

**PERBANDINGAN PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS UIN
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG YANG MENEMPUH
DAN YANG TIDAK MENEMPUH MATA KULIAH EKONOMI
ISLAM**

SKRIPSI

Oleh:

AGUS FATHONI PRASETYO

10130078



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
April, 2014**

**PERBANDINGAN PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI
MAHASISWA PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS UIN
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG YANG MENEMPUH
DAN YANG TIDAK MENEMPUH MATA KULIAH EKONOMI
ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri
Maulana Malik Ibrahim Malang untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Strata Satu Sarjana Pendidikan (S. Pd)

Oleh:

AGUS FATHONI PRASETYO

10130078



**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
JURUSAN PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
April, 2014**

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan buat insan yang penulis cintai dan sayangi yakni:

Kedua Orang tuaku tercinta

Atas tetesan keringat, untaian do'a serta kasih sayang yang tak pernah pudar.

Semoga Allah meridhoi dan membalas dengan sebaik-baik balasan

Seluruh keluargaku dari Bani Matasam dan Bani Nur Rohman serta teman-temanku yang tanpa lelah memberikan kasih sayang, motivasi serta dukungan untuk mewujudkan cita-citaku dalam mencapai ridha Allah SWT

Para guruku

Terima kasih atas ilmu yang kalian berikan, semoga dapat menjadi tetesan embun rahmat yang menyejukkan

Almamaterku tercinta Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

MOTTO

وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَشْكُرَهُ
وَالْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي هَدَانَا لِهَذَا وَمَا كُنَّا لِنَشْكُرَهُ

“ Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagai mana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan”¹¹

(Q.S Al-Qashas ayat: 77)

¹¹ Al-Quran dan Terjemahannya, (Jakarta: Pustaka Al-Mubtin), hlm. 394.

Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, AK
Dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi Agus Fathoni Prasetyo Malang, 03 April 2014
Lampiran : 4 (Empat) Eksemplar

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Maliki Malang
di
Malang

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Sesudah melakukan beberapa kali bimbingan, baik dari segi isi, bahasa maupun teknik penulisan, dan setelah membaca skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : **Agus Fathoni Prasetyo**

NIM : **10130078**

Jurusan : **Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial**

Judul Skripsi : **Perbandingan Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa
Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim
Malang yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata
Kuliah Ekonomi Islam**

maka selaku pembimbing, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut layak diajukan untuk diujikan.

Demikian, mohon dimaklumi adanya.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing,

Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, AK
NIP. 196903032000031002

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERBANDINGAN PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS UIN MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG YANG MENEMPUH DAN YANG TIDAK
MENEMPUH MATA KULIAH EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Oleh:

Agus Fathoni Prasetyo

10130078

Telah Disetujui

Pada Tanggal 03 April 2014

Oleh:

Dosen Pembimbing:

Dr. H. Wahidmurni, M.Pd. AK

NIP. 196903032000031002

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Dr. H. Abdul Basith, M.Si

NIP. 197610022003121003

HALAMAN PENGESAHAN

**PERBANDINGAN PEMAHAMAN ETIKA KONSUMSI MAHASISWA
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN IPS UIN MAULANA MALIK
IBRAHIM MALANG YANG MENEMPUH DAN YANG TIDAK
MENEMPUH MATA KULIAH EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI Dipersiapkan dan
disusun oleh Agus Fathoni
Prasetyo (10130078)

Telah dipertahankan di depan dewan penguji pada tanggal 15 April 2014
dan dinyatakan

LULUS

serta diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar strata satu Sarjana Pendidikan (S.Pd)

Panitia Ujian

Tanda Tangan

Ketua Sidang

Dr. H. Abdul Basith, M.Si
NIP. 197610022003121003

: _____

Sekretaris Sidang

Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, Ak
NIP. 197610022003121003

: _____

Pembimbing

Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, Ak
NIP. 196903032000031002

: _____

Penguji Utama

Dr. Hj. Sulalah, M.Ag
NIP. 196511121994032002

: _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan

Dr. H. Nur Ali, M.Pd
NIP. 196504031998031002

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya, juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Malang,03 April 2014

AgusFathoniPrasetyo

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Perbandingan pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam”.

Shalawat serta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, semoga kelak kita mendapatkan syafaat beliau di hari akhir.

Penulisan skripsi ini dimaksud untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program Sarjana Pendidikan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan sekaligus sebagai wujud serta partisipasi penulis dalam mengembangkan ilmu-ilmu yang telah penulis peroleh selama di bangku kuliah. Bukan suatu hal yang mudah bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini, karena terbatasnya pengetahuan dan sedikitnya ilmu yang dimiliki penulis. Akan tetapi berkat rahmat Allah SWT dan dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, maka skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibunda dan Ayahanda tercinta yang tiada letih mencurahkan kasih sayang dan perhatiannya dalam keadaan apapun walau dengan jarak jauh sekalipun. Selalu

memberikan motivasi dan bimbingan serta lantunan doa yang selalu menyertai langkah penulis.

