

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 diseluruh dunia, baik dibidang politik, ekonomi, sosial maupun budaya.

Adanya globalisasi membuat hubungan antar negara maupun individu semakin transparan, tidak ada sekat yang menghalangi terjadinya komunikasi antar individu. 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 didalamnya (binggawan, 2014). 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 (Susanto, 2001). Transformasi dari masyarakat tradisional menjadi masyarakat modern ini bisa disebut dengan modernisasi.

Gejala modernisasi dapat dilihat dari tumbuhnya kompleks industri secara besar-besaran yang mengadakan produksi barang-barang konsumsi dan barang-barang sarana produksi secara massal. Pengertian modernisasi ini kurang lebih sama dengan pengertian industrialisasi.

Dampak dari modernisasi ini adalah perubahan ekonomi besar-besaran terutama menyangkut “pasar”. Terdapat kenyataan yang luar biasa tentang konsumsi dan kelimpahannya yang dibentuk oleh melimpahnya objek jasa, barang-barang material. Semua itu tersedia di pasar. Pasar dalam pengertian ekonomi syarat dengan berbagai kepentingan non ekonomi, termasuk aspek moral. Pasar seolah-olah menjadi penentu segala macam aturan, termasuk gaya hidup (Evers, 1997).

Gaya hidup merupakan sebuah penggambaran “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kotler, 2002). Gaya hidup dapat berarti perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Dewasa ini banyak ragam gaya hidup yang ada pada masyarakat pada umumnya, Misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup konsumtif, dan masih banyak lagi. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya.

Gaya hidup merupakan cara hidup individu yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (pendapat) (Sutisna, 2002). Oleh karena itu, gaya hidup ini sangat mempengaruhi kepribadian seseorang. Apalagi gaya hidup tersebut juga bersifat “menular” mengikuti perkembangan zaman pada saat itu. Gaya hidup berubah sesuai dengan zamannya.

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 dilingkungan sekitarnya. Budaya ikut-ikutan dalam menghabiskan waktu dan uang, bergaul, dan berkomunikasi secara tidak langsung membuat mahasiswa menjadi manusia yang konsumtif.

Perilaku konsumen menurut (Kotler, 2002), Suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Perilaku konsumen menurut (Machfoed, 2005), adalah tindakan yang dilakukan orang dalam pembelian dan pemanfaatan suatu produk. Sedangkan (Swastha, 2000), berpendapat Perilaku konsumen (consumer behavior) dapat di definisikan sebagai kegiatan-kegiatan

individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Tahap terakhir yaitu ketika konsumen sudah melakukan pembelian terhadap produk tertentu.

Perilaku konsumen secara umum adalah studi bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka (Kotler, 2002). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut (Kotler, 2002) terdiri dari:

1. Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial,
2. Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
3. Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

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 perilaku ekonomi dalam memanfaatkan pengolahan kekayaan (Rahman, Doktrin Ekonomi Islam, 2002). Islam mengajarkan umatnya untuk menjalankan syari'at islam

secara keseluruhan (*kaffah*). Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah saja yang menyangkut hubungan vertikal antara manusia dengan pencipta-Nya, akan tetapi juga menyangkut semua bentuk aktifitas yang berimplikasi social (Rahman, Afzalur, 1995). Sebagaimana umat beragama lainnya, umat islam pun diberikan kebebasan dalam melakukan konsumsi, namun dalam kebebasan itu manusia harus berpijak pada aturan-aturan konsumsi yang telah diatur dalam ajaran islam.

Alasan penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UII dan Ekonomi Islam UNIDA terhadap pengaruh gaya hidup mahasiswa terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam dikarenakan proporsi terbesar mahasiswa berada pada gaya hidup seseorang yang lebih suka menghabiskan uang dan waktunya dengan melakukan hal-hal terkait dengan hiburan atau jalan-jalan, suka berolahraga dan aktif dalam organisasi, serta lebih suka berakhir pekan bersama teman-teman dan rata-rata mahasiswa di UII lebih bersifat konsumtif sementara itu belum diketahui apakah mahasiswa UNIDA memiliki perilaku konsumsi yang sama dikarenakan mahasiswa UNIDA merupakan mahasiswa yang tinggal diasrama, berbeda dengan mahasiswa UII yang sebagian besar tidak tinggal diasrama.

