masyarakat, dengan kata lain pembahasannya hanya menuju pada manajemen suatu perusahaan dalam berpromosi. Oleh karena itu, skripsi ini akan membahas tentang bagaimana gaya hidup yang sudah merebak saat ini pada kalangan mahasiswa di beberapa perguruan tinggi Islam di Yogyakarta dan pengaruh serta dampaknya pada perilaku konsumsi mereka, apakah masih sesuai dengan aturan yang di ajarkan Islam atau sudah melenceng dari yang semestinya, serta faktor apa saja yang mendorong para mahasiswa tersebut

²⁴ Fuad Khoirudin, *Flashdisk dan Konsumsi Gaya Hidup Mahasiswa*, Skripsi: Fakultas Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (2010)

dalam pengambilan keputusan untuk menentukan barang-barang apa saja yang hendak dan layak dijadikan konsumsi pribadi mereka.

F. Sistematika Pembahasan

Untuk memperoleh bentuk skripsi yang sistematis, penyusun membahas ini kedalam enam bab. Masing-masing bab terdiri dari sub bab yang lengkap sebagai berikut:

Bab I, merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan. Bab ini bertujuan memberikan gambaran mengenai penelitian secara umum.

Bab II, berisi landasan teori yang berisi gambaran singkat gaya hidup dan perilaku konsumsi Islami mahasiswa jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta.

Bab III, menggambarkan tentang metode yang digunakan untuk menganalisis serta digunakan untuk menjawab rumusan masalah pada penelitian ini yang terdiri dari jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis data, uji hipotesis, instrumen penelitian, dan pengujian validitas dan reliabilitas.

Bab IV, berisi profil mahasiswa jurusan ekonomi Islam di 3 universitas Islam di Yogyakarta (UII, UIN, dan UMY).

Bab V, berisi data yang dianalisis sesuai dengan metode penelitian yang telah ditentukan sebelumnya. Bab ini merupakan inti dari penelitian dengan menguraikan data-data yang telah diolah sehingga terlihat hasil akhir dari penelitian.

Bab VI, merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang diambil dari pembahasan pada bab keempat, serta saran yang diberikan oleh peneliti bagi para mahasiswa dan juga bagi peneliti sebelumnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Gaya Hidup

A.1. Definisi Gaya Hidup

Dalam kamus bahasa Indonesia kontemporer kata “gaya hidup” berarti pola kehidupan segolongan orang atau pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat.²⁵

Sedangkan menurut David Chaney, “gaya hidup merupakan seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu”. Maksudnya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup membantu memahami (bukan membenarkan) apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukan dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya dan orang lain.²⁶

Sedangkan Gaya hidup menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya.²⁷

Gaya hidup sendiri didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat).²⁸

Gaya hidup hanyalah salah satu cara mengelompokkan konsumen secara psikografis. Gaya hidup pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga,

²⁵ Peter Salim, Yenny Salim, *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer* cet. I, (Jakarta: Modern English Press, 1991) hal. 12. Baca juga J.S. Badudu, Sutan Muhammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia* cet. I, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1994).

²⁶ David Chaney, *Lifestyles*, hal. 40

²⁷ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran*, Jilid I (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 192

²⁸ Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (Bandung: Rosda, 2002), hal. 145

berbelanja, melakukan kreativitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial-keagamaan. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang, dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang .

Kepribadian dan gaya hidup adalah naluri alamiah yang merupakan atribut atau sifat-sifat yang berada pada sifat manusia, bagaimana cara manusia berfikir, faktor lingkungan sebagai sebuah objek pengaruh dalam menentukan pola berfikir manusia, dan juga faktor pendapatan yang membentuk manusia pada pola-pola konsumerisme. Cara berfikir manusia adalah sebuah ideologi atau gagasan yang bersifat idealistis yang dimiliki setiap manusia secara alamiah untuk menentukan suatu pola terarah dan memiliki sikap dalam menentukan banyak hal, hal inilah yang menjadi indikator bagi para pemasar, bagaimana mereka menganalisa sebuah pemikiran masyarakat agar mau membeli produk mereka.

Konsep yang terkait dalam gaya hidup adalah psikografik. Psikografik adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif. Psikografik sering diartikan sebagai AIO, yang terdiri dari aktivitas (*activities*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*)²⁹. Segmentasi psikografik membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan pada karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. Dalam kelompok demografik, orang yang berbeda dapat mempunyai ciri psikografik yang berbeda.

B. Gambaran Umum Tentang Konsumsi

B.1. Definisi Konsumsi dan Konsumerisme

Konsumsi mempunyai pengertian kegiatan mengurangi atau menghabiskan nilai guna/ manfaat suatu barang atau jasa.

Ciri-ciri kegiatan konsumsi sebagai berikut:

1. barang yang digunakan dalam kegiatan konsumsi merupakan barang konsumsi.
2. ditujukan langsung untuk memenuhi kebutuhan.
3. barang yang dipergunakan akan habis atau berkurang.

²⁹Sumarwan,Ujang,Sumarwan,*PerilakuKonsumen*, (Bogor: PT.Ghalia Indonesia2004)2002 hal. 58

Tujuan kegiatan konsumsi:

1. mengurangi nilai guna barang atau jasa secara bertahap.
2. menghabiskan nilai guna barang sekaligus.
3. memuaskan kebutuhan secara fisik.
4. memuaskan kebutuhan rohani.

Konsumerisme adalah paham atau aliran atau ideologi dimana seseorang atau kelompok melakukan atau menjalankan proses konsumsi atau pemakaian barang barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatutnya secara sadar dan berkelanjutan . Hal tersebut menjadikan manusia menjadi pecandu dari suatu produk, sehingga ketergantungan tersebut tidak dapat atau susah untuk dihilangkan.

Bila kita telesuri makna kata konsumtivisme maupun konsumerisme bukan sesuatu hal yang baru. Sebab pada dasarnya -isme yang satu ini ternyata sudah lama ada dan sejak awal telah mengakar kuat di dalam kemanusiaan kita (*our humanity*). Hal ini bisa kita lihat dari ekspresinya yang paling primitif hingga yang paling mutakhir di zaman modern ini.

Budaya konsumerisme marak muncul setelah masa industrialisasi, ketika barang-barang mulai diproduksi secara massal sehingga membutuhkan konsumen lebih luas. Media dalam hal ini menempati posisi strategis sekaligus menentukan; yaitu sebagai medium yang menjembatani produsen dengan masyarakat sebagai calon konsumen.

Tendensi yang ada dalam diri manusia untuk selalu tak pernah puas (*never-ending-discontentment*) "mau ini-mau itu" dengan hal-hal yang telah mereka miliki, ditambah dengan dorongan kuat ambisi pribadi dan semangat kompetisi untuk mencapai sesuatu yang lebih daripada tetangga sebelah membuat pola hidup konsumerisme (dibaca : konsumtivisme) semakin subur dan berkembang amat cepat .

B.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Didalam model perilaku konsumen terdapat karakteristik yang mempengaruhi pembelian konsumen. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, yaitu:³⁰

a. Faktor Individu

Setiap orang mempunyai bakat, minat, motivasi, dan selera sendiri, pola konsumsi juga dipengaruhi oleh faktor emosional, dengan kata lain bahwa perilaku individu banyak dipengaruhi oleh jiwa seseorang. Disamping itu ada faktor individu yang dipengaruhi oleh umur dan pendidikan, jenis kelamin dan lingkungan dimana seseorang itu tinggal.

b. Faktor Ekonomi

Jika kita berbicara tentang ekonomi berarti berbicara tentang kebutuhan hidup pokok yaitu kebutuhan yang minimal harus dipenuhi untuk dapat hidup layaknya manusia. Hal ini pertama mencakup kebutuhan primer atau kebutuhan fisik minimum secara kuantitatif: makanan, minuman, pakaian dan perumahan. Semakin tinggi terpenuhinya kebutuhan yang dimaksud, semakin tinggi pula kecenderungan untuk mengkonsumsi barang.

c. Faktor Budaya

Budaya adalah penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar, kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan lain serta kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat, hal ini merupakan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk mengkonsumsi.

d. Faktor Sosial

Sebagai masyarakat sosial, manusia ingin memenuhi kebutuhan sosialnya yakni kebutuhan yang timbul karena tuntutan hidup bersama dalam masyarakat, kedudukan tertentu dalam masyarakat mengharuskan orang melakukan berbagai hal agar dipandang layak.

³⁰T. Gilarso, *Pengantar Ekonomi Mikro*, jilid I (Yogyakarta: Kanisius, 1993), hal. 24

C. Perilaku Konsumsi Islami

C.1. Definisi Perilaku Konsumsi Islami

Islam adalah agama yang dalam ajarannya terdapat aturan-aturan mengenai segenap perilaku manusia. Begitu pula dalam masalah konsumsi, manusia diatur supaya dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya.

Konsumsi merupakan salah satu penggunaan dan pemanfaatan sumber daya atau barang-barang yang ada atau yang telah tersedia di alam dunia ini. Penggunaan dan pemanfaatan sumber daya dalam Islam diatur supaya digunakan secara baik. Diantara moral dalam berkonsumsi adalah membelanjakan harta pada hal-hal atau barang yang baik secara hemat dan kewajiban muslim untuk berinfak baik di jalan Allah atau untuk diri dan keluarganya.³¹

Dalam hal berkonsumsi terutama dalam persoalan mengkonsumsi makanan, Islam berada diantara suatu paham kebebasan soal makanan dan ekstrimis dalam soal larangan. Oleh karena itu, Islam kemudian mengumandangkan kepada segenap umat manusia dengan mengatakan:³²

هُوَئِذَا فَقَدْ غَضِبِي عَلَيْهِ تَحَلَّلَ وَمَنْ غَضِبِي عَلَيْكُمْ فَيَحِلَّ فِيهِ تَطَعُوا وَلَا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ كُلُوا

*Artinya: makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia.*³³

Di sini Islam memanggil manusia supaya makan hidangan besar yang baik yang telah disediakan oleh Allah, yaitu bumi lengkap dengan isinya. Hendaknya manusia tidak mengikuti kerajaan dan jejak syaitan yang selalu menggoda manusia supaya mau mengharamkan kebaikan-kebaikan yang dihalalkan Allah; dan syaitan juga menghendaki manusia supaya terjerumus dalam lembah kesesatan.

³¹ Yusuf al-Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, hal. 211

³² Yusuf al-Qardawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, alih bahasa: H. Mu'ammal Hamidy, (Surabaya: PT. Bina Ilmu Surabaya, 2010), hal. 52

³³ Qs. Taha (20): 81

Selanjutnya Islam mengumandangkan seruannya kepada orang-orang mukmin secara khusus. Sebagaimana firman Allah:

حُرِّمَ إِنَّمَا تَعْبُدُونَ. إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ لِّلَّهِ وَأَشْكُرُوا رَزَقَكُم مَّا طَيَّبْتُمْ مِنْ كُلِّ أَمْنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

رُزِقُوا إِنَّ عَلَيْهِ إِيَّتِم فَلَآ عَادٍ وَلَا بَاغٍ غَيْرَ أَضْطُرَّ فَمَنْ لِّلَّهِ لِعَبِيدِهِ أَهْلٌ وَمَا لَخَنِيرٍ وَلَحْمٌ وَالذَّمَّ أَلْمِيَّتَةَ عَلَيْكُمْ

رَّحِيمٌ غُفُو

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah (172). Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah, tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang (173)..³⁴

Dalam seruanNya secara khusus kepada orang-orang mukmin ini, Allah SWT memerintahkan mereka supaya senang dengan makanan yang baik dan supaya menunaikan hak nikmat itu, yaitu dengan bersyukur kepada zat yang memberinikmat. Selanjutnya, Allah menjelaskan pula bahwa Ia tidak mengharamkan atas mereka, kecuali empat macam seperti tersebut diatas. Dan yang seperti ini disebutkan juga dalam ayat lain yang agakya lebih tegas lagi dalam membatasi yang diharamkan itu pada empat macam sebagaimana firman Allah SWT:

نَهُ خَنِيرٍ لَحْمٌ أَوْ مَسْفُوحًا دَمًا أَوْ مِيَّتَةً يَكُونُ أَنْ إِلَّا يَطْعَمُهُ طَاعِمٍ عَلَى مُحَرَّمًا إِلَى أَوْ حَى مَا فِي أَجْدَلًا قُل

رَّحِيمٌ غُفُو رَبِّكَ فَإِنْ عَادٍ وَلَا بَاغٍ غَيْرَ أَضْطُرَّ فَمَنْ بِهِ لِّلَّهِ لِعَبِيدِهِ أَهْلٌ فَسَقًا أَوْ رَجْسًا فَا

Artinya: Katakanlah: "Tiadalah aku peroleh dalam wahyu yang diwahyukan kepadaKu, sesuatu yang diharamkan bagi orang yang hendak memakannya, kecuali kalau makanan itu bangkai, atau darah yang mengalir atau daging babi - karena Sesungguhnya semua itu kotor - atau binatang yang disembelih atas nama selain Allah. Barangsiapa yang dalam Keadaan terpaksa, sedang

³⁴ Q.S al-Baqarah (2): 172-173

Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka Sesungguhnya Tuhanmu Maha Pengampun lagi Maha Penyayang".³⁵

Dalam surat al-Maidah ayat 3 Allah menyebutkan binatang yang diharamkan itu dengan terperinci dan lebih banyak.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT:

النَّطِيحَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالْمَوْقُودَةُ وَالْمَنْخَنِقَةُ بِهِ ۗ وَاللَّهُ لَغَيْرِ أَهْلِ وَمَا الْخَنِزِيرُ وَحَمٌ وَالْدَّمُ الْمَيْتَةُ عَلَيْكُمْ حُرْمَتٌ

النَّصَبِ عَلَى ذُبْحٍ وَمَا ذَكَّيْتُمْ مَا إِلَّا السَّبْعُ أَكْلٌ وَمَا

Artinya: diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala.³⁶

Antara ayat ini yang menetapkan 10 macam binatang yang haram dengan ayat sebelumnya yang menetapkan 4 macam itu sama sekali tidak bertentangan. Ayat yang disebutkan disini hanya merupakan perincian dari ayat terdahulu.

Binatang yang dicekik, dipukul, jatuh dari atas, ditanduk, dan karena dimakan binatang buas, semuanya adalah termasuk dalam pengertian bangkai. Jadi, semua itu sekedar perincian dari kata bangkai. Begitu juga binatang yang disembelih untuk berhala adalah semakna yang disembelih bukan karena Allah. Jadi, kedua-duanya mempunyai pengertian yang sama. Ringkasnya, secara global binatang yang diharamkan itu ada empat macam dan jika diperinci ada sepuluh macam.