2. Bapak Prof.Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Nur Ali, M.Pd selaku dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. H. Abdul Basith, M.Si selaku ketua Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Bapak Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, AK selaku dosen pembimbing dengan kesabaran dan ketelatenanya telah bersedia memberikan pengarahan, bimbingan, wawasan keilmuan yang sangat bermakna bagi penulis meskipun dalam kesibukan beliau yang sangat padat masih bersedia untuk meluangkan waktunya untuk penulis.
6. Segenap Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, khususnya Bapak dan Ibu dosen Pendidikan IPS yang telah mendidik dan banyak memberikan ilmu kepada penulis.
7. Keluarga ke-duaku teman-teman kontrakan, Muhsin, Sumanto, Amali, heris, Alif, yang selalu menemani dan hidup bersama di tempat perantauan.
8. Teman-teman seperjuangan rekan-rekanita PKPT IPNU-IPPNU UIN Malang, yang menunjukkan arti dari perjuangan yang sebenarnya.
9. Saudara-saudaraku Ka'am, Eko, Juden, yang selalu mendukung dan memberikan contoh serta membantu dalam penyusunan skripsi dengan baik.

10. Sahabat-sahabatku tercinta, Rose, Ira, Eliya, dan teman-teman PKLI kelompok 22, yang selalu memberikan dukungan dan motivasi untuk mencapai kesuksesan.
11. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Pendidikan IPS dan semua pihak yang telah memberikan sumbangan baik berupa tenaga maupun pikiran yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga dari segenap pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini mendapatkan balasan dari Allah SWT dan dicatat sebagai amalan yang sholeh danbermanfaat, Amin.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis sadar betul bahwa yang ada dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi penulisan, bahasa dan lain-lain. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya.

Malang, 03 April 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN NOTA DINAS	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
HALAMAN PERNYATAAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
ABSTRAK	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Hipotesis Penelitian.....	8
F. Ruang Lingkup Penelitian.....	9
G. Originalitas Penelitian.....	10
H. Definisi Operasional.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Etika Konsumsi	16
1. Pengertian Etika	16
2. Macam-Macam Etika	17
3. Sitematika Etika	20
4. Pengertian Konsumsi	22
B. Ekonomi Islam	29

1. Asas-Asas dalam Ekonomi Islam.....	31
2. Perbedaan Dasar Sistem Ekonomi Islam dan Konvensional	35
C. Etika Konsumsi dalam Islam	38
1. Tujuan Konsumsi Islam	44
2. Prinsip-prinsip Dasar dalam Konsumsi Islam.....	48

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	54
B. Populasi dan Sampel	55
C. Instrumen Penelitian.....	57
D. Data dan Sumber Data	60
E. Teknik Pengumpulan Data.....	60
F. Teknik Analisis Data.....	62

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian	67
1. Visi Program Studi Pendidikan IPS	68
2. Misi Program Studi Pendidikan IPS	68
3. Tujuan Penyelenggaraan Pendidikan pada Program Studi Pendidikan IPS	69
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	70
1. Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam.....	72
2. Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam	74
3. Pengujian Validitas, reliabilitas, dan Normalitas Data	77
a. Uji Validitas.....	77
b. Uji Reliabilitas.....	79
c. Uji Normalitas	80
4. Pengujian Hipotesis.....	81

BAB V PEMBAHASAN

A. Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam	83
B. Perbandingan Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam	85

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	93
B. Saran-saran	94

DAFTAR PUSTAKA	96
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN-LAMPIRAN	99
--------------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Table 1.1: Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya.....	13
Tabel 3.1: Skor Skala Likert	58
Tabel 3.2: Penjabaran Variabel Penelitian kedalam Indikator Penelitian.....	59
Tabel 4.1: Hasil Pengisian Angket Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam.....	71
Tabel 4.2: Hasil Pengisian Angket Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam.....	71
Tabel 4.3: Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam	73
Tabel 4.4: Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam.....	76
Tabel 4.5: Jabaran Hasil Uji Validitas	78
Tabel 4.6: Hasil Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.7: Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.8: Hasil Uji t.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1: Kerangka Konseptual	55
Gambar 4.1: Diagram Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam	74
Gambar 4.2: Diagram Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Bukti Konsultasi	99
Lampiran 2: Angket Kuesioner	100
Lampiran 3: Rekapitulasi Jawaban Responden.....	103
Lampiran 4: Frekuensi Jawaban Responden.....	110
Lampiran 5: Hasil Perhitungan Uji Validitas dan Reliabilitas	123
Lampiran 6: Hasil Perhitungan Normalitas.....	127
Lampiran 7: Hasil Uji-t	128
Lampiran 8: Surat Penelitian.....	129
Lampiran 9: Biodata Mahasiswa.....	130

ABSTRAK

Prasetyo, Agus, Fathoni. 2014. Perbandingan Pemahaman Etika konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam. Skripsi, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing Skripsi; Dr. H. Wahidmurni, M.Pd.Ak.