Berdasarkan latar belakang dan beberapa alasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka penyusun tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH GAYA HIDUP MAHASISWA TERHADAP PERILAKU KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM (UII) DAN MAHASISWA EKONOMI ISLAM (UNIDA)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penyusun sampaikan, maka untuk mengarahkan penelitian ini penyusun merumuskan permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimanapengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsipada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam?

2. Bagaimana perbandingan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam.

C. Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam.
2. Menganalisis bagaimana pengaruh perbandingan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

1) Manfaat Akademis

- a. Bagi penyusun, penelitian ini merupakan proses belajar dalam menganalisis permasalahan dan sarana untuk menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis khususnya mengenai gaya hidup yang dominan dalam membelanjakan hartanya (berkonsumsi), sehingga penyusun akan mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam.
- b. Bagi mahasiswa, semoga hasil penelitian ini dapat menambah khasanah study dan memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu ekonomi syari'ah serta dapat menjadi rujukan penelitian berikutnya, terutama pada bidang perilaku konsumsi Islam (sesuai dengan aturan islam).
- c. Bagi pengembangan akademi:
 1. Hasil penelitian ini dapat di jadikan acuan dan referensi bagi mereka yang ingin melakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai gaya hidup dan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam.
 2. Dapat menambah khazanah keilmuan dan meningkatkan pengetahuan akan praktek-praktek ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari.

2) Manfaat Praktis

- a. Mempertajam informasi bagi mereka tentang gaya hidup dan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam yang ideal bagi mahasiswa yang mungkin dapat diambil manfaatnya.
- b. Memberikan informasi mengenai gaya hidup dan perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam khususnya bagi mahasiswa.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi lima bab. Sebagai gambaran konkrit dari seluruh penelitian ini, maka penyusun akan mendeskripsikan sistematika penulisan skripsi ini supaya mempermudah pembahasan dalam penyusunan skripsi ini.

Diawali dari Bab I yaitu Pendahuluan. Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta menjelaskan secara ringkas tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kemudian dilanjutkan dengan Bab II yaitu Telaah Pustaka dan Landasan Teori. Bab ini memaparkan tentang penelitian-penelitian terdahulu dan mendeskripsikan konsep gaya hidup dalam Islam yang berisi tentang definisi gaya hidup, gaya hidup dalam Islam, konsep perilaku konsumsi dalam Ekonomi Islam yang berisi tentang definisi konsumsi, perilaku konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam, prinsip konsumsi dalam Islam, konsep masalah dalam perilaku konsumen Islami, kebutuhan dan keinginan, preferensi konsumsi yang Islami. Di dalam bab ini juga menjelaskan tentang mahasiswa jurusan Ekonomi Islam.

Selanjutnya Bab III yakni Metode Penelitian. Bab ini menjelaskan tentang metode yang akan digunakan oleh penyusun dalam menggali berbagai informasi dari lapangan dan selanjutnya akan dianalisa menjadi hasil penelitian. Disini akan dijelaskan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisa data. Setelah metode penelitian maka akan dilakukan penelitian lapangan. Kemudian dilanjutkan dengan Bab IV yaitu Hasil dan Analisis Pembahasan. Pada bab ini

akan dibahas tentang profil dari mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UII dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam UNIDA yang mencakup sejarah, visi dan misi, serta program-program yang ada di disetiap jurusan Ekonomi Islam UII dan UNIDA. Pada bab ini nantinya akan menjawab rumusan masalah yang telah ditentukan sebelumnya. Meliputi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam. Serta akan dijelaskan juga tentang perbandingan pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumsi pada mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UII) dan mahasiswa jurusan Ekonomi Islam (UNIDA) dalam perspektif Ekonomi Islam.

Dan terakhir adalah Bab V Penutup. Bab V merupakan kesimpulan yang diambil dari bab IV atau pokok jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian, serta berisi keterbatasan dalam penelitian dan saran untuk perbaikan penelitian selanjutnya.