Dalam al-Qur'an petunjuk mengenai konsumsi dideskripsikan secara jelas mengenai penggunaan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting, sebagaimana Firman Allah SWT yang berbunyi:

كُلُوا اللَّهَ عَلِمَكُمْ مِمَّا تَعْمَلُونَ مِنْ مَكْلَبِينَ الْجَوَارِحِ مَنْ عَلَّمْتُمْ وَمَا الطَّيِّبَاتُ لَكُمْ أُحِلَّ قُلُوبُهُمْ أُحِلَّ مَا ذَايَسْتَلُونَ نَكَ

الْحِسَابِ سَرِيعٌ إِنَّ اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ وَاتَّقُوا عَلَيْهِ اللَّهُ اسْمٌ وَأَذْكُرُوا عَلَيْكُمْ أَمْسَكْنَ مِمَّا ف

³⁵ Q.S al- An'am (6): 145

³⁶ Q.S al-Maidah (5): 3

Artinya : mereka menanyakan kepadamu: "Apakah yang Dihalalkan bagi mereka?". Katakanlah: "Dihalalkan bagimu yang baik-baik dan (buruan yang ditangkap) oleh binatang buas yang telah kamu ajar dengan melatihnya untuk berburu; kamu mengajarnya menurut apa yang telah diajarkan Allah kepadamu. Maka makanlah dari apa yang ditangkapnya untukmu, dan sebutlah nama Allah atas binatang buas itu (waktu melepaskannya). dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat cepat hisab-Nya."³⁷

Dengan kata lain al-Qur'an menetapkan satu kata terhadap prinsip-prinsip umum yang mengatur penggunaan dalam suatu masyarakat muslim untuk memanfaatkan (konsumsi) kekayaan mereka pada hal-hal yang dianggap baik dan menyenangkan,³⁸ dan sebaliknya al-Qur'an telah menetapkan ketentuan atau aturan-aturan tegas tentang apakah barang itu sesuai atau dibolehkan bagi mereka, karena keleluasaan untuk menentukan tingkat kesucian atas penggunaan barang-barang, khususnya makanan sepenuhnya diserahkan kepada kaum muslimin itu sendiri.

Menurut Yusuf al-Qardāwī perilaku konsumsi Islami itu mencakup tiga hal, yakni.³⁹

1. Tidak kikir atau bakhil

Harta yang ada di dalam semesta ini adalah anugrah yang diberikan Allah SWT kepada manusia. Dan setiap manusia mempunyai hak yang disahkan menurut Islam untuk memiliki harta, namun kepemilikan harta itu bukanlah tujuan tetapi sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemashlahatan umum.

Perintah diwajibkan untuk membelanjakan harta tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan nabi-Nya. Kombinasi antara iman dan infak banyak terdapat di dalam ayat al-Qur'an, sebagaimana firman Allah:

﴿يُنْفِقُونَ رَزَقْنَهُمْ وَمِمَّا الصَّلَاةَ وَيُقِيمُونَ بِالْغَيْبِ يُؤْمِنُونَ الَّذِينَ

³⁷ QS al-Maidah (5) : 4

³⁸ Afzalurrahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, alih bahasa Soeryono, Nastangin, cet. II (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995) hal.19

³⁹ Yusuf al- Qardawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, cet. IV (Jakarta: Robbani Press, 2004), hal. 211

*Artinya: (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka.*⁴⁰

Dalam membelanjakan harta, Islam menggariskan bahwa tidak boleh melampaui batas, misalnya dalam menafkahkan hartanya untuk banyak orang dalam jumlah lebih besar dari pada nafkah pribadinya dan sebaliknya dalam membelanjakan harta tidak boleh terlalu menghemat baik untuk kepentingan pribadi maupun keluarganya. Sebagaimana firman Allah:

﴿مَحْسُورًا مَلُومًا فَتَقَعْدَ الْبَسِطِ كُلِّ تَبَسُّطِهَا وَلَا عُنُقِكِ إِلَىٰ مَغْلُوبَةٍ يَدِكَ فَتَجْعَلِ وَلَا

*Artinya: dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.*⁴¹

Adapun dalam membelanjakan harta menurut Yusuf al-Qardāwī ada beberapa sasaran, yaitu sebagai berikut⁴²:

a. Fii sabilillah

Yakni menafkahkan harta di jalan Allah, menurut beliau arti nafkah “di jalan Allah” diperluas, sehingga akan meliputi segala masalah yang baik, dan tidak dipersempit pada masalah-masalah yang ada hubungannya dengan jihad, misalnya untuk militer dan perlengkapannya saja. Arti jihad itu sangat luas, jihad tidak hanya dengan pedang atau perlengkapan militer saja, akan tetapi dengan pena atau lidah sudah termasuk bagian dari jihad, di bidang ekonomi, politik, pendidikan, atau sosial pun termasuk bagian dari jihad.⁴³

Dengan demikian arti jihad dalam ekonomi khususnya konsumsi termasuk berusaha dan mencegah untuk tidak *bakhil* atau kikir, juga termasuk berfoya-foya dan melakukan *kemubāḥiran*.

⁴⁰ QS. al-Baqarah (2):3

⁴¹ Q.S. al-Israa' (17): 29

⁴² Yusuf al-Qardāwī, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, hal 220

⁴³ Yusuf al-Qardāwī, *Fatawa Qardāwī: Permasalahan, Pemecahan, dan Hikmah*, alih bahasa Abdurrahman Ali Bauzir, cet. I (Surabaya: Risalah Gusti, 1993), hal.169

b. Untuk diri sendiri dan keluarga

Bentuk nafkah yang kedua adalah nafkah untuk diri sendiri dan keluarga yang ditanggungnya. Sudah seharusnya menjadi kewajiban bagi diri manusia yang telah dikaruniai oleh Allah sebagai makhluk yang paling sempurna ciptaan-Nya dibanding makhluk-makhluk yang lain untuk menjaga dan mempertahankan hidup sebagai rasa syukur, bukan hanya pada diri sendiri tetapi termasuk keluarganya.

Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta halal dan harta yang baik untuk dikonsumsi bagi dirinya maupun keluarganya, padahal sudah jelas mampu mendapatkannya. Perintah diwajibkannya manusia untuk menikmati kenikmatan yang halal, seperti makanan, minuman, dan perhiasan, dalam al-Qur'an diterangkan secara global, ayatnya berbunyi:

خَالِصَةً دُنْيَا الْحَيَاةِ فِيءِ ءَامِنُوا لِلَّذِينَ هِيَ قُلُوبُ الرِّزْقِ مِنَ وَالطَّيِّبَاتِ لِعِبَادِهِ ءِ اُخْرَجَ الَّتِي اللّٰهُ زَيَّنَتْ حَرَمَ مَنْ قُلُوبُ
يَعْمُونَ لِقَوْمٍ اَلَا يَنْتَفِعُونَ كَذَلِكَ الْقِيَمَةِ يَوْمَ

Artinya: 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." Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui.⁴⁴

Dalam hal ini juga tidak membenarkan kesengsaraan yang sengaja dijalani, dengan alasan untuk beribadah atau untuk menghemat uang karena hal tersebut termasuk sikap yang membinasakan kehidupan manusia.

Kehidupan istri dan anak-anaknya merupakan bagian dari kehidupan diri sendiri yang sudah sepatutnya untuk diberi nafkah, dan bukan hanya sekedar nafkah tetapi haruslah nafkah yang baik. Sebagaimana firman Allah yang berbunyi:

⁴⁴ QS. al-A'raf (7) : 32

رَوْعًا عَلَى قَدْرِهِ، وَالْمُوسِعَ عَلَى وَاسِعِهِ، وَتَمَسُّهُنَّ لَمَّا نَسِيْنَ مَا نَسِيَْنَ طَلَّقْتُمْ إِنْ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ لَّا

الْحَسْبُ لِلْحَسْبِ عَلَى حَقِّهَا بِالْمَعْرُوفِ مَتَّعًا قَدْرَهُ وَالْمَقْتَةَ

Artinya: tidak ada kewajiban membayar (mahar) atas kamu, jika kamu menceraikan isteri-isteri kamu sebelum kamu bercampur dengan mereka dan sebelum kamu menentukan maharnya. dan hendaklah kamu berikan suatu mut'ah (pemberian) kepada mereka. orang yang mampu menurut kemampuannya dan orang yang miskin menurut kemampuannya (pula), Yaitu pemberian menurut yang patut. yang demikian itu merupakan ketentuan bagi orang-orang yang berbuat kebajikan.⁴⁵

Bukan hanya nafkah yang baik yang harus diberikan, namun termasuk membangun rumah yang luas dan nyaman. Dalam pembangunan rumah ini seseorang harus mempunyai sikap yang sama dalam memberikan dan mengkonsumsi nafkah yang diberikan, yaitu sikap tidak boros atau *mubāḥir*.

Keindahan dalam rumah bukan berarti mendorong untuk bersikap boros, karena keindahan ini sifatnya relatif yaitu tergantung pada tempat dan waktu.

2. Tidak *Mubāḥir*

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahkan di jalan Allah. Dengan kata lain, bahwa Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan.

Mubāḥir adalah menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan pahala. Di dalam kamus, *tabḥir* artinya “pemborosan dan penghamburan harta”.

Menurut sebagian orang, menghambur-hamburkan uang selalu berkaitan dengan sikap boros dalam membelanjakan barang yang haram. Tetapi pendapat yang paling kuat adalah, menghambur-hamburkan uang itu berkaitan dengan segala jenis pembelanjaan yang tidak diizinkan oleh syari'at, baik untuk kepentingan agama maupun kepentingan dunia.

⁴⁵ QS. al- Baqarah (2): 236

Betapa banyak ditemukan bahwa manusia membelanjakan hartanya untuk membeli minuman keras, narkoba, dan barang memabukkan lainnya, sedang dia hidup dalam kemiskinan.

Sikap *mubāhir* menghilangkan kemaslahatan harta, baik kemaslahatan pribadi maupun orang lain. Lain halnya jika harta atau uang itu dinafkahkan untuk kebaikan dan untuk memperoleh pahala, dengan tidak mengabaikan tanggungan yang lebih penting. Dan pola hidup sederhana tidak hanya dituntut dalam kehidupan pribadi akan tetapi pola hidup sederhana juga dituntut dalam kehidupan bernegara.

Sikap boros termasuk sikap yang merusak harta, meremehkan, atau kurang merawatnya sehingga rusak dan binasa. Perbuatan ini termasuk kriteria menghambur-hamburkan uang yang dilarang, contohnya adalah menelantarkan hewan hingga kelaparan dan sakit, menelantarkan tanaman hingga rusak, dan lain-lain.

Islam tidak hanya menentang sikap berlebih-lebihan dalam beribadah seperti puasa, shalat, membaca al-Qur'an, bangun malam sehingga mengganggu kesehatan badan karenanya. Islam adalah agama yang memperhatikan kesehatan badan dengan cara menunjukkan pola hidup sederhana.

3. Kesederhanaan

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkalkannya di jalan Allah dengan sikap sederhana, dalam firman Allah SWT :

﴿قَوَامًا ذَلِك بَيْنَ وَكَانَ يَفْتُرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذًا وَالَّذِينَ

*Artinya: dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*⁴⁶

⁴⁶ QS. al- Furqan (25): 67

Sikap sederhana semakin ditekankan ketika pemasukan seseorang minim, dengan cara menahan atau mengurangi pengeluarannya. Kesederhanaan dalam konsumsi ini berlaku bagi siapa saja.

Pada prinsipnya setiap individu dalam syari'at Islam bebas untuk mengkonsumsi rizki yang baik dan yang dihalalkan Allah, tapi dengan syarat tidak membahayakan diri, keluarga ataupun masyarakat. Kebebasan yang diberikan Allah bukan berarti benar-benar lepas dan dapat berlaku sekehendak hati tanpa ada batasan hingga jika melampaui dari batas kemampuan finansialnya dia akan memutuskan untuk berhutang.

Menurut Yusuf al-Qardāwī, bukan hanya sikap sederhana yang harus diterapkan tetapi juga dalam hal menghindari kemewahan demikian juga adanya, karena kemewahan merupakan sikap yang dilarang. Sebagaimana firman Allah SWT:

﴿مُتْرَفِينَ. ذَلِكَ قَبْلَ كَانُوا إِيَّاهُمْ﴾ ﴿٤٤﴾ كَرِيمٍ وَلَا بَارِدٍ لَّا ﴿٤٣﴾ حُمُومٍ مِّنْ وَظِلٍّ ﴿٤٢﴾ وَحَمِيمٍ سُمُوفٍ

Artinya: dalam (siksaan) angin yang Amat panas, dan air panas yang mendidih(42). dan dalam naungan asap yang hitam(43). tidak sejuk dan tidak menyenangkan(44). Sesungguhnya mereka sebelum itu hidup bermewahan(45).⁴⁷

Ayat di atas menjelaskan bahwa orang-orang yang hidup mewah dalam perspektif al-Qur'an dianggap sebagai musuh dalam setiap, lawan setiap gerakan perbaikan dan kemajuan. Kemewahan di sini yaitu terlampaui berlebihan dalam berbagai bentuk kenikmatan dan berbagai sarana hiburan, serta segala sesuatu yang dapat memenuhi perut dari berbagai jenis makanan dan minuman serta apa saja yang memadai rumah dari perabot dan hiasan, seni dan patung serta berbagai peralatan dari emas dan perak dan sejenisnya.

Dalam Islam kemewahan merupakan faktor utama dari kerusakan dan kehancuran bagi diri sendiri dan masyarakat, sementara standar kemewahan antara satu orang dengan orang lain sangat berbeda dan tergantung pada

⁴⁷ Q.S al-Waqi'ah (56): 42-45

pendapatan masing-masing. Walaupun standar kemewahan terkait dengan pendapatan individu, namun Islam menetapkan beberapa jenis barang yang tergolong sebagai tanda kemewahan, di antaranya adalah:⁴⁸

a. Bejana emas dan perak

Islam mengharamkan membuat bejana dari emas atau perak. Bejana emas dan perak ini bukan hanya tidak boleh digunakan untuk makan dan minum, akan tetapi termasuk dalam perhiasan rumah, terutama patung-patung emas dan perak.

b. Kasur dari bahan kain sutra murni bagi perempuan juga laki-laki

Selain dilarang memakai cawan emas dan perak Nabi Saw juga melarang memakai sutra atau duduk di atasnya. Hikmahnya agama mengharamkan hal-hal tersebut adalah dengan tujuan membersihkan rumah dari unsur-unsur kemewahan/ berlebihan.

c. Gelang emas dan pakaian sutra bagi laki-laki

Diharamkannya emas dan pakaian sutra bagi laki-laki karena ditakutkan dalam pemakaian benda tersebut dapat menimbulkan berlebihan dan kesombongan serta dapat membuat kecemburuan orang-orang fakir. Adapun dibolehkan perempuan berhias dengan emas dan sutra adalah demi kepentingan suami, bukan untuk orang lain. Yang termasuk benda/ barang yang diharamkan pemakaiannya bagi laki-laki adalah pena emas, jam tangan dari emas, korek api dan emas sejenisnya.