Sistem ekonomi kapitalisme, sosialisme, maupun gabungan dari keduanya telah terbukti gagal dalam menciptakan kesejahteraan dunia. Dunia internasional sekarang ini telah menemukan sistem ekonomi lain sebagai solusinya yaitu sistem ekonomi Islam. Ekonomi Islam lebih menekankan etika dan moral dalam setiap aspek kehidupan, salah satunya perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi yang dilakukan seseorang akan berpengaruh pada perilaku konsumsi masyarakat umum, banyak masyarakat tidak pandai mengatur pendapatan yang diperolehnya, serta tidak adanya perhatian terhadap etika konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan perbedaan tingkat pemahaman tentang etika konsumsi pada mahasiswa program studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Dari tujuan tersebut maka dibuat hipotesis pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada pemahaman mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Untuk mencapai tujuan di atas, digunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian komparatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN MALIKI Malang angkatan 2010 yang berjumlah 121 mahasiswa. Dengan menggunakan teknik *proportional random sampling* maka didapat sampel berjumlah 50 mahasiswa.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS termasuk kategori positif dan tinggi. Berdasarkan analisis data dengan uji *t* (beda) menunjukkan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dengan mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam terdapat perbedaan yang signifikan, dibuktikan dengan diperoleh data nilai *t* hitung = 4,559. Sementara itu, dengan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai *t* tabel = 2,093. Perbandingan antara keduanya menghasilkan $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($4,559 > 2,093$) dengan tingkat signifikansi *t* sebesar 0,000. Artinya, pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Kata kunci : Pemahaman Etika Konsumsi, Mahasiswa, Ekonomi Islam

ABSTRACT

Prasetyo, Agus, Fathoni . 2014. The Understanding Ethical consumption Students Comparison about Taking and Noncourses on Islamic Economics Studies Social Sciences Education UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Thesis, Department of Social Sciences Education, Tarbiyah and Teaching Faculty, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Lector: Dr. H. Wahidmurni , M.Pd.Ak.

The economic system of capitalism, socialism, or a combination of both have been proven to fail in creating the world's wealthy. The international community now has found another economic system as a solution that Islamic economic system. Islam emphasizes economic and moral ethics in every aspect of life, one of which consumption behavior. Consumption behavior that a person does will affect the behavior of the general public, many people are not good at regulating the revenue it collects. The lack of attention to ethical consumption in accordance with the teachings of Islam.

The purpose of this study is to explain the differences in the level of understanding of ethical consumption in social studies education student of UIN Maulana Malik Ibrahim Malang who took and who did not take the course of Islamic Economics. The goal then made the hypothesis that student understanding of ethical consumption take Islamic Economics courses better understanding of the students who did not take the course of Islamic Economics.

The above objectives to achieve, the study used a quantitative approach to the type of comparative research. The population in this study were all students of the Department of Social Science Education, Teaching and Tarbiyah Faculty UIN Maliki class of 2010 numbered 121 students. By using proportional random sampling technique the obtained sample was 50 students.

The results showed that the level of student understanding of ethical consumption IPS Education courses including positive and high categories. Based on data analysis by t test Indicates that the understanding of ethical consumption IPS Education courses students are taking courses with students of Islamic Economics, Social Science Education courses that do not take Islamic Economics course there are significant differences, evidenced by the data obtained t value = 4.559 . Meanwhile, with a significance level of 5 % was obtained value of t table = 2.093. Comparison between the two yields: t count > t table (4.559 > 2.093) with a significance level t of 0.000 . That is, understanding of ethical consumption IPS Education courses students who take a course in Islamic Economics is better than the students who did not take the course of Islamic Economics.

Keywords: Understanding Ethical Consumption, Students, Islamic Economics

صلح نسيم ثحبالا

، هُزاضاشبُ بَطْف ، سَخ □ . 2014 . خُسبمُ اُفَّفَ تَلَطُّ نَلَا زَمَلَا اِخَالَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 دبصزللا لاصللا □ دبصزللا اُفَّفَ اِجَابَزَخَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 UIN بَلَا

اُفَّفَ اِجَابَزَخَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، شَسْزَرُ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 ، حَلَلَا فَشَشَهَا : شَرُودُ اِسْزَا اِجَابَزَخَلَا ، شَسْزَرُ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □

ذَلَّ دَجَّ بَطْفُ اِدْبَصَزَلَلَا ، اِوَا اِشَزَلَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِوَا اِشَزَلَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 غَزَدُ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ 12 دَخَلُ ذَلَّ بَطْفُ اِدْبَصَزَلَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ اِسْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 لاصللا فلاحل اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ .
 لاصللا □ . نوؤ .

نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ . نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ اَصْخَشُهَا لَا شُؤ . نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ ، سَبَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِظَرُ نَضُهَا ، دَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ بَطْفُ اِدْبَصَزَلَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ .

نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ ، نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، سَبَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ ، نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، سَبَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 UIN هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، سَبَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 بَلَا

لاصللا □ . فذَلَّ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، ذَلَّ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ نَلَا زَمَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 لاصللا □ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ .

فَاذَلَّ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □

ن □ نَضُهَا وَلَا زَمَلَا □ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 UIN اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □

جَب ، خَب □ 2010 غُفَّفَ 121 خَجُّ بَطْفُ . اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 زَا □ هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ 50 بَطْفُ .

دَشَطَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ نَلَا زَمَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 نَلَا زَمَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □

دَبُّ اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 رَضُ

هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ . خُسبمُ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ : t > 4.559
 t = هِاسَا اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □

2.093 (غُفَّفَ اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ 0.000 t . ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ نَلَا زَمَلَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □
 لاصللا □ .

دَبُّ اِحْزَا اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، نَلَا زَمَلَا ، اِشَاغ دَا سَدَّ زَخَا ن □ ، لاصللا □

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupannya manusia selalu dihadapkan pada problem bagaimana dia dapat mengisi kehidupannya dengan bahagia sehingga dengan kondisi tersebut ia dapat mempertahankan hidupnya sendiri dan kehidupan anak turunya dengan sejahtera. Berbagai perilaku, mekanisme, dan norma yang dilakukan manusia dalam membangun dan menciptakan kesejahteraan ekonominya tersebut membentuk suatu kecenderungan tertentu yang disebut sebagai sistem ekonomi. Sistem ekonomi sekelompok masyarakat atau manusia tertentu tidak sama dengan lain. Perbedaan tersebut dipengaruhi oleh faham dan ideologi yang melatar belakangnya yang tercipta dalam masyarakat secara historis baik disengaja ataupun tidak.¹

Di era sekarang ini setidaknya terdapat tiga sistem ekonomi yang mengemukakan, yaitu; kapitalisme, Sosialisme dan gabungan dari keduanya yaitu Negara kesejahteraan (*Welfare Nation*).² Ketiga sistem tersebut dalam sejarahnya telah mengalami berbagai perombakan dan revisi pemikiran pandangan-pandangannya terhadap dunia. Satu hal yang menjadi sebab adalah filsafat

¹ Deliarnov, *perkembangan pemikiran ekonomi, Edisi Revisi*, Cet. III (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 4

² M. Umer Chapra, *islam dan tantangan ekonomi*, (terjemahan) (Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Institut, 2000), hlm. 6

materialisme yang menjadi pijaknya dan pandangannya yang bersifat sekularisme.³

Munculnya ekonomi islam merupakan alternatif penyelesaian bagi persoalan perekonomian yang ada. Sistem ini tentu saja tidak sama dengan sistem-sistem di atas. Karena paradigma pemikiran dan pandangannya terhadap kehidupan manusia, dunia, atau serta norma-norma aturan sangat berbeda, walaupun dalam hal-hal tertentu yang bersifat partisial sama. Ekonomi islam dalam arti sebuah sistem ekonomi merupakan sebuah sistem yang telah terbukti dapat mengantar umat manusia kepada kesejahteraan yang sebenarnya.⁴ Memang benar bahwa semua sistem ekonomi, baik yang telah terkubur oleh sejarah maupun yang sedang menuai pujian bertujuan untuk mengantarkan kesejahteraan kepada pemeluknya.

Sistem perekonomian kontemporer hanya terkonsentrasi terhadap peningkatan *utility* dan nilai-nilai materialisme suatu barang tanpa menyentuh nilai-nilai spiritualisme dan etika kehidupan masyarakat. Sistem kapitalisme memisahkan intervensi agama dari pelbagai kegiatan dan kebijakan ekonomi. Dalam konsep Karl Marx, agama merupakan faktor penghambat bagi terciptanya kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat.⁵ Dalam konsep ekonomi islam terdapat dealitika antara nilai-nilai spiritualisme dan materialisme. Pelbagai kegiatan ekonomi, khususnya transaksi harus berdasarkan keseimbangan dari kedua nilai tersebut. Hal ini menunjukkan sebuah konsep ekonomi yang

³ Ibid..