Yusuf al-Qardāwī menekankan kesederhanaan dalam hal konsumsi, tidak hanya pada seseorang dan keluarganya, namun kesederhanaan dalam pembelanjaan ditekankan pada kepentingan masyarakat atau umum dan dalam pembelanjaan Negara.⁴⁹

C.2. Dasar Hukum Konsumsi

⁴⁸Yusuf al-Qardawī, *Halal dan Haram Dalam Islam*, hal. 132

⁴⁹Yusuf al-Qardāwī, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, alih bahasa Didin Hafiduddin, dkk., cet. I (Jakarta: Robbani Press, 1997), hal. 278

Hukum berasal dari kata hukm dalam bahasa Arab, artinya norma atau kaidah yang menjadi ukuran, tolak ukur, patokan, pedoman yang dipergunakan untuk menilai tingkah laku atau perbuatan manusia.⁵⁰

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia, demikian pula dalam masalah konsumsi, dibangun atas dasar syari'ah Islam yang mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi *kemaslahatan* hidupnya.

Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi tersebut terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, Afzalur Rahman menyatakannya sebagai sumber kualitas dan kemurnian (keaslian)⁵¹ al-Qur'an merupakan Kalam Allah, maka memiliki derajat kebenaran yang mutlak,⁵² oleh karena itu kebenarannya tidak memerlukan verifikasi dan justifikasi dari sesuatu di luar al-Qur'an. Sedangkan as-Sunnah adalah cara, adat istiadat, dan kebiasaan hidup yang mengacu kepada perilaku Rasulullah Saw yang dijadikan teladan.⁵³ Keduanya merupakan sumber normatif tertinggi dalam Islam dan jawaban atas problematika kehidupan yang dihadapi manusia.

Beberapa kaidah yang ada dalam al-Qur'an yang menunjukkan dasar hukum konsumsi diantaranya adalah:

﴿مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوَاتٍ تَتَّبِعُونَ أَوْ لَا طَيْبًا حَلَالًا إِلَّا الْأَرْضُ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَتَأْتِيهَا﴾

*Artinya: 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.*⁵⁴

Ayat yang selanjutnya berbunyi:

﴿تَعْبُدُونَ إِيَّاهُ كُنْتُمْ إِنْ لِلَّهِ وَأَشْكُرُوا رَزَقَكُمْ مَا طَيَّبْتُمْ مِنْ كُلُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا﴾

⁵⁰ Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam, Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), hal. 39

⁵¹ Ibid, Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, II: 18

⁵² Fahid bin Abdurrahman ar-Rumi, *Ummul Qur'an* (Yogyakarta: Titian Ilahi Press, 1997), hal. 41

⁵³ Oman Faturrahman dan Zarkasi Abdussalam, *Pengantar Ilmu Fiqh, Ushul Fiqh* (Yogyakarta: PT Karunia Kala Semesta, 1994), hal. 97

⁵⁴ QS. al- Baqarah (2): 168

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.⁵⁵

Dan dari firman Allah yang lain berbunyi:

هُوَئِذَا فَقَدْ غَضِبِي عَلَيْهِ تَحَلَّلْ وَمَنْ غَضِبِي عَلَيْكُمْ فَاحْلُ فِيهِ تَطْعَوْا وَلَا رَزَقْنَاكُمْ مَا طَابَتْ مِنْ كُلُوا

Artinya:makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia.⁵⁶

Dari ayat-ayat yang tersebut diatas menyatakan bahwa Al-Qur'an menegaskan terhadap prinsip-prinsip umum yang mengatur penggunaan kekayaan dalam suatu masyarakat untuk memanfaatkan (konsumsi) kekayaan pada hal-hal yang dianggap baik dan menyenangkan.

C.3. Nilai-Nilai Islam Dalam Pola Perilaku Konsumsi

Ulama Islam telah menyepakati bahwa salah satu tujuan terpenting syari'ah adalah mengurangi kesulitan dan berusaha untuk mewujudkan hidup manusia lebih nyaman.

Dalam realitas empiris, urgensi norma/ nilai dalam membangun perilaku ekonomi jelas-jelas tak terbantahkan. Sejarah perkembangan ekonomi dan peradaban di masa Rasulullah Saw merupakan bukti historis empiris yang amat valid.Tata perekonomian dan seluruh aspek kehidupan masyarakat pada saat itu menjadi lebih baik.Sebelum turunnya Islam, masyarakat Arab adalah masyarakat yang hidup dalam peradaban rendah, kebodohan, dan tidak bermartabat.Masa ini sering disebut dengan masa Jahiliyah. Hanya dalam waktu kurang dari 23 tahun, masyarakat Muslim Arab kemudian telah berubah menjadi suatu masyarakat yang memiliki peradaban tinggi,

⁵⁵ QS. al- Baqarah (2): 172

⁵⁶ Qs. Taha (20): 81

sehingga seringkali diidealisasikan sebagai suatu model masyarakat yang paling beradab.

Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya, serta menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera. Oleh karena itu seorang muslim harus memperhatikan dan berpedoman pada nilai-nilai Islam dalam berkonsumsi.

Nilai-nilai yang telah menjadi komitmen bagi umat manusia secara umum termasuk umat Islam sendiri merupakan nilai yang tidak hanya harus dipatuhi untuk memperbaiki kualitas diri pribadi, namun harus juga diperjuangkan untuk memperbaiki kualitas sosial masyarakat, karena individu merupakan bagian dari bangunan masyarakat secara luas. Kehidupan individu akan terasa nyaman apabila kondisi masyarakatnya juga mendukung, sebaliknya kehidupan masyarakat sangat dipengaruhi oleh sejauh mana kualitas kehidupan masing-masing individunya.

Kehidupan bermasyarakat ibarat seperti kehidupan dalam “satu bangunan/tubuh” yang satu sama lain saling mendukung dan memperkuat.

Berikut ini adalah beberapa implikasi nilai-nilai Islam terhadap pola perilaku konsumsi⁵⁷:

- a. Implikasi positif nilai Islam yang pertama adalah bahwasannya manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau Negara, khususnya dalam bidang konsumsi. Terselenggaranya keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah, sebagaimana dalam firman Allah SWT:

﴿الْمَنْزِلُونَ نَحْنُ أَمْ الْمَزِينِ مِنَ أَنْزَلْتُمُوهُ أَنْتُمْ﴾ تَشْرَبُونَ الَّذِي آفَرَأَيْتُمْ

Artinya: Maka Terangkanlah kepadaku tentang air yang kamu minum(68). kamukah yang menurunkannya atau kamikah yang menurunkannya? (69)⁵⁸

⁵⁷ Yusuf al-Qardawi, *Peran Nilai dan Moral Dalam Perekonomian Islam*, alih bahasa Didin Hafiduddin, dkk, cet.I, (Jakarta: Rabbani Press, 1997)

⁵⁸ QS. al-Waqi'ah (56): 68-69

Keimanan merupakan daftar pertama bagi tujuan syari'ah karena memberikan cara pandang yang cenderung mempengaruhi kepribadian, yaitu perilaku, gaya hidup, selera, dan prefensi manusia, sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan juga terhadap sesama manusia, sumber daya dan juga terhadap lingkungan.

- b. Seorang muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang haram atau barang yang diperoleh dengan cara haram, seperti mengkonsumsi makanan/minuman beralkohol, mengkonsumsi barang/jasa hasil proses mencuri, merampok, korupsi dan sebagainya. Pelarangan penggunaan barang yang dilarang tersebut akan mengakibatkan pemanfaatan dan penggunaan terhadap barang tersebut akan dihapuskan dari daftar. Namun demikian, bagi kepentingan tertentu misalnya untuk penelitian, persediaan, dan sebagainya tetap dimungkinkan permintaan barang haram tersebut. Segala sesuatu harus dilakukan secara *halalan tayyiba* yaitu benar secara hukum Islam dan baik dari perspektif nilai dan moralitas Islam, selain itu melarang segala perbuatan yang dapat menimbulkan kerusakan (*mudarat*), baik kerusakan diri sendiri maupun lingkungan dan mendorong perbuatan yang memberikan manfaat (*maslahah*).
- c. Seperti telah disebutkan di dalam al-Qur'an dan as-Sunnah, dengan tegas Islam melarang kehidupan yang konsumtif karena cara hidup seperti ini bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Seorang muslim tidak akan memaksa untuk berbelanja barang-barang yang berada di luar jangkauan standar pendapatannya/penghasilannya. Meskipun ia dapat meningkatkan pendapatannya dari hutang atau kegiatan yang bersifat *syubhat*, karena kegiatan ini akan menimbulkan akibat yang buruk, seperti: pertama, terkondisi untuk mempermudah masalah, kedua, mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal yang sama dikarenakan alasan gengsi (*prestise*); ketiga, akan menimbulkan kecemburuan sosial dan diskriminasi sosial. Penggunaan barang mewah bagi seseorang haruslah terlebih dahulu memperhatikan keadaan masyarakat di sekitarnya, karena jika standar pendapatan masyarakat secara keseluruhannya adalah rendah, maka alternatif dari penggunaan terhadap barang mewah harus diminimalisir.

Penggunaan sebagian barang dengan nilai untuk memperlihatkan kekayaan atau menaikkan gengsi seseorang (*prestise*) merupakan hal yang dilarang, karena tabiat seperti ini tidak sesuai dengan semangat Islam. Secara implisit larangan terhadap pemborosan/ perilaku konsumtif yang ditekankan pada konsumen muslim menghendaki bahwasannya seorang konsumen muslim bersedia membatasi penggunaan barang mewah, kendati mereka mampu untuk membeli dan menggunakannya.

- d. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim, bukan dikarenakan pengaruh prefensi semata. Tetapi didasarkan atas pertimbangan bahwa pilihan ini berguna bagi *kemaslahatan*. Oleh karena itu, seorang muslim tidak sekedar memperhitungkan besarnya jumlah barang yang diperoleh dari pemanfaatan secara maksimal pengeluaran, tetapi juga memperhitungkan skala prioritas dari berbagai barang yang akan diperoleh dari memanfaatkan pengeluaran tersebut. Keadaan ini akan menghindari pola hidup yang berlebihan/ *ekstravaganza*, sehingga stabilitas ekonomi dapat terjaga konsistensinya dalam jangka waktu panjang, sebab pola konsumsi yang didasarkan pada kebutuhan akan menghindari pengaruh-pengaruh pola konsumsi yang tidak perlu.
- e. Dalam pola hidup sederhana, terkandung hikmah penting yaitu: pertama, akan membimbing, memperindah, dan meninggikan moralitas serta psikologis umat ke arah pelaksanaan *amar ma'ruf nahii munkar*; kedua, akan mendidik umat Islam tentang arti pentingnya hidup bersosial.
- f. Kegiatan-kegiatan sosial seperti; zakat, infak, shadaqoh, dan sebagainya yang berfungsi sebagai pendistribusian harta kepada masyarakat memastikan bahwa setiap individu berhak memperoleh kebutuhan hidup yang sesuai dengan kehidupannya disamping untuk menghindari ketimpangan sosial yang terjadi. Tinggi rendahnya kegiatan sosial diasumsikan sebagai dampak dari tinggi rendahnya rasa syukur atau kepuasan seorang muslim. Bagi seorang muslim, kepuasan terjadi bila ia memahami apa yang didapatkannya sebagai proses untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Proses ini yang mengantarkan manusia untuk

berpikir bahwa apapun yang terjadi pada kehidupannya adalah kehendak Allah untuk kemaslahatan dan kebaikan manusia. Dengan begitu manusia dalam kehidupannya akan berada dalam kondisi selalu puas dan bersyukur atas apa yang didapatkannya, maka kepuasan seorang muslim terletak pada kesyukurannya.

g. Dalam berkonsumsi seorang muslim menyadari bahwa ia menjadi bagian dari masyarakat karena dalam memenuhi kebutuhannya tak bisa dilakukan seorang diri, maka dituntut untuk saling menghargai dan menghormati keberadaan sesamanya. Bila keadaan menjadi kesadaran bersama, maka implikasi positif yang timbul akan terbangun kehidupan yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial.

h. Adanya keselarasan kepentingan antara individu, masyarakat, dan pemerintah dalam mewujudkan semangat Islam, akan mendorong individu untuk lebih aktif menyambut kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan tujuan sosial seperti membayar pajak, ambil bagian dalam kontrol sosial yang bertujuan menjaga kepentingan bersama.

Hukum dan tatanan Islam merupakan kesatuan yang saling melengkapi dan saling mengisi. Prinsip-prinsip yang terkandung di dalamnya juga saling menyempurnakan dan saling mengisi sehingga semuanya bertemu pada kaidah Islam yang menyeluruh. Karena itu dalam penetapan hukum mengenai berbagai masalah tidak boleh mendasarkan pandangannya pada soal demi soal secara terpisah-pisah, tetapi harus selalu mengembalikan pandangannya pada kaidah yang menyeluruh.

D. Hubungan Gaya Hidup dengan Perilaku Konsumen

Gaya hidup pada dasarnya adalah suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbau dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen. Menurut Sumarwan perilaku konsumen dapat diamati atau diukur dengan

sistem AIO (*Activities, Interest and Opinion*) dalam pengertian:⁵⁹ 1) Bagaimana mereka mempergunakan waktu dalam kehidupan sehari-hari, 2) Apa saja yang menjadi minat atau apa saja yang ada disekeliling mereka yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi sosial, 3) Bagaimana pendapat atau opini memandang diri sendiri dan terhadap dunia di sekeliling mereka, 4) Karakteristik dasar kelompok konsumen tersebut umumnya dapat didasarkan pada wilayah geografis. Keempat hal tersebut di atas dapat memberikan gambaran gaya hidup secara komprehensif pada suatu kelompok konsumen.

Pendapat ini juga tampak sejalan dengan Plummer yang menekankan kepada tiga hal penting yang dapat dipergunakan untuk mengevaluasi gaya hidup konsumen sehari-hari, yaitu:⁶⁰ apa yang mereka rasakan, bagaimana sikap dan opini mereka terhadap berbagai fakta kehidupan. Katakan di sini sebagai contoh bagaimana produk mie instan yang saat ini sangat dikenal luas. Fenomena ini pokok pangkalnya adalah stratifikasi sosial, sebuah struktur sosial yang terdiri lapisan-lapisan: dari lapisan teratas sampai lapisan terbawah. Dalam struktur masyarakat modern, status sosial haruslah diperjuangkan (*achieved*) dan bukannya karena diberi atau berdasarkan garis keturunan (*ascribed*). Selayaknya status sosial merupakan penghargaan masyarakat atas prestasi yang dicapai oleh seseorang. Jika seseorang telah mencapai suatu prestasi tertentu, ia layak ditempatkan pada lapisan tertentu dalam masyarakatnya. Semua orang diharapkan mempunyai kesempatan yang sama untuk meraih prestasi, dan melahirkan kompetisi untuk meraihnya.

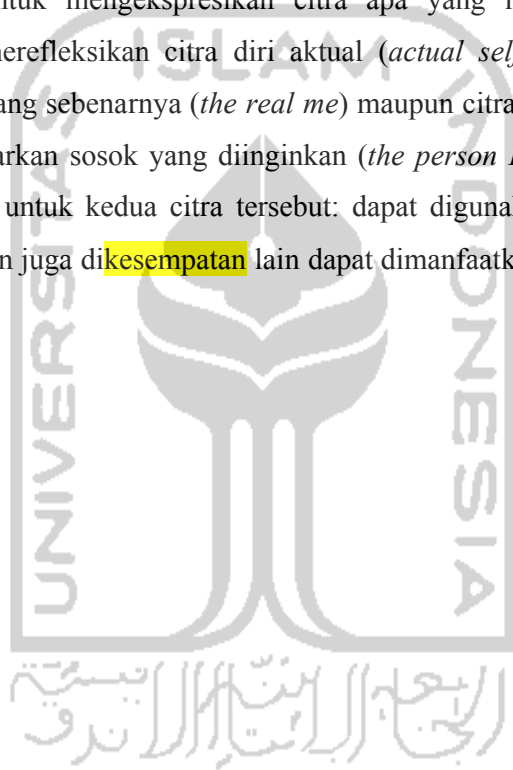
Faktor-faktor lingkungan adalah suatu pola eksternal dalam mempengaruhi pola berfikir manusia dalam bersikap, yang akhirnya menjadi gaya hidup dan perilaku seseorang dalam menjalani kehidupannya sehari-hari. Pendapatan adalah sebuah hal pokok yang akhirnya membentuk sebuah perilaku konsumen dalam bersikap dan juga memenuhi kebutuhan hidupnya. Seseorang yang memiliki pendapatan besar tentu memiliki gaya hidup yang berbeda dalam menjalani sebuah kehidupannya sehingga munculah sebuah perilaku konsumerisme, yaitu pola hidup

⁵⁹Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: PT. Ghalia Indonesia 2004)

⁶⁰Plumer, Joseph, *The Concept and Application of Life Style Segmentation* dalam *Journal of Marketing*, (38 January 1974), hal. 33-37

yang berlebih-lebihan dalam mengambil keputusan untuk sebuah pola yang lebih dari apa yang dibutuhkan.

Secara tidak langsung gaya hidup yang ada akan membentuk masyarakat sosial dalam beberapa kelas. Kelas sosial ini seperti yang diklasifikasikan oleh Coleman menjadi 7 kelas sosial masing-masing kelas;atas-atas, atas bawah, menengah atas, kelas menengah, kelas pekerja, bawah atas, bawah-bawah.Hal ini terkait dengan konsep diri (*self concept*). Konsumen menganggap produk-produk tersebut dapat membantunya untuk mengekspresikan citra apa yang ingin dipancarkan. Citra tersebut dapat merefleksikan citra diri aktual (*actual self*) yang menggambarkan gambaran saya yang sebenarnya (*the real me*) maupun citra diri ideal (*the ideal self*) yang menggambarkan sosok yang diinginkan (*the person Id like to be*). Produk ini dapat digunakan untuk kedua citra tersebut: dapat digunakan untuk merefleksikan siapa diri kita, dan juga di **kesempatan** lain dapat dimanfaatkan menjadi apa yang kita inginkan.⁶¹



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

⁶¹Dikutip dari <http://www.jakartaconsulting.com/art-01-11.htm>
<http://www.surabayapost.co.id>, diakses pada tanggal 1 Maret 2012

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat kuantitatif. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif sosial struktur, yaitu pendekatan yang mengukur gaya hidup berdasarkan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa. Yang mencoba mengungkap bagaimana gaya hidup mahasiswa mempengaruhi perilaku konsumsi (budaya konsumerisme) dan apa implikasi budaya konsumerisme tersebut terhadap ekspresi gaya hidup mahasiswa jurusan ekonomi Islam di Yogyakarta.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di 3 Perguruan Tinggi di Yogyakarta (studi di UII, UIN, dan UMY). Lokasi dipilih berdasarkan kemudahan akses dan sebagai refleksi sederhana kehidupan mahasiswa/i yang ada di Yogyakarta.

C. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang digunakan meliputi variabel bebas (variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain) dan variabel terikat (variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh pengaruh variabel lain).⁶² Variabel bebas dalam penelitian ini adalah tentang gaya hidup yang terdiri dari 3 atribut yaitu *activities (aktivitas)*, *Opinion (Opini)*, dan *Interest (Minat)*. Sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Perilaku Konsumsi Islam.

D. Definisi Operasional Variabel Penelitian dan Pengukuran

D. 1. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan salah satu cara segmentasi secara psikografi dan gaya hidup ini mampu mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya akan menentukan pilihan-pilihan seseorang pada suatu produk.

Pendapat lain menyatakan bahwa: “Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana dia menggunakan waktu dan

⁶² Iqbal Hasan, *Analisis*, hal. 13

uang.”(*lifestyle refers to a pattern of consumption reflecting a persons’choices of how he or she spend time and money*).⁶³

Pada umumnya, studi segmentasi gaya hidup dijelaskan dalam 3 instrumen, yakni AIO (*activities, interest, opinion*), dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Aktivitas

Dimensi aktivitas ini meliputi apa yang dilakukan oleh konsumen, apa yang dibeli oleh konsumen, dan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya. Individu dengan gaya hidup tinggi biasanya akan menghabiskan waktu dan uangnya untuk berbelanja ataupun mengkonsumsi barang-barang eksklusif.

b. Minat

Dimensi minat ini mencakup preferensi dan prioritas konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Individu yang memiliki standar hidup memiliki minat yang tinggi pula dalam menjaga penampilannya, dengan membeli/ mengkonsumsi barang eksklusif yang akan menunjang penampilannya di lingkungan sosial.

c. Opini

Terdiri dari pandangan dan perasaan konsumen terhadap produk-produk yang ada di kehidupannya. Individu dengan gaya hidup yang tinggi cenderung memiliki pandangan dan perasaan yang positif dalam menggunakan barang-barang eksklusif.

D.2. Perilaku Konsumsi Islam

Berbeda dengan konsumen konvensional. Seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki 2 sisi, yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagianya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah.

- Model Keseimbangan konsumsi Islam

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Dalam ekonomi islam. Kepuasan konsumsi seorang Muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakannya.

⁶³Michael Solomon, *Consumer Behaviour*. Second Edition.(USA: Allyn and Bacon.1994)

- Batasan Konsumsi dalam syari'ah

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.

E. Populasi dan Metode Penentuan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ekonomi Islam di Yogyakarta. Sampel adalah sebagian individu yang diselidiki dari keseluruhan individu penelitian. Sampel yang baik adalah sampel yang memiliki populasi yang representatif, artinya menggambarkan keadaan populasi atau mencerminkan populasi secara maksimal.⁶⁴

Populasi yang penulis gunakan memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- Mahasiswa-mahasiswi aktif yang sedang menempuh studi di UII, UIN, dan UMY
- Pendidikan formal subjek adalah Perguruan Tinggi.

Teknik pengambilan sampel merupakan cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data yang sebenarnya, dengan memperhatikan sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representatif dan benar-benar mewakili populasi.⁶⁵ Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang berdasarkan pada ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang diperkirakan mempunyai sangkut paut erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat yang ada dalam populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sehingga, ciri-ciri atau sifat-sifat spesifik yang ada atau dilihat dalam populasi dijadikan kunci untuk pengambilan sampel.⁶⁶ Sampel penelitian ini diambil dari :

- Mahasiswa/i aktif angkatan 2009 dan 2010, jurusan Ekonomi Islam di UII,

⁶⁴ Child Narbuko & Abu Achmadi, *Metodologi Penelitian*, Cet. Ketujuh (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hal. 107

⁶⁵ Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhidin, *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2006), hal. 63

⁶⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, cet. Ke-1, (Bandung: CV. Alfabeta, 2000) hal: 73

- Mahasiswa/i aktif angkatan 2009 dan 2010, konsentrasi Lembaga Keuangan Islam di UIN
- Mahasiswa/i aktif angkatan 2009 dan 2010, jurusan Ekonomi Perbankan Islam di UMY

Dari masing-masing Universitas akan diambil sampel sebanyak 40 orang, hingga total keseluruhan adalah 120 orang.

F. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

F.1. Jenis Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diambil dari Subyek pertama langsung dari subyek yang diteliti.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur-literatur dari informasi-informasi di luar obyek penelitian yang berhubungan dengan penelitian.

F.2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, pengumpulan data terdiri dari :

a. Angket atau kuisisioner

Angket atau kuisisioner yang disebarkan pada mahasiswa adalah sejumlah pertanyaan tertulis digunakan untuk memperoleh informasi terkait perilaku konsumsi mereka dalam kesehariannya dilihat dari gaya hidup yang dijalani.

Alasan digunakan angket yaitu:

1. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
2. Apa yang dikatakan subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya.
3. Interpretasi subjek tentang pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepadanya adalah sama dengan yang dimaksud peneliti

b. Observasi

Peneliti mencoba mengadakan observasi partisipasi yaitu pengamatan dan pencatatan terhadap gejala yang nampak, dalam hal ini penulis secara langsung mengamati bagaimana proses kehidupan mahasiswa. Peneliti/

penulis seringkali berada pada posisi yang sama dengan yang diteliti, sehingga peneliti memiliki wawasan yang penting dari situasi tersebut dan memahami individu maupun kelompok.⁶⁷

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu upaya mengumpulkan data yang berkenaan dengan persoalan yang diteliti yang berupa arsip yang telah dibukukan. Dokumentasi dapat berupa buku-buku, ensiklopedi, majalah, makalah, artikel, dan tulisan-tulisan lain yang berkaitan dengan topik penelitian. Data yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan data yang mendukung data primer yang didapatkan di lapangan.⁶⁸

G. Metode Analisis Data

G.1. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis data secara matematis statistika dengan menggunakan bentuk-bentuk perhitungan. Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami.

G.2. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda digunakan apabila variabel bebas (*dependen*) lebih dari satu variabel dan untuk mengukur pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat (*independen*). Analisis data dengan Regresi Berganda dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan bantuan program *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan:

Y : Perilaku konsumsi Islami

b₀ : Konstanta regresi

b₁ : Koefisien aktivitas

b₂ : Koefisien opini

⁶⁷ Hadari Nawawi, *Metodologi Penelitian Bidang Sosial* (Yogyakarta: Gajah Mada Press, 1985), hal. 100

⁶⁸ Nasution, *Metode Research (Penelitian)* : PT. Bumi Aksara, 2004, hal. 106

- b_3 : Koefisien minat
- X_1 : Aktivitas
- X_2 : Opini
- X_3 : Minat

H. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami, maka dilakukan uji serentak atau Uji-F dan untuk mengetahui variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumsi Islami dilakukan Uji Parsial atau Uji-t. Untuk menguji hipotesis yang diajukan akan dilakukan:

H.1. Pengujian Hipotesis dengan Uji Parsial (Uji t)

Untuk membuktikan hipotesis kedua digunakan uji t dengan tujuan mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan uji t dapat diketahui apakah variabel gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap variabel perilaku konsumsi Islam.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

a) Membuat Formulasi Hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh signifikan antara gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumsi Islami.

H_a : Ada pengaruh signifikan antara gaya hidup secara parsial terhadap perilaku konsumsi Islami.

b) Menetapkan Taraf Signifikansi dan Kriteria Pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya:

H_0 diterima jika Probabilitas $\geq \alpha$

H_0 ditolak jika Probabilitas $\leq \alpha$

c) Melakukan Perhitungan dengan Bantuan Program SPSS (*Statistical Program for Social Science*)

d) Kesimpulan:

Dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2

H.2. Pengujian Hipotesis dengan Uji Serentak (Uji-F)

Digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara serentak/bersama-sama terhadap variabel terikat. Dengan Uji F dapat diketahui apakah variabel pemahaman gaya hidup berpengaruh secara simultan/serentak terhadap variabel perilaku konsumsi Islami.

Langkah-langkah pengujiannya adalah:

a) Membuat Formulasi Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh signifikan antara gaya hidup secara serentak terhadap perilaku konsumsi Islami.

Ha: Ada pengaruh signifikan antara gaya hidup secara serentak terhadap perilaku konsumsi Islami.

b) Menetapkan Taraf Signifikansi dan Kriteria Pengujian:

Dalam penelitian ini digunakan taraf signifikansi (α) sebesar 5%, sehingga kriteria pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

Ho diterima jika Probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika Probabilitas $\leq \alpha$

c) Melakukan Perhitungan dengan Bantuan Program SPSS

d) Kesimpulan:

Dibuat dengan cara membandingkan hasil perhitungan pada langkah 3 dengan 2.

I. Instrumen Penelitian

Agar jawaban responden dapat dianalisis, akan digunakan skala interval yang berupa skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Tiap responden cukup mengemukakan pendapatnya apakah ia sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju atau sangat tidak setuju.