⁴ Sa'id Sa'ad M. *Ekonomi Islam*; di tengah krisis ekonomi global, Cet 3, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), pengantar

⁵ Ibid..

menekankan nilai-nilai kebersamaan dan kasih sayang diantara individu masyarakat.

Sasaran-sasaran yang dikehendaki islam yang mendasar bukan material, tetapi didasarkan atas konsep-konsep islam sendiri tentang kebahagiaan dan kesuksesan manusia dari kehidupan yang baik yang menekankan aspek persaudaraan, keadilan sosial ekonomi dan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan spiritual umat manusia. Ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS.Al-Qhashas ayat 77 yang berbunyi:

وَمَا يَكْفُرُ لَكَ بِهِ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ
 وَمَا يَكْفُرُ لَكَ بِهِ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

“dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.”⁶

Salah satu dari tiga persoalan pokok ekonomi adalah konsumsi. Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai sepeda motor, menempati rumah, dan lain-lain. Dalam berkonsumsi seseorang atau rumah tangga cenderung untuk memaksimalkan daya guna atau *utility* nya. Dalam berkonsumsi tidak ada batasan untuk mencapainya. Sebagaimana ditegaskan Mundell, setiap individu atau kelompok memiliki hasrat

⁶ Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Jakarta: Pustaka Al-Mubin), hlm. 394.

memaksimalkan keinginannya. Keinginan yang dimaksud adalah kesenangan (*happiness*). Dasar dari pemenuhan *happiness* tersebut adalah keinginan.⁷

Aktifitas ekonomi dalam rangka pemanfaatan (konsumsi) merupakan bagian akhir yang sangat penting dalam pengolahan kekayaan, dengan kata lain pemanfaatan adalah akhir dari keseluruhan proses produksi. Kekayaan diproduksi hanya untuk dikonsumsi, kekayaan yang dihasilkan hari ini akan digunakan hari esok, oleh karena itu konsumsi (pemanfaatan) berperan sebagai bagian yang sangat penting bagi kehidupan ekonomi seseorang maupun Negara.⁸ Perilaku konsumsi yang buruk yang dilakukan oleh seseorang akan berpengaruh pada konsumsi masyarakat umum dan hal ini yang menjadi penyebab buruknya perekonomian dalam suatu Negara.

Fenomena tersebut di atas banyak ditemukan ditengah-tengah kehidupan masyarakat sekarang ini, diantaranya yaitu banyak masyarakat tidak 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.

Dalam teori konsumsi Islam 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

⁷ Dede Nurohman. *Memahami dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 95. lihat Robbert A Mundell. *Man and Economic*, (New York,1968), hlm. 8.

⁸ Afzalur Rahman, *doktrin Ekonomi Islam*, jilid II, cet ke-2 (Yogyakarta: PT: Dana Bhakti Prima Yasa, 2002), hlm.17.

pokok dalam melakukan aktifitas ekonomi termasuk didalamnya cara dan pola konsumsi yang islami.⁹ 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.¹⁰ Sedangkan menurut Yusuf al-Qaradawi ada beberapa norma dasar dalam perilaku konsumsi seorang muslim yang beriman dalam membelanjakan harta hendaknya untuk kebaikan, yakni menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran, dan selalu bersikap sederhana.¹¹

Kondisi tersebut juga sering dialami oleh para mahasiswa yang sedang menempuh jenjang pendidikan di perguruan tinggi. Kemajuan teknologi dan maraknya pasar global menjadikan perilaku mahasiswa dalam hal konsumtif tidak bisa dihindarkan. Pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari tidak hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan pokok. Dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Rofi'ah menyebutkan Kecenderungan dalam perilaku konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang cenderung dilakukan oleh sebagian besar remaja khususnya dikota-kota besar saat ini, banyak dari mereka yang menganggap bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka yang dapat digunakan semauanya saja.¹² Selain Pengaruh faktor lingkungan, psikologis, dan budaya, hasil penelitian Joni Ariansyah menyebutkan bahwa

⁹ Yusuf al-Qaradawi, *norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet ke-1 (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), hlm. 31.

¹⁰ Ibid., hlm. 211.

¹¹ Ibid., hlm. 139.

¹²Rofi'ah, "Perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kota Gede Yogyakarta dalam prespektif hukum islam", *Skripsi*, Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008

tingkat pendidikan dan pemahaman seseorang juga turut serta dalam mempengaruhi gaya hidup serta perilaku dalam konsumsi.¹³ Para mahasiswa sering membeli barang-barang tertentu hanya sekedar untuk memenuhi keinginan tanpa memperhatikan manfaat bagi dirinya sendiri. Mereka lebih sering menunjukkan status sosial dengan menginginkan tampil beda dengan teman yang lain. Keadaan seperti ini sudah marak pada kehidupan mahasiswa saat ini, mereka lebih sering membeli pakaian atau aksesoris-aksesoris lain yang dianggap modis dari pada memenuhi kebutuhan dalam proses belajarnya. Sering kita jumpai para mahasiswa lebih pede dengan penampilan yang serba mewah seperti mempunyai HP canggih, tas, sepatu, dan pakaian yang mahal dari pada membeli buku-buku referensi atau sesuatu yang diperlukan untuk menunjang kualitas keilmuan yang dimiliki.