Adapun nilai dari setiap alternatif jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut:

1. Sangat Setuju : bernilai 5
2. Setuju : bernilai 4
3. Kurang setuju : bernilai 3
4. Tidak Setuju : bernilai 2
5. Sangat Tidak Setuju : bernilai 1

J. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

J.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau validnya suatu kuesioner. Kuesioner akan dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan tujuan kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan uji *Korelasi Product Moment* dengan bantuan program *SPSS*, dimana jika r hitung (untuk r setiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel, maka butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{((N \sum X^2) - (\sum X)^2) ((N \sum Y^2) - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r_{xy} : koefisien korelasi antara item dengan total
 N : jumlah subjek
 X : skor responden untuk tiap item
 Y : total skor tiap responden dari seluruh item
 $\sum XY$: jumlah perkalian skor item dengan skor total
 $\sum X$: jumlah skor dalam distribusi X
 $\sum Y$: jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor X
 $\sum Y^2$: jumlah kuadrat masing-masing skor Y

J.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten jika diukur dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama menggunakan alat ukur yang sama. Indikator untuk uji reliabilitas adalah *cronbach alpha* lebih dari 0,6 menunjukkan instrument yang digunakan reliabel. Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \sum \frac{\sigma_b^2}{2} \right]$$

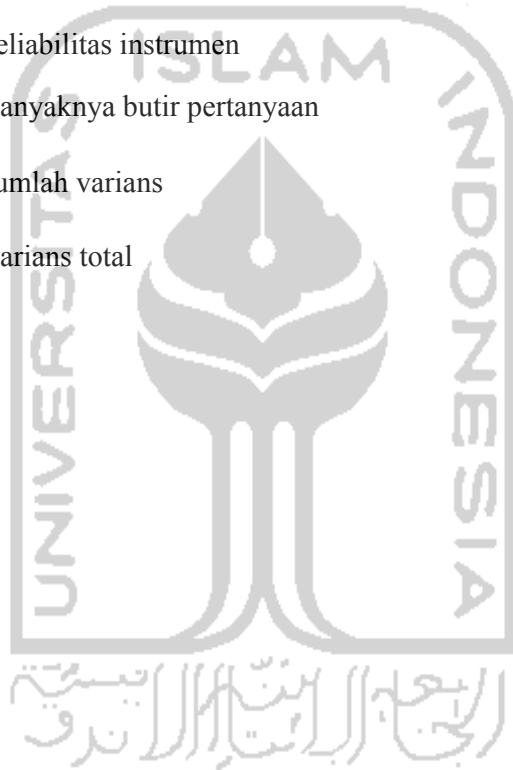
Keterangan:

r_{11} : reliabilitas instrumen

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \frac{\sigma_b^2}{2}$: jumlah varians

σ_b^2 : varians total



BAB IV

GAMBARAN UMUM MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM DI YOGYAKARTA

A. Mahasiswa Universitas Islam Indonesia (UII)

A.1. Profil Fakultas Ilmu Agama Islam UII

Fakultas Ilmu Agama Islam merupakan salah satu fakultas di Universitas Islam Indonesia yang di dalam materi perkuliahannya sarat akan nilai-nilai keislaman. Secara umum sejarah dari Fakultas Ilmu Agama Islam adalah sebagai berikut:⁶⁹

Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia merupakan gabungan dari 2 (dua) fakultas, Fakultas Syari'ah dan Tarbiyah. Kedua fakultas tersebut merupakan embrio Fakultas Agama yang dibuka pada periode transisi, yaitu ketika terjadi perubahan nama dari Sekolah Tinggi Islam (STI) yang didirikan pada tanggal 8 Juli 1945 menjadi Universitas Islam Indonesia (UII) pada tanggal 27 Rajab 1367 H atau tanggal 10 Maret 1948 M.

Saat itu Universitas Islam Indonesia telah memiliki 4 (empat) fakultas, yaitu:

1. Fakultas Agama
2. Fakultas Hukum
3. Fakultas Pendidikan
4. Fakultas Ekonomi

Pada tahun 1950 Pemerintah RI memberikan penghargaan kepada golongan nasionalis, sehingga didirikan Universitas Gajah Mada dengan mengambilalih dari Fakultas Pendidikan Universitas Islam Indonesia yang dalam perkembangannya menjadi Institut Keguruan Ilmu Pendidikan (IKIP) Negeri Yogyakarta. Pemerintah juga memberikan penghargaan kepada umat Islam, sehingga didirikan Perguruan Tinggi Agama Islam Negeri (PTAIN) yang embrionya diambil dari Fakultas Agama Universitas Islam Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 34 Tahun 1950.

Pada tahun 1961 UII membuka kembali fakultas agama, yaitu Fakultas Syari'ah dan Fakultas Tarbiyah, kemudian kedua fakultas tersebut memperoleh status diakui pada program Sarjana Muda berdasarkan SK Menteri Agama RI Nomor:16 Tahun 1963, sedangkan status disamakan untuk program Sarjana baru diperoleh pada tahun 1990, sekaligus pemberian status tertinggi pertama bagi Perguruan Tinggi Agama Islam Swasta di Indonesia, berdasarkan SK Menteri Agama RI Nomor: 84 Tahun 1990, tanggal 26 Mei 1990.

⁶⁹ Dikutp dari <http://unisys.uii.ac.id/index.asp?u=420>, diakses pada tanggal 10 April 2012

Perkembangan berikutnya, kedua Fakultas Tarbiyah dan Syari'ah digabung menjadi satu fakultas yaitu Fakultas Ilmu Agama Islam yang terjemahan bahasa Arabnya adalah Kulliyah al Dirasat al Islamiyah dan dalam bahasa Inggris adalah Faculty of Islamic Studies, berdasarkan Ketetapan Dewan Pengurus Badan Wakaf UII Nomor VI TAP/DP/1997 dan diberlakukan 1 April 1998, mulai kepengurusan fakultas priode 1998 2001. Penggabungan ini dimaksudkan agar pengelolaan studi studi keislaman (kurikuler) serta penentuan kualifikasi dosennya di lingkungan UII menjadi tugas dan tanggungjawab FIAI.

Perkembangan terus terjadi sejalan dengan tuntutan mutu pengelolaan perguruan tinggi, maka kedua program studi FIAI; program studi Pendidikan Agama Islam dan Ahwal Syakhshiyah (Hukum Perdata Islam) pada tahun 2004 telah memperoleh akreditasi A (Baik Sekali) dari Badan Akreditasi Nasional, Nomor: 021/BAN-PT/Ak-VII/S1/VI/2004, tanggal 17 Juni 2004.

Untuk merespon perkembangan, pada tahun akademik 2003/2004 telah dibuka program studi Ekonomi Islam dengan legalitas SK Direktorat Jenderal Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama RI No.DJ/178/03. FIAI juga melaksanakan program dual degree untuk mencetak lulusan yang memiliki dua gelar, yaitu SH dan SHI.

Saat ini prodi/ jurusan Ekonomi Islam sendiri terus diminati dan wacana yang ada pun semakin meluas seiring perkembangan zaman, oleh karenanya penulis merasa bahwa prodi ini cocok untuk dijadikan diteliti karena di dalam jiwa prodi Ekonomi Islam dipastikan berisikan nilai-nilai ekonomi keislaman pula.

A.2. Profil Jurusan Ekonomi Islam UII

Keunggulan

- mendapat Izin Operasional PERTAMA kali di Indonesia dan masuk sebagai salah satu model dalam blueprint studi ekonomi Islam di Indonesia.
- ter-Akreditasi B "Gemuk" sampai dengan 2014.
- bagian dari Universitas Islam Indonesia, perguruan tinggi tertua di Indonesia yang telah berpengalaman mengelola pendidikan tinggi lebih dari 63 tahun.

- dipercaya mencetak Sarjana Ekonomi Islam (SEI) yang berkompetensi dan menguasai teori dan praktik di bidang ekonomi Islam yang berpeluang menjadi manajer/pegawai/praktisi Bank Syari'ah, BPR Syari'ah, BMT, Asuransi Syari'ah (Takaful), pegadaian Syari'ah, dan pengusaha yang berakhlak Islami.
- memiliki Kurikulum yang diarahkan pada penguasaan bidang ekonomi baik mikro maupun makro yang berkaitan dengan dunia praktis dan dilandasi dengan syari'ah Islam.
- ber-Benchmark pada kurikulum Al-Azhar University Cairo, International Islamic University Malaysia, International Islamic University Islamabad Pakistan, dan University of Malaya Malaysia.
- didukung Dosen Pengampu yang berpengalaman serta satu dosen dari luar negeri untuk mata kuliah Bahasa Arab (native speaker for Arabic Language).
- menyelenggarakan Permagangan di Lembaga Keuangan dan Bisnis Syari'ah sebagai media pengenalan dunia kerja kepada mahasiswa.
- menyediakan berbagai Beasiswa baik dari internal maupun eksternal UII, seperti beasiswa prestasi dari UII, beasiswa dari alumni UII, yayasan Supersemar, PT Djarum, yayasan Toyota Astra, PPA Depdiknas, yayasan Tifico, ISESCO Maocco, DEPAG RI, dan Kopertais Wilayah III DIY

Misi

1. Menjadi pusat pendidikan, pengkajian, penelitian dan pengembangan serta sosialisasi ekonomi Islam.
2. Menyiapkan lulusan yang memiliki keahlian secara teoritis maupun praktis di bidang ekonomi dan keuangan Islam yang berkarakter Amanah, Profesional, Istiqomah dan Komunikatif (APIK).
3. Menyiapkan pakar profesional ekonomi Islam yang memiliki komitmen terhadap keunggulan kompetensi, knowledge dan IT.
4. Bersinergi dengan dengan lembaga-lembaga keuangan syariah dalam mengembangkan, mengaktualisasikan dan mengkomunikasikan ekonomi Islam melalui pendidikan, penelitian, pengabdian masyarakat dan dakwah Islamiyah.

Visi

Terdepan dalam melahirkan intelektual yang berkompeten secara teoritis dan praktis dalam bidang ekonomi Islam serta berkarakter rahmatan lil alamin.

B. Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga

B.1. Profil Fakultas Syaria'ah UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Syaria'ah UIN Sunan Kalijaga merupakan fakultas Syaria'ah yang tertua di Indonesia dan telah berusia lebih dari setengah abad.

Visi Fakultas Syaria'ah adalah menjadi Lembaga Pendidikan Tinggi di bidang ilmu syaria'ah yang berwawasan keindonesiaan, keilmuan yang maju dan menjunjung tinggi nilai kemanusiaan dan akhlakul karimah untuk memajukan peradaban dan memperkaya kebudayaan umat manusia pada umumnya dan bangsa Indonesia pada khususnya.⁷⁰

Fakultas Syaria'ah memiliki enam jurusan/program studi, yaitu:

1. Al-Ahwal al-Syakhsyiyah/Hukum Keluarga
2. Perbandingan Madzhab dan Hukum
3. Jinayah Siyasah/Hukum Pidana dan Ketatanegaraan Islam
4. Muamalat/Hukum Perdata dan Bisnis Islam
5. Keuangan Islam
6. Ilmu Hukum.

B.2. Profil Jurusan Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga

Meskipun jurusan ini berkonsentrasi pada permasalahan keuangan Islam, tetapi jurusan ini dapat mewakili wacana perekonomian Islami sama halnya seperti jurusan ekonomi Islam pada umumnya, karena keduanya sama-sama membahas persoalan yang menyangkut perekonomian Islami secara global termasuk tentang teori produksi dan konsumsi Islami.

Visi Jurusan Keuangan Islam:

⁷⁰ Dikutip dari <http://www.uin-suka.ac.id/page/fakultas/4>, diakses pada tanggal 09 April 2012

Program studi yang unggul dan terkemuka dalam pengembangan, penerapan, dan penyebarluasan ilmu keuangan yang Islami dengan menjunjung tinggi kebebasan akademik.

Misi:

1. Mengembangkan pendidikan dan pengajaran ilmu keuangan yang Islami secara efektif dan terpadu
2. Menyiapkan sumber daya manusia dalam bidang keuangan Islam yang memiliki kompetensi tinggi dan komitmen terhadap pengembangan ilmu dan penerapannya bagi kesejahteraan masyarakat
3. Meningkatkan dan mengembangkan riset dan kajian di bidang keuangan Islam dalam rangka memperkokoh program studi keuangan Islam
4. Menjalin kerjasama secara produktif dengan berbagai lembaga di tingkat lokal, nasional dan internasional.

Tujuan:

1. Menghasilkan Sarjana Syari'ah dalam bidang keuangan Islam yang memiliki kemampuan akademik dan profesional yang integratif-interkoneksi. Menghasilkan sarjana syari'ah dalam bidang keuangan islam yang beriman, berakhlak mulia, memiliki kecakapan sosial dan manajerial, dan berjiwa wirausaha (enterpreneurship) serta rasa tanggung jawab sosial kemasyarakatan.
2. Menghasilkan sarjana syari'ah dalam bidang keuangan islam yang menghargai nilai-nilai keilmuan dan kemanusiaan.
3. Menjadikan program studi KUI sebagai pusat studi yang unggul dalam bidang kajian dan penelitian ilmu keuangan islam yang integratif-interkoneksi.
4. Terbangunnya jaringan yang kokoh dan fungsional dengan para alumni

Kompetensi Lulusan Keuangan Islam

Kompetensi Utama

Ahli dalam bidang keuangan, terutama keuangan Islam

Kompetensi Tambahan

1. Mahir dan terampil dalam mengelola bisnis, terutama yang terkait dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan keuangan.
2. Mahir dan terampil dalam pengelolaan administrasi keuangan.
3. Mampu mendesain perencanaan bisnis yang tangguh dan kompetitif.

Indikator Kompetensi Utama

1. Mampu merencanakan, mengendalikan dan menganalisis keuangan pada LKS dan non LKS, perusahaan publik maupun perusahaan privat dengan baik yang ditunjukkan dalam desain perencanaan, pengendalian dan analisis yang akurat, sistematis dan mudah dipahami.
2. Mendesain rencana pembelanjaan, penggunaan belanja dan evaluasi pembelanjaan.
3. Mampu menganalisis dan memberikan solusi alternatif yang konstruktif bagi perkembangan lembaga keuangan syariah dan konvensional.

Indikator Kompetensi Tambahan

1. Mampu menerapkan teori dan konsep tentang administrasi keuangan secara baik dan benar.
2. Mampu mengaplikasikan proses bisnis, terutama yang terkait dengan bidang keuangan secara baik dan benar.
3. Mampu menciptakan unit bisnis dari skala kecil sampai menengah.

Profesi Lulusan

1. Analis Keuangan .
2. Manajer Keuangan
3. Kewiraswastaan (*Enterpreneurship*)

C. Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)

C.1. Profil Fakultas Agama Islam UMY

Gambaran umum profil daripada mahasiswa Fakultas Agama Islam adalah sebagai berikut:⁷¹

Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta – (FAI UMY) memosisikan diri sebagai lembaga pendidikan tinggi terdepan dan mencerahkan di bidang studi keislaman (*Islamic Studies*) berlandaskan semangat *ijtihad* dan profesionalisme. Fakultas ini memiliki komitmen kuat untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi di bidang *Islamic Studies*, serta unggul secara keilmuan, keterampilan, kepribadian dan sosial, sehingga mampu berperan sebagai kader Persyarikatan, umat dan bangsa.

Indikator kompetensi di atas antara lain:

- Menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang *Islamic Studies* secara mendalam.
- Memiliki keterampilan untuk memecahkan persoalan-persoalan umat.
- Berakhlak mulia dan bersedia menegakkan *al-amr bi al-ma'ruf wa al-nahy 'an al-munkar*.
- Mempunyai kemampuan memberikan pelayanan kepada masyarakat serta menyampaikan risalah Islamiyah dengan sebaik-baiknya.

Fakultas Agama Islam UMY dipercaya oleh masyarakat karena memiliki keunggulan-keunggulan komparatif dibandingkan dengan Fakultas Agama di perguruan tinggi lain. Keunggulan-keunggulan tersebut tampak pada aspek institusi, proses, sumber daya insani dan networking (jaringan). Saat ini ketiga program studi telah mengantongi status akreditasi “A” dari Badan Akreditasi Nasional (BAN), yaitu; Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI), dan Program Studi Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI).

Status akreditasi yang berhasil dicapai oleh suatu institusi pendidikan merupakan pengakuan resmi pemerintah terhadap yang bersangkutan. Oleh karena itu bisa dipahami jika untuk saat ini dan masa-masa mendatang para pengguna lulusan perguruan tinggi hanya akan menerima mereka yang telah lulus dari program studi yang terakreditasi, terlebih dengan predikat akreditasi “A”.

⁷¹Dikutip dari http://www.umy.ac.id/fakultas-agama-islam/?page_id=366, diakses pada tanggal 4 April 2012

Sejalan dengan akselerasi perkembangan masyarakat, FAI telah meninggalkan proses dan kegiatan pembelajaran “gaya lama”. Saat ini seluruh kegiatan perkuliahan telah berbasis informasi dan teknologi; menerapkan metode belajar aktif, kreatif, efektif dan menggembirakan serta didukung dengan sistem informasi akademik yang canggih dan prima. Di samping itu, untuk membekali mahasiswa dalam multitalenta, cerdas secara sosial dan spiritual, FAI menyelenggarakan pelatihan-pelatihan *soft skill* untuk mahasiswa, membentuk komunitas-komunitas keahlian mahasiswa seperti komunitas dakwah dan seni, penelitian, bahasa asing, dan komunitas kewirausahaan.

C.2. Gambaran Umum jurusan Ekonomi Perbankan Islam UMY

Program Studi Muamalat Konsentrasi Ekonomi dan Perbankan Islam (EPI) - merupakan program studi (prodi) termuda di Fakultas Agama Islam (FAI) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY). EPI yang didirikan tahun 1998 telah mendapat akreditasi A dan lulusannya mendapat gelar Sarjana Ekonomi Islam (SEI).

Tujuan pendidikannya adalah untuk melahirkan sarjana yang menguasai hukum Islam dari Alquran dan Al Hadist. Serta memiliki kemampuan praktis di bidang perbankan syariah. Karena itu, lulusan EPI UMY ini ditargetkan memiliki empat kompetensi. Yaitu, sebagai praktisi perbankan syariah, dewan pengawas syariah, konsultan di lembaga keuangan syariah, serta peneliti di bidang ekonomi dan perbankan syariah.

Keunikan Prodi EPI FAI UMY dengan program sejenis di universitas lain, adalah pada sisi keseimbangan. Yaitu keseimbangan antara sisi syariah dan kemampuan praktis di bidang manajemen perbankan. Keseimbangan ini perlu ditekankan, sebab dalam praktek perbankan syariah, ternyata masih ada praktek syariah, namun substansinya belum syariah. Penyebabnya, praktisi di perbankan syariah itu berangkat dari perbankan konvensional. “Untuk mengejar pemenuhan tenaga kerja syariah, mereka dilatih beberapa bulan kemudian diterjunkan ke perbankan syariah. Sehingga sisi luarnya syariah, tetapi substansinya konvensional. Karena itu, mereka perlu ditingkatkan kemampuan syariahnya”. Karena itu, EPI berupaya untuk menciptakan lulusan yang mempunyai kemampuan syariah

seimbang. Tidak hanya kulit luarnya, tetapi substansinya juga syariah. Kemampuan ini sudah ditunjukkan mahasiswa EPI yang magang di perbankan syariah.

“Ketika magang mahasiswa EPI bisa memberikan masukan kepada pihak manajer perbankan syariah untuk meluruskan substansi yang belum syariah”. Kemampuan ini membuat banyak mahasiswa EPI UMY diminta untuk bekerja di perbankan syariah di tempat mereka magang.

Kemampuan praktis untuk bisa menelorkan lulusan yang menguasai teori dan praktek perbankan syariah, maka kekuatannya terletak pada kurikulum yang diterapkan di FAI UMY. Mahasiswa tidak hanya dapat menguasai aspek teorinya saja, tetapi juga handal dalam penguasaan aspek praktisnya. Hal ini karena kurikulum memang menunjang untuk ke arah sana.

Selain kurikulum, juga handal dari sisi pengajarnya. Misalnya, untuk menunjang kemampuan praktis di bidang perbankan syariah, maka dosen-dosen yang mengajar selain akademisi, juga praktisi di bidang perbankan syariah.

Sehingga untuk mata kuliah yang menyangkut praktek di perbankan, maka dosen pengampu diambilkan dari para direktur dan praktisi di lembaga keuangan syariah.

Praktisi yang mengajar di EPI FAI UMY berasal dari BRI Syariah, Bank Mandiri Syariah (BSM), BMT, BPRS. Bahkan UMY mempunyai kerjasama dengan BSM dan memberi tempat untuk membuka cabang di UMY.

Keberadaan BSM di UMY ini dinilai cukup menguntungkan bagi mahasiswa. Sebab mahasiswa bisa melihat dari dekat kinerja bank syariah dan sekaligus bisa praktek dan tentunya dengan kerjasama ini, FAI bisa mendapatkan banyak keuntungan dalam rangka mendukung proses pembelajaran.

Pembelajaran ini membuat mahasiswa tidak canggung lagi ketika magang di perbankan syariah, sebab apa yang dikerjakan ketika magang tidak jauh berbeda dengan mempelajari teori di kampus. Jadi apa yang dikuliahkan di kampus sudah mendekati dengan situasi kinerja perbankan syariah.

Kegiatan magang ini merupakan suatu kewajiban, meskipun sudah mendapatkan mata kuliah sama dengan praktek di perbankan. Khususnya, mahasiswa yang telah menyelesaikan teori. Sebab melalui magang mahasiswa bisa menjalin hubungan dengan perbankan syariah.

Prospek lapangan kerja bagi lulusan EPI terbuka lebar. Tahun 2009, Bank Indonesia telah menargetkan lima persen tenaga kerja perbankan syariah (40 ribu orang lebih) bisa terserap di lembaga keuangan syariah. Namun ternyata tidak bisa tercapai sehingga hal ini merupakan peluang bagi lulusan EPI FAI UMY untuk mengisi kekurangan tenaga perbankan syariah.

Adanya kurikulum dan pelatihan di perbankan lulusan EPI mempunyai lima kemampuan. Pertama, mampu mengawasi kualitas kesyariahan bank syariah. Kedua, mampu manage keuangan perbankan syariah. Ketiga, mampu memasarkan produk-produk bank syariah. Keempat, mampu menganalisis kelayakan aplikasi pembiayaan. Kelima, mampu mengoperasikan komputer perbankan.

Kurikulum FAI UMY, termasuk di dalamnya EPI, disusun berdasarkan pada Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) yang disempurnakan. Juga mengacu pada Kurikulum Nasional Program Sarjana (S1) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan Kurikulum Nasional Perguruan Tinggi Agama Islam, serta kurikulum lokal yang disusun FAI UMY.

Karena itu, mata kuliah pada FAI UMY dikelompokkan menjadi dua yaitu berdasarkan kelompok kompetensi dan berdasarkan elemen kompetensi. Kelompok kompetensi meliputi mata kuliah kompetensi utama, kompetensi pendukung dan kompetensi khusus. Sedangkan elemen kompetensi meliputi mata kuliah pengembangan kepribadian, keilmuan dan ketrampilan, keahlian berkarya, perilaku berkarya dan berkehidupan bermasyarakat.

BAB V

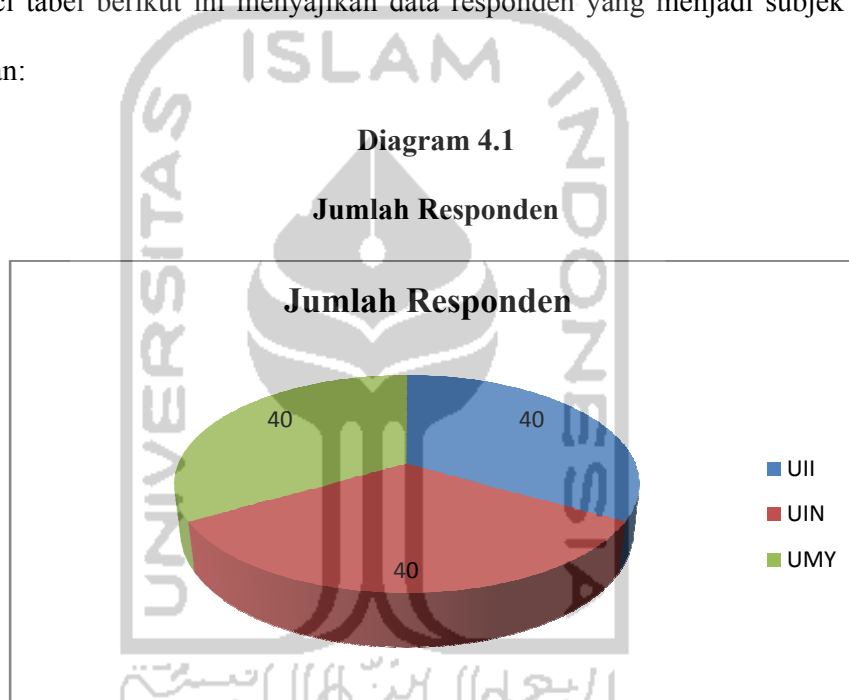
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

A.1. Karakteristik Responden

a. Jumlah Responden

Jumlah subjek penelitian analisis pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islam pada masing-masing Universitas telah ditentukan jumlahnya. Secara terperinci tabel berikut ini menyajikan data responden yang menjadi subjek dalam penelitian:



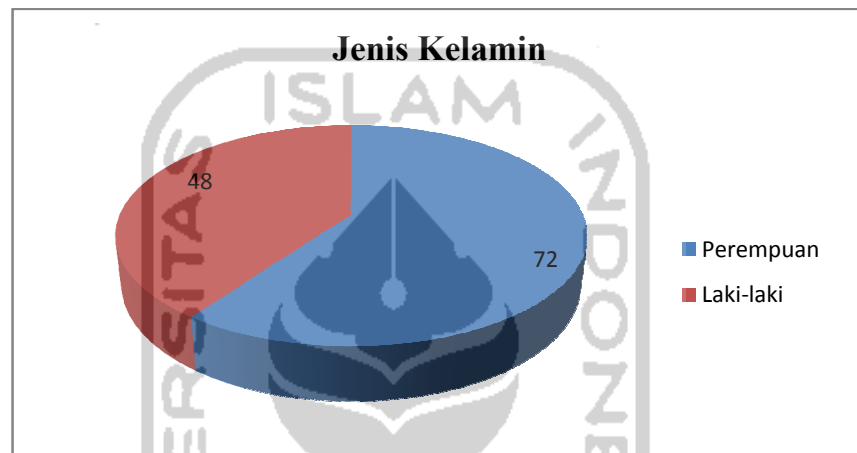
Jumlah mahasiswa yang menempuh studi di UII pada program studi Ekonomi Islam pada masing-masing Universitas memiliki proporsi yang sama, masing-masing berjumlah 40 orang, mahasiswa yang menempuh studi di UIN pada program studi Lembaga Keuangan Islam berjumlah 40 orang dan mahasiswa yang menempuh studi di UMY pada program studi Ekonomi Perbankan Islam berjumlah 40 orang.

b. Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuisisioner pada 3 perguruan tinggi Islam di Yogyakarta (UII, UIN, dan UMY) didapat jumlah responden laki-laki dan perempuan sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis Kelamin



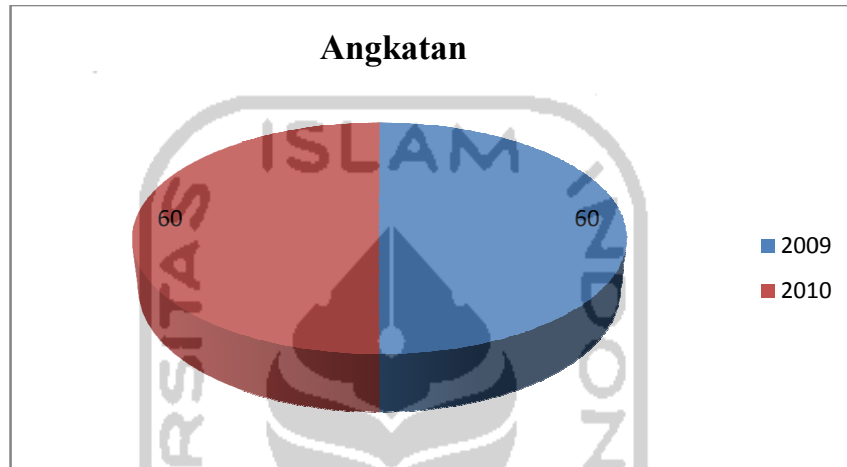
Diketahui dari seluruh responden yang ada, jumlah responden laki-laki adalah sebanyak 48 orang atau 40% dari jumlah total responden yang berpartisipasi. Sedangkan jumlah responden perempuan berjumlah 72 orang atau 60% dari jumlah keseluruhan. Jumlah mahasiswa perempuan di tiap fakultas yang diteliti, totalnya lebih besar dibandingkan jumlah mahasiswa laki-laki. Bedanya besaran antara laki-laki dan perempuan bisa mempengaruhi hasil yang ada, karena cara pandang, pemenuhan kebutuhan, aktivitas yang dilakukan antara perempuan dan laki-laki akan berbeda.

c. Angkatan

Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pendidikan yang sama, responden merupakan mahasiswa aktif (angkatan 2009 dan 2010). Datanya sebagai berikut :

Diagram 4.3

Angkatan



Dari keseluruhan mahasiswa yang mempelajari tentang perekonomian Islam di 3 Universitas Islam di Yogyakarta (UII, UIN, dan UMY). Sampel yang diambil dari masing-masing angkatan berjumlah 20 orang. Sehingga total keseluruhan daripada responden adalah 60 mahasiswa angkatan 2009 dan 60 mahasiswa angkatan 2010. 2 angkatan terpilih karena keduanya merupakan mahasiswa yang masih aktif mengikuti perkuliahan dan pengetahuan yang didapat sudah memenuhi syarat sebagai responden yang mengerti bagaimana seharusnya perilaku konsumsi Islami itu diterapkan.