Setelah mempelajari dan memahami dari penjelasan latar belakang tersebut, penulis merasa mempunyai kesempatan untuk meneliti pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa Program Studi pendidikan IPS yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, mengingat Perguruan Tinggi tersebut sangat kental dengan nuansa keislaman yang selalu di kaitkan dengan ilmu sains atau umum. Maka penulis mengangkat judul pada proposal penelitian , *“Perbandingan Pemahaman Etika Konsumsi mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang Menempuh dan yang tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam”*

¹³ Joni Aritansyah, “Perilaku Konsumsi Mahasiswa IPB Terhadap Daging Ayam Olahan”, *Skripsi*, Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor, 2007.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalahnya yaitu, Apakah ada perbedaan tingkat pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk menjelaskan perbedaan tingkat pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini manfaat yang ingin diperoleh adalah:

1. Bagi Dosen pengajar mata kuliah Ekonomi Islam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai materi dan cara perkuliahan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mahasiswa, sehingga diharapkan mendapatkan hasil yang diinginkan.
2. Bagi instansi pendidikan, khususnya jurusan Pendidikan IPS penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ide, pemikiran, dan masukan mengenai kurikulum yang didalamnya mengajarkan etika konsumsi bagi mahasiswa sehingga dapat dilakukan perbaikan-perbaikan dimasa yang akan datang.

3. Bagi penulis penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengetahuan mengenai etika konsumsi dan bagi peneliti lain, diharapkan dapat memberikan masukan dan acuan untuk penelitian-penelitian sejenis demi pengembangan ilmu pengetahuan itu sendiri.

E. Hipotesis

Hipotesis adalah komponen yang memiliki kekuatan dalam proses inkuiri. Karena hipotesis dapat menghubungkan teori yang relevan dengan kenyataan yang ada (fakta), atau menghubungkan kenyataan dengan teori yang relevan.¹⁴ Hipotesis diartikan sebagai jawaban sementara dari suatu perumusan masalah penelitian yang harus diteliti kebenarannya. Borg dan Gall mendefinisikan, “Hipotesis adalah proposisi sementara tentang hubungan dua atau lebih bangunan teori”. Sehingga bisa diartikan hipotesis sebagai proposisi yang dirancang untuk menjelaskan hubungan antara dua atau lebih dari variabel yang memerlukan usaha empiris tentang kebenarannya.¹⁵

Hipotesis sendiri dibagi menjadi dua jenis, yakni hipotesis nol (H_0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh atau hubungan antara variabel yang diteliti. Dan hipotesis yang kedua yakni hipotesis alternatif (H_a) menunjukkan adanya pengaruh atau hubungan antara variabel yang diteliti.¹⁶ Dari penjelasan dua jenis hipotesis tersebut, dan melihat hasil pendeskripsian dari kajian pustaka, serta permasalahan yang akan diteliti dalam latar belakang penelitian ini, maka

¹⁴ Zaenal Arifin. *Metodologi penelitian pendidikan*, (Surabaya: Lentera Cendikia, 2009), hlm. 49

¹⁵ Tedjo N. Reksoatmodjo. *Statistika Untuk Psikologi Dan Pendidikan*. (Bandung: PT Refika Aditama, 2007), hlm. 65-66

¹⁶ Wahid murni. *Cara Mudah Menulis Proposal Dan Laporan Penelitian Lapangan Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif (Skripsi, Tesis, Dan Desertasi)*. (Malang: UM Press, 2008), hlm. 21

bisa diuraikan hipotesis atau jawaban sementara pada penelitian ini sebagai berikut:

Ha:

Pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada pemahaman mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam

Ho:

Tidak ada perbedaan tingkat pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam

F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Secara global penelitian ini meneliti perbandingan pemahaman tentang etika konsumsi antara mahasiswa jurusan pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Sehingga dapat diketahui apakah terdapat perbedaan tingkat pemahaman tentang Etika konsumsi pada mahasiswa jurusan pendidikan IPS antara yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Pemahaman yang dimaksud disini adalah kemampuan mahasiswa dalam penguasaan materi atau pengetahuan yang dimiliki. Sedangkan Etika konsumsi adalah aturan, moral atau sikap perilaku seseorang dalam berkonsumsi menurut atau sesuai dengan kaedah keislaman.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah Mahasiswa jurusan Pendidikan IPS angkatan 2010/2011 Fakultas Ilmu Tarbiyah dan

Keguruan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Alasan peneliti mengambil subjek tersebut karena mata kuliah Ekonomi Islam dipasarkan pada semester VI (enam), berhubung sekarang semester ganjil maka yang bisa dijadikan koresponden adalah mahasiswa yang berada pada semester tujuh.

G. Originalitas Penelitian

Dalam original penelitian ini akan dipaparkan oleh peneliti tentang hasil penelitian terdahulu yang akan dijadikan acuan pembuatan penelitian dan dibandingkan untuk menentukan dan menemukan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang diangkat oleh peneliti sekarang, inilah yang disebut originalitas (bukan menjiplak karya orang). Dengan tujuan menghindari tulisan ataupun pengulangan pembahasan dengan gaya penulisan yang sama (plagiat).

Ada beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan peneliti salah satunya dari Ismail Saleh tahun 2012 dengan judul “Urgensi mempelajari Ekonomi Islam” (studi motivasi belajar ekonomi islam pada anggota kelompok studi ekonomi islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas diponegoro Semarang). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor motivasi belajar secara instrinsik terdiri dari faktor cita-cita, kemampuan, dan kondisi anggota KSEI baik itu dari fisiologis maupun psikologis (presepsi, minat, sikap, intelegensi). Adapun faktor psikologis yang bersumber dari dari motif agama merupakan faktor yang paling mendasar dalam menumbuhkan motivasi belajar secara instrinsik.

Sedangkan faktor secara ekstrinsik terdiri dari faktor lingkungan sosial, lingkungan non sosial, serta upaya pengajaran dalam pembelajaran.¹⁷

Skripsi Rofi'ah, tahun 2008 dengan judul “perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam perspektif hukum islam”. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi remaja muslim di Madrasah Aliyah Kotagede Yogyakarta dalam kesehariannya selalu dituntut agar sesuai dengan etika konsumsi islam dan sesuai dengan pengetahuan ajaran islam mereka mengenai konsumsi. Sebagian besar siswa-siswinya berdomisili di asrama pesantren, sehingga dalam keseharian mereka lebih mendapatkan ilmu atau pemahaman yang lebih banyak mengenai hukum maupun aturan yang ada dalam agama islam yang mengatur dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga perilaku konsumsi mereka masih banyak dipengaruhi oleh faktor eksternal atau dari lingkungan dimana mereka tinggal.¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Joni Ariansyah, tahun 2008 dengan judul “perilaku konsumsi mahasiswa Institute Pertanian Bogor program sarjana terhadap daging ayam olahan”. Penelitian ini menggunakan dua kali uji regresi untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah. Hasil penelitian regresi pertama menunjukkan bahwa taraf signifikan 0,167 yang menyertai t hitung 1,393 pada α sebesar 0,01, karena nilai t hitung lebih kecil dari pada nilai t tabel maka variabel jenis kelamin dan daerah asal tidak

¹⁷ Ismail Saleh, “Urgensi mempelajari Ekonomi Islam” (studi motivasi belajar ekonomi islam pada anggota kelompok studi ekonomi islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas diponegoro Semarang)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang, 2012

¹⁸ Rofi'ah, “Perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kota Gede Yogyakarta dalam prespektif hukum islam”, *Skripsi*, Fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2008

berpengaruh nyata terhadap tingkat konsumsi. Pada uji regresi ke dua didapatkan nilai r sebesar 51,9%, nilai F hitung sebesar 52,356 dengan tingkat signifikan 0,000 pada taraf 0,01. Karena probabilitas 0,000 jauh lebih kecil dari pada 0,01, Ini berarti bahwa sebesar 51,9% variasi pengeluaran konsumsi daging ayam olahan dapat diterangkan oleh kedua variabel independent yaitu harga daging ayam olahan dan uang kiriman secara bersama-sama berpengaruh nyata terhadap pengeluaran konsumsi daging ayam olahan. Sisanya sebesar 48,1% dijelaskan oleh faktor lain, salah satunya pengetahuan tentang keadaan makanan ayam olahan tersebut, baik dari sisi nilai gizi maupun kesehatan.¹⁹

Penelitian serupa yang dilakukan oleh Mu'arifah yang berjudul “uji beda terhadap pemahaman etika bisnis dan profesi pada mahasiswa Akuntansi yang belum dan yang sudah memprogram mata kuliah Ekonomi Islam”. Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa dari data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan uji beda, menunjukkan bahwa ada perbedaan yang signifikan antara mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dengan mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam terhadap pemahaman etika bisnis dan profesi, dimana mahasiswa yang sudah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai pemahaman etika

¹⁹ Joni Aritansyah, “Perilaku Konsumsi Mahasiswa IPB Terhadap Daging Ayam Olahan”, *Skripsi*, Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor, 2007.