B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

B.1. Hasil Uji Validitas

Sebelum digunakan untuk penelitian yang sesungguhnya, terlebih dahulu peneliti melakukan *try out* atau uji angket terhadap kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian ini. *Try out* atau uji angket dilakukan kepada 30 mahasiswa jurusan

Ekonomi Islam, dengan rincian 15 mahasiswa yang berasal dari angkatan 2009 dan 15 mahasiswa dari angkatan 2010. *Try out* dilakukan di Fakultas Ilmu Agama Islam yang menjadi tempat penelitian yang sesungguhnya. *Try out* yang dilaksanakan peneliti kemudian akan diuji valid atau tidaknya.

Kuisisioner dikatakan valid jika mampu mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. Pada uji ini menggunakan sampel sebanyak 30 responden. Nilai r tabel untuk tingkat signifikan dengan $\alpha = 0,03$. Dan derajat bebas (db) = jumlah sampel - 2 = 30 - 2 = 28 dapat dicari dengan menggunakan persamaan garis, yaitu dengan memanfaatkan nilai db dalam analisis.

Y = nilai r tabel dengan db = 28 dan $\alpha = 0,03$

$$\begin{array}{r} \frac{28 - 29}{30 - 29} = \frac{Y - 0,235}{0,231 - 0,235} \\ \frac{-1}{1} = \frac{Y - 0,235}{-0,004} \\ Y = \frac{-1 \times (-0,004) + 0,235}{1} \\ Y = 0,239 \end{array}$$

Menurut perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa r tabel dengan db = 28 dan $\alpha = 0,03$ adalah 0,239. Nilai ini akan dibandingkan dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation Item-Total Statistics* pada tabel *Item-Total Statistics* berikut:

Tabel 4.1

Item-Total Statistic

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Berkumpul	42.0333	33.551	.421	.829
PergiKeSalon	43.7333	30.409	.463	.830
BarangBermerek	43.9000	31.128	.475	.827
LihatBarangBaru	42.5667	31.495	.544	.820
BeliJikaUangLebih	42.7333	31.306	.604	.816
PackMenarik	42.7333	30.685	.726	.808
MendukungPenampilan	42.6667	32.437	.516	.823
TidakPeduliHarga	43.6000	31.421	.544	.820
TertarikMembeli	42.8000	32.648	.443	.828
MengikutiTeman	43.2333	33.495	.358	.833
SamaManfaat	42.0000	34.690	.338	.833
BeliJikaBrgLamaRusak	42.4333	31.909	.582	.818
KonsumsiHalal	41.5667	35.564	.336	.834

Uji hipotesis validitas:

a. Hipotesis

$$H_0: \rho_{\text{terkoreksi}} \leq 0$$

$$H_1: \rho_{\text{terkoreksi}} > 0$$

b. Tingkat signifikansi: α

c. Statistik uji: $r_{\text{terkoreksi}}$

d. Daerah kritik: H_0 ditolak jika nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ (*Coreected Item-Total Correlation*) > nilai $r_{\text{tabel}} = 0,239$

Kesimpulan :

Semua variabel telah valid karena nilai $r_{\text{terkoreksi}}$ (*Coreected Item-Total Correlation*) > nilai r_{tabel} . Selanjutnya dapat dilakukan uji reliabilitas.

B.2. Uji Reliabilitas

Tabel 4.2

Reliability Statistics

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	13

Dari 13 pernyataan yang telah diuji didapat nilai Cronbach's Alpha untuk semua variabel yang telah valid adalah 0,836. Nilai ini lebih dari 0,60 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kuisioner dengan variabel aktivitas, minat, dan opini tercantum pada kuisioner telah reliabel.

C. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh daripada gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami, maka keseluruhan data yang telah terkumpul dengan metode angket/ kuisioner diolah dengan menggunakan program SPSS versi 16.0 *for windows*. Dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Correlations

	Y	x1	x2	x3	
Pearson Correlation	y	1.000	.091	.089	.125
	x1	.091	1.000	.711	.507
	x2	.089	.711	1.000	.542
	x3	.125	.507	.542	1.000
Sig. (1-tailed)	y	.	.162	.166	.087
	x1	.162	.	.000	.000
	x2	.166	.000	.	.000
	x3	.087	.000	.000	.

		Y	x1	x2	x3
N	y	120	120	120	120
	x1	120	120	120	120
	x2	120	120	120	120
	x3	120	120	120	120

Tabel 4.4

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	4.039	.260		15.522	.000			
x1	.021	.098	.029	.218	.828	.091	.020	.020
x2	.009	.097	.013	.093	.926	.089	.009	.009
x3	.073	.079	.103	.923	.358	.125	.085	.085

a. Dependent Variabel: y

Dari data yang ditampilkan diatas, dapat dilihat pada hasil daripada uji parsial (uji t). Pada kolom sig terdapat hasil daripada variabel yang telah di uji, dimana hasil tersebut menggambarkan bahwa tingkat signifikansi dari masing-masing variabel (X1, X2, dan X3) besarnya tidak mencapai dari taraf signifikansi yang ditentukan ($\alpha= 5\%$ atau 0,05) atau dengan kata lain hipotesisnya adalah Ho diterima. Maknanya, masing-masing variabel gaya hidup yang ada tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel konsumsi Islami. Dilihat dari masing-masing variable yang ada, nilai X3 sebesar 0,358 merupakan nilai yang paling mendekati $\alpha 5\%$ dibandingkan X1 dan X2.

Tabel 4.5**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.129 ^a	.017	-.009	.49228	.017	.656	3	116	.581

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

Tabel 4.6**ANOVA^b**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.477	3	.159	.656	.581 ^a
	Residual	28.112	116	.242		
	Total	28.589	119			

a. Predictors: (Constant), x3, x1, x2

b. Dependent Variabel: y

Dari data yang ditampilkan diatas, dapat dilihat pada tabel Model Summary menunjukkan koefisien korelasi ganda R sebesar 0,129. Koefisien tersebut signifikan karena setelah diuji dengan F-test diperoleh harga F (pada tabel ANOVA) sebesar 0,656 dengan signifikansi 0,581. Kemudian pada tabel 4.5 terlihat dalam kolom r square tertera besaran yang dihasilkan adalah sebesar 0,17 yang berarti bahwa dari keseluruhan variabel independen (variabel gaya hidup) yang diteliti hanya 17% yang mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada perilaku konsumsi Islami. Disimpulkan bahwa variabel gaya hidup hanya mampu menjelaskan perubahan pada perilaku konsumsi sebesar 17%, maka 83% sisanya berasal dari variabel yang lain.

Hasil analisis menunjukkan harga konstanta besarnya 4,039; harga koefisien X1 besarnya 0,021, harga koefisien X2 besarnya 0,009, dan harga koefisien X3 besarnya 0,073. Selanjutnya Jadi persamaan garis regresinya adalah $Y = 4,039 + 0,021X_1 + 0,009X_2 + 0,073X_3$. Asumsinya jika seluruh variabel X bernilai 0, maka besaran Y bernilai 4,093, dan apabila salah satu nilai X naik 1 satuan maka nilai Y pun akan naik sebesar 1 satuan. Contoh: jika X1 naik sebesar 1 satuan, maka

kenaikan itu akan berpengaruh pada Y, nilai Y akan mengalami kenaikan sebesar 0,021.

Kesimpulan daripada analisis regresi linear berganda ini adalah secara Simultan variabel gaya hidup yang ada memiliki pengaruh terhadap variabel perilaku konsumsi, hanya saja hasilnya tidak signifikan atau dengan kata lain dari seluruh mahasiswa jurusan Ekonomi Islam di 3 perguruan tinggi Islam memiliki gaya hidup modern, tetapi tidak melenceng daripada perilaku konsumsi Islami.



PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan analisa dari penelitian tentang pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam di Yogyakarta (studi di UII, UIN, dan UMY), maka dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Hasil perhitungan statistik dengan uji regresi linear berganda menunjukkan besaran r square yang dihasilkan adalah sebesar 0,17 yang berarti bahwa dari keseluruhan variabel independen (variabel gaya hidup) yang diteliti hanya 17% yang mampu menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel dependen (perilaku konsumsi Islami). Diketahui bahwa variabel gaya hidup hanya mampu menjelaskan perubahan pada perilaku konsumsi sebesar 17%, dan 83% sisanya berasal dari variabel yang lain. Sehingga kesimpulannya adalah bahwa gaya hidup modern yang selama ini mengiringi kehidupan masyarakat dari berbagai kalangan, khususnya pada lingkungan mahasiswa UII, UIN, dan UMY tidak selalu mempengaruhi pola perilaku konsumsi mereka. Hasil daripada penelitian memberikan keterangan bahwa mahasiswa jurusan ekonomi Islam di Yogyakarta yang notabene mempelajari materi-materi seputar perekonomian Islam memiliki gaya hidup modern, tetapi gaya hidup yang ada tidak mengubah perilaku mereka dalam berkonsumsi secara Islami.
2. Pada hasil daripada uji parsial (uji t). Pada kolom sig terdapat hasil daripada variabel yang telah di uji, dimana hasil tersebut menggambarkan bahwa tingkat signifikansi dari masing-masing variabel (X_1 , X_2 , dan X_3) besarnya tidak mencapai dari taraf signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 5\%$ atau 0,05) atau dengan kata lain hipotesisnya adalah H_0 diterima. Maksudnya, masing-masing variabel gaya hidup yang ada tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel konsumsi Islami. Dilihat dari masing-masing variable yang ada, nilai X_3 sebesar 0,358 merupakan nilai yang paling mendekati $\alpha 5\%$ dibandingkan X_1 dan X_2 .

B. Saran

1. Penelitian ini hanya menjelaskan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam di 3 universitas (UII, UIN, dan UMY). Untuk peneliti selanjutnya sebaiknya mengambil sampel yang berbeda, tidak hanya terpaku pada universitas Islam saja tetapi pada Sekolah Tinggi atau Akademi sehingga diperoleh gambaran yang komperhensif.
2. Jika melihat hasil penelitian bahwa variabel gaya hidup hanya mampu menjelaskan sebesar 17% atas perubahan yang terjadi pada perilaku konsumsi Islami pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam di Yogyakarta, maka bagi peneliti yang ingin mengangkat tema yang sama sebaiknya menentukan variabel independen yang berbeda dengan mengacu pada penelitian ini dan sebelumnya.



59 DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Pustaka Buku Jurnal dan Dokumentasi

Al-Qur'an Al-Karim dan Terjemahannya

Altfest, Lewis J. 2007. *Personal Financial Planning*, Singapore: MC Graw Hill.

Budisantoso, Indrasto dan Gunanto. 2010. *Cara gampang Mengelola Keuangan Pribadi dan Keluarga*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Cooper, Robert K. 2007. *Unleash Your Other 90%*, Bandung: Kaifa.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Undip.

Gozali, Ahmad. 2004. *Halal, Berkah, Bertambah (Mengenal dan Memilih Produk Investasi Syariah)*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

Hadi, Sutrisno. 1990. *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA*, Yogyakarta: Andi Offset.

Haris, John. 2005. *Four Key Issues to Guide Future Research in The Retirement Planning*, *Journal of Personal Financial* vol 4 issue 4, 2005.

Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data dengan Statistiks*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Iqbal, Muhaimin. 2008. *Dinar Solution (Dinar Sebagai Solusi)*, Jakarta: Gema Insani.

Kemp, Candace L., Carolyn J. Rosenthal and Margaret Denton. 2005. *Financial Planning for Life Later: Subjective Understandings of Catalysts and Constraints*, *Journal of Aging Studies* volume 19, Issue 3, September 2005, hal. 1.

Kooy, Eric. 2004. *Planning to Plan: Three Models of Financial Planning*, *Journal of Personal Finance* Vol. 3, Issue 2, 2004.

Lown, Jean. 2004. *Women's Preferences For Learning About Financial Planning*, *Journal of Personal Finance* Vol. 3, Issue 4, 2004.

Mike, Rini. 2006. *120 Solusi Mengelola Keuangan Pribadi*, Jakarta: Elex Media Komputindo.

- Narbuko, Child & Abu Achmadi. 2005. *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Saktiawan, Iwan Rudi. 2009. *Islamic Financial Planning (Dialog Taktis Menyiasati Krisis)*, Bandung: Madani Prima.
- Senduk, Safir. 2005. *Siapa Bilang Jadi Karyawan Nggak Bisa Kaya? (5 Kiat Praktis Mengelola Gaji Agar Bisa Kaya)*, Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Moreschi, Robert W. 2004. *Incorporating Investor Risk Tolerance Into The Financial Process*, *Journal of Personal Finance* Vol.3, Issue 3, 2004.
- Pabon, Ana L. 2005. *Financial Planning for Special Needs Children: A Review of Available Information for Parents*, *Journal of Personal Finance* Vol. 4, Issue 2, 2005.
- Smith, June, Anona Amstrong and Ronald Francis. 2007. *Professionalism and Ethics in Financial Planning*, *Journal of Business System, Governance and Ethics* Vol.2, No. 1, 2007.
- Somantri, Ating dan Sambas Ali Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika Dalam Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2000. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*, Yogyakarta: UPP AMP.
- Supriyono, Iman. 2006. *FSQ Financial Spiritual Quotient*, Surabaya: Lutfansah Mediatama.
- Suwiknyo, Dwi. 2008. *How to Manage My Money, Bikin Hidupmu Penuh Surplus*, Yogyakarta: TrustMedia.
- Suwiknyo, Dwi. 2009. *Tarbiyah Finansial*, Jogjakarta: Diva Press.
- Trihendradi, Cornelius. 2009. *Step by Step SPSS 16 Analisis Data Statistik*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

B. Sumber Pustaka Website atau Internet

- Abu Yusuf, *Perencanaan Keuangan Syari'ah*, dikutip dari <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2011/10/18/perencanaan-keuangan-syariah/> diakses 26 Februari 2012.
- Akbar, Aidil, *Seputar Perencanaan Keuangan Syari'ah* (Finance.detik.com), dikutip dari <http://emweje.com/perencanaan-keuangan-syariah/> diakses pada 22 Februari 2012.

Analisis Sosok Inspirasi Perencanaan Keuangan, dikutip dari www.kompas.com, diakses pada 29 November 2011

Bagaimana Cara Memilih Investasi Sesuai Usia, dikutip dari <http://www.lowonganpns.net/2010/12/bagaimana-cara-memilih-investasi-sesuai.html> diakses pada 21 Februari 2012.