bisnis dan profesi yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang belum menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.²⁰

Secara rinci penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel di bawah ini,

Tabel 1.1 Perbedaan Penelitian dengan Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti, judul penelitian	Fokus Masalah	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan
1	Ismael Saleh (2012) Urgensi mempelajari Ekonomi Islam” (studi motivasi belajar ekonomi islam pada anggota kelompok studi ekonomi islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas diponegoro Semarang)	untuk mengetahui faktor intrinsik dan faktor ekstrinsik yang dapat memotivasi anggota KSEI FEB UNDIP belajar ekonomi islam	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang pengumpulan Datanya dilakukan dengan metode triangulasi	Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menyatakan bahwa faktor motivasi belajar secara intrinsik terdiri dari faktor cita-cita, kemampuan, dan kondisi anggota KSEI baik itu dari fisiologis maupun psikologis (persepsi, minat, sikap, intelegensi)	Pada metode dan fokus masalah penelitian
2	Rofi’ah (2008) perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta	Pada penelitian ini fokus masalahnya adalah ingin mengetahui perilaku konsumsi	jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif serta pengujian menggunakan analisis product momen	Sebagian besar siswa-siswi Madrasah Aliyah Kotagede tidak melakukan perilaku	Fokus masalah dan varaibel penelitian

²⁰ Mu’arifah, “uji beda terhadap pemahaman etika bisnis dan profesi pada mahasiswa Akuntansi yang belum dan yang sudah memprogram mata kuliah Ekonomi Islam”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Islam malang, 2004

	dalam perspektif hukum islam	siswa-siswi Madrasah Aliyah yang berdomisili di pondok pesantren dan melihat perilaku tersebut dengan prespektif hukum islam		konsumsi yang boros dan bakhil.rata-rata mereka berperilaku wajar, ini karena pengetahuan tentang etika konsumsi juga berperan terhadap tindakan yang dilakukan	
3	Joni Ariansyah (2008) perilaku konsumsi mahasiswa Institute Pertanian Bogor program sarjana terhadap daging ayam olahan	Pada penelitian ini fokus masalahnya adalah ingin mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa IPB terhadap makanan bergizi termasuk daging ayam olahan yang banyak dijual di lingkungan tempat tinggal mahasiswa	Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang bersifat deskriptif dan penjelasan.	Dalam penelitian ini memilih beberapa variabel yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Yaitu jenis kelamin, daerah asal, uang kiriman, dan harga daging.	Pada fokus masalah penelitian dan Variabel penelitian
4	Mu'arifah (2004) uji beda terhadap pemahaman etika bisnis dan profesi pada mahasiswa	Ingin melihat perbedaan pemahaman tentang etika bisnis dan profesi antara	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis komparatif test	Pemahaman etika bisnis mahasiswa yang sudah memprogram mata kuliah Ekonomi Islam lebih	Pada fokus masalah dan variabel penelitian

	Akuntansi yang belum dan yang sudah memprogram mata kuliah Ekonomi Islam	mahasiswa yang sudah dan yang belum memprogram mata kuliah ekonomi islam		baik dari pada mahasiswa yang belum memprogram. Ini dilihat dari hasil tes dan signifikansi yang dihasilkan dari uji beda	
--	--	--	--	---	--

H. Definisi Operasional

Pemahaman Etika Konsumsi:

Pengertian Pemahaman dalam penelitian ini adalah kemampuan yang dimiliki mahasiswa untuk memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Sedangkan pengertian etika dalam penelitian ini adalah tatacara, norma, atau aturan yang mengatur perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tingkah laku atau kegiatan yang dilakukan seseorang dalam memenuhi kebutuhan dan menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa. Sehingga yang dimaksud dengan Etika konsumsi dalam penelitian ini adalah tatacara atau tingkah laku yang harus dilakukan seseorang yang berhubungan dengan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa dalam kehidupan sehari-hari sesuai dengan ajaran agama Islam.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Etika Konsumsi

1. Pengertian Etika

Etika adalah sebuah cabang filsafat yang berbicara mengenai nilai dan norma moral yang menentukan perilaku manusia dalam hidupnya.²¹ Sebagai cabang filsafat, etika sangat menekankan pendekatan yang kritis dalam melihat dan menggumuli nilai dan moral tersebut serta permasalahan-permasalahan yang timbul dalam kaitan dengan nilai dan norma moral itu. Etika adalah sebuah refleksi kritis dan rasional mengenai nilai dan norma moral yang menentukan dan terwujud dalam sikap dan pola perilaku hidup manusia, baik secara pribadi maupun sebagai kelompok.²²

Menurut Bertens Etika berasal dari kata Yunani „*ethos*“ yang berarti watak kesusilaan atau adat. Etika