Brian, Korb. 2010. *Financial Planner: Educating Widows in Personal Financial Planning*, Journal of Financial Counseling and Planning, 2010, hal. 1., http://gripeleme.com/pdf/vol_21_issue_2_briankorb.pdf diakses pada 22 Desember 2011.

Firdaus, Achmad. 2011. *Kajian Islam Tentang Pengelolaan Keuangan Keluarga*, dikutip dari <http://ekonomi.kompasiana.com/moneter/2011/03/31/kajian-islam-tentang-pengelolaan-keuangan-keluarga/>, diakses pada 21 Februari 2012.

Hananto, Ligwina Poerwo, *Tips Rajin Menabung*, dikutip dari <http://www.forumkami.net/karir/144010-tips-rajin-menabung.html>, diakses pada 21 Februari 2012.

Herlambang, Andre. 2011. *Memahami Risiko Investasi Syari'ah*, dikutip dari <http://perencanakeuangan123.com/2011/02/11/memahami-resiko-investasi-syariah/> diakses pada 23 Februari 2012.

InsyaAllah Dana yang Dikelola Membawa Berkah, dikutip dari <http://personalfinance.kontan.co.id/news/insya-allah-dana-yang-dikelola-membawa-berkah-1/2012/02/09> diakses 22 Februari 2012.

Investasi Pada Reksadana Syari'ah, dikutip dari <http://perencanakeuangan123.com/2011/10/23/investasi-pada-reksadana-syariah/> diakses 26 Februari 2012.

Islamic Investment, dikutip dari <http://www.inkom.com.au/services/islamic-investment> diakses pada 21 Februari 2012.

Laut, Rimba, *From Nothing To Be Something (Sebuah Inspirasi dari Safir Senduk)*, dikutip dari <http://vibiznews.com/financial/edukasi> diakses pada 22 Februari 2012.

Mengenal Risiko Saham secara Lebih Mendalam, dikutip dari <http://bisnisdaninvestasi.com/bisnis-dan-investasi/risiko-saham.html> diakses 25 Februari 2012.

Mengenal Risiko Dalam Berinvestasi, dikutip dari http://www.jawaban.com/news/spiritual/detail.php?id_news=090705203720&off=5 diakses 25 Februari 2012.

Perencanaan Keuangan Syari'ah, dikutip dari <http://emweje.com/perencanaan-keuangan-syariah/> diakses 24 Februari 2012.

Rahmani, Shinta, *Perencanaan Keuangan Keluarga Secara Islami (amanahsharia)*, dikutip dari <http://www.scribd.com/doc/45971135/Mengelola-Keuangan-Keluarga-Secara-Syariah> diakses pada 23 Februari 2012.

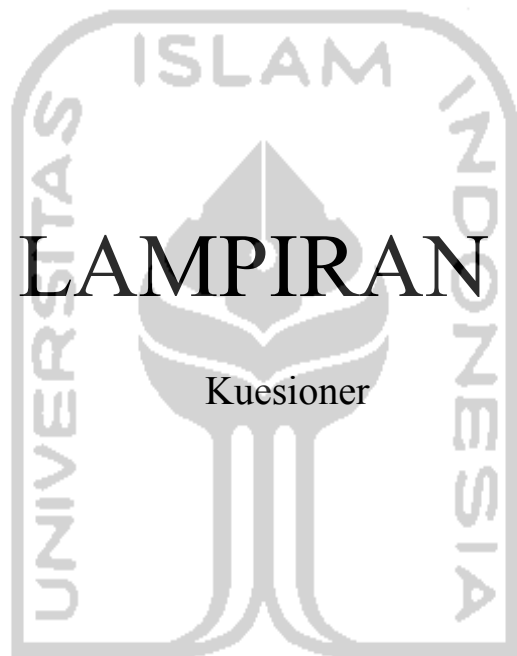
Rini, Mike. *Pahami Siklus Hidup Finansial Anda*, dikutip dari <http://www.perencanaankeuangan.com/files/SiklusHidupFinansial.html>, diakses pada 23 Februari 2012.

Senduk, Safir, *Mari Mengenal Investasi*, dikutip dari <http://www.scribd.com/doc/78319992/Safir-Senduk-Mari-Mengenal-Investasi> diakses 25 Februari 2012.

Soermarto, Lisa, RFC-Senior Financial Advisor, dikutip dari <http://finance.detik.com/read/2012/01/24/095642/1822850/722/7-alasan-mengapa-kita-butuh-perencanaan-keuangan-AFC>, diakses pada 22 Februari 2012.

Tsai, Yao Tsung. 2006. *Study of The Financial Planning Behaviors of Chinese Senior Citizens*, *Journal of American Academy Business* , 2006, hal. 1. Dikutip dari <http://xtra.emeraldinsight.com/journals> diakses pada 22 Desember 2011.





LAMPIRAN 1

Kuesioner

الجامعة الإسلامية
الابواب مفتحة للجميع

Kuisisioner Penelitian

Responden Yang Terhormat,

Saya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia, yang sedang menempuh tugas akhir di Prodi Ekonomi Islam. Tugas akhir ini memiliki program penelitian tentang **“Analisis Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Islami Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam di Yogyakarta (Studi di UII, UIN, dan UMY)”** Besar harapan kami Sdr/i dapat berpartisipasi dengan mengisi kuisisioner ini sesuai dengan keadaan dan kondisi yang sebenarnya. Demikian, atas kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

PETUNJUK MENERJAKAN ANKETA:

- Bacalah soal dengan seksama
- Pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara.
- Bubuhkan tanda silang (X) atau tanda centang (√) pada jawaban yang saudara pilih.

SS : SANGAT SETUJU

TS : TIDAK SETUJU

S : SETUJU

STS : SANGAT TIDAK SETUJU

KS : KURANG SETUJU

SELAMAT MENERJAKAN

I. INFORMASI UMUM RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur : tahun
3. Universitas/ Fakultas :/
4. Semester :
5. Jenis kelamin : P/ L
6. Alamat :

Bagian I. Variabel Aktivitas

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya suka berkumpul bersama teman-teman di waktu senggang					
2	Saya terbiasa pergi ke salon kecantikan untuk merawat wajah/ anggota tubuh lainnya					
3	Anda membeli barang bermerek karena keluarga anda terbiasa membeli barang-barang tersebut					

Bagian II. Variabel Minat

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya suka melihat-lihat barang-barang/ produk-produk keluaran terbaru					
2	Saya suka membeli barang yang packagingnya menarik					
3	Saya selalu berbelanja barang yang saya sukai setiap memiliki uang lebih					
4	Saya suka membeli/ mengkonsumsi barang-barang yang bisa mendukung penampilan saya					

Bagian III. Variabel Opini

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya tidak memperdulikan harga makanan/ minuman ataupun barang-barang untuk dibeli dan dikonsumsi					
2	Saya membeli makanan/ minuman ataupun barang karena saya tertarik untuk membeli/ mengkonsumsinya					
3	Saya tertarik membeli suatu barang karena saya pernah melihat teman saya menggunakannya					

Bagian IV. Variabel Perilaku Konsumsi Islam

No	Pernyataan	(SS)	(S)	(KS)	(TS)	(STS)
1	Saya lebih memilih barang yang lebih murah dibanding yang mahal jika manfaatnya hampir sama					
2	Saya memilih membeli barang baru jika barang sejenis yang lama sudah rusak					
3	Saya terbiasa membeli dan mengkonsumsi barang-barang yang halal					





LAMPIRAN 2

Rekapitulasi Kuesioner

الجامعة الإسلامية
الابواب مفتحة للجميع

Data Responden

subjek	a1	a2	a3	a4	a5	a6	a7	a8	a9	a10	a11	a12	a13
1	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5
2	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5
3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	5	4	5
4	5	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	5	5
5	3	1	3	3	4	3	4	3	4	2	4	4	5
6	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	5
7	5	3	3	4	5	4	5	3	4	1	1	5	4
8	5	1	2	3	2	1	1	1	1	1	5	4	5
9	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5
10	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4
11	4	2	2	2	2	4	4	2	4	1	4	4	5
12	5	1	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	5
13	4	1	1	4	2	2	2	2	4	2	5	5	5
14	5	2	3	4	4	3	4	1	4	3	5	5	5
15	4	1	2	3	4	3	4	3	4	4	5	5	5
16	5	1	3	3	3	3	4	1	2	3	5	5	5
17	5	1	3	3	4	2	3	2	3	3	5	4	5
18	5	1	1	3	4	1	2	2	3	3	5	4	5
19	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5
20	5	2	3	4	2	3	4	1	5	4	5	4	5
21	4	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
22	5	1	1	4	5	3	4	3	4	1	5	5	5
23	3	2	3	2	4	4	3	3	4	3	5	4	5
24	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5
25	3	5	5	5	5	5	5	2	5	1	5	5	5
26	4	3	2	3	3	4	4	2	4	2	5	4	4
27	3	3	4	4	5	5	5	3	3	3	5	4	5
28	4	3	3	2	4	5	3	3	4	3	4	3	5
29	4	1	3	4	5	1	1	1	1	1	5	5	5
30	3	4	3	5	4	5	5	3	4	2	4	3	5
31	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5
32	2	4	5	3	3	4	4	4	2	2	4	4	5
33	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	5
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	3	1	1	1	5	1	1	1	1	2	5	3	5
36	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
37	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	4	1
38	4	1	4	4	2	5	3	4	4	3	2	4	5
39	4	2	4	4	3	4	5	4	4	2	3	4	5
40	5	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5
41	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3

42	4	3	2	4	4	4	4	3	4	2	5	5	5
43	4	2	1	3	3	2	2	3	4	3	4	4	4
44	5	4	2	4	4	5	4	2	4	3	1	4	5
45	4	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2
46	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5
47	5	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	5
48	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
49	4	1	2	3	4	4	4	3	3	2	5	3	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
51	5	3	5	5	4	5	5	4	5	2	4	5	5
52	5	2	3	4	4	4	4	3	4	2	1	4	5
53	5	3	2	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5
54	5	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
55	5	4	5	4	4	5	4	3	5	3	5	5	5
56	4	1	3	4	4	4	3	3	3	2	4	3	4
57	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	5	5	5
58	5	2	2	3	4	2	3	2	3	3	5	5	5
59	4	3	3	5	4	4	4	3	4	2	5	4	5
60	4	2	3	4	2	3	4	2	5	4	5	5	5
61	4	4	3	5	5	5	5	4	5	3	4	3	5
62	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4
63	5	2	3	5	5	5	3	4	5	3	5	5	5
64	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	5
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5
66	4	2	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3
67	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	4	5
68	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5
69	2	1	3	3	2	2	3	1	2	1	4	4	5
70	4	1	1	2	2	4	4	1	1	5	5	5	5
71	4	1	2	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5
72	4	1	2	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5
73	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5
74	3	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	4	4
75	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
76	4	1	1	2	3	2	3	2	3	1	5	4	5
77	3	1	4	3	2	2	2	2	2	4	4	4	4
78	5	1	3	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4
79	5	2	3	4	3	4	5	4	4	2	5	4	5
80	5	3	4	3	3	4	3	4	4	3	5	5	5
81	4	3	2	4	3	4	2	2	3	4	4	4	5
82	5	5	4	5	5	5	5	4	3	2	5	5	5
83	4	2	2	4	3	4	3	3	4	3	4	3	5
84	4	3	3	2	2	3	3	2	3	3	4	3	5

85	5	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
86	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5
87	5	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5
88	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
89	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	5	4	5
90	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
91	4	4	1	4	4	4	4	2	4	3	5	5	5
92	5	5	3	5	4	4	5	3	4	4	5	5	5
93	4	4	2	5	4	4	4	2	3	2	5	3	5
94	5	1	1	4	3	4	3	2	3	3	4	4	5
95	4	2	1	4	4	4	4	2	4	2	5	4	5
96	4	1	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	5
97	5	2	4	4	5	4	3	3	4	3	4	5	5
98	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5
99	4	2	3	3	4	4	4	2	4	3	4	4	5
100	2	2	2	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4
101	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4
102	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4	5
103	5	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
104	5	1	1	3	3	2	2	1	3	4	5	3	5
105	4	2	2	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4
106	3	3	2	4	3	3	4	2	2	2	4	4	4
107	4	1	2	2	2	3	3	4	4	3	4	4	5
108	5	1	2	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5
109	5	2	1	4	4	4	4	2	3	3	5	4	5
110	5	2	2	5	3	3	4	2	1	3	5	2	5
111	5	3	2	4	4	4	4	2	3	3	5	4	5
112	5	3	2	3	3	4	4	3	4	2	5	4	5
113	4	3	4	4	4	3	3	3	3	2	5	5	5
114	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	5
115	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5
116	4	2	2	3	3	4	4	2	4	2	4	4	4
117	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5
118	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	5	4
119	4	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
120	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4



LAMPIRAN 3

Tabel Nilai Kritik r

Tabel Kritik r

**TABEL NILAI KRITIK
KORELASI ITEM – TOTAL TERKOREKSI 1 SISI
(SISI KANAN / KORELASI POSITIF)**

db	$\alpha = 1\%$	$\alpha = 5\%$
1	0,985	0,929
2	0,881	0,770
3	0,776	0,663
4	0,695	0,590
5	0,643	0,536
6	0,586	0,495
7	0,548	0,462
8	0,516	0,434
9	0,489	0,411
10	0,465	0,392
11	0,445	0,375
12	0,427	0,360
13	0,411	0,346
14	0,397	0,334
15	0,384	0,323
16	0,373	0,310
17	0,362	0,305
18	0,352	0,296
19	0,343	0,289
20	0,335	0,282
21	0,327	0,275
22	0,320	0,269
23	0,313	0,263
24	0,307	0,258
25	0,301	0,253
26	0,295	0,248
27	0,290	0,244
28	0,285	0,239
29	0,280	0,235
30	0,275	0,231
40	0,239	0,201
60	0,196	0,165
120	0,139	0,117
∞	0,048	0,041

Catatan:

1. Tabel disamping didasarkan atas Korelasi Pearson, sehingga hanya cocok untuk data metrik (skala interval/rasio). Dalam praktek, data berskala ordinal bisa ditoleransi asalkan memiliki 4 tingkatan atau lebih (misal: skala likert). Jika data berbentuk biner (0,1), gunakan teknik yang lain.

2. Sumber tabel:

Sutrisno Hadi, *Analisis Butir untuk Instrumen Angket, Tes, dan Skala Nilai dengan BASICA*, (Yogyakarta: Andi Offset, 1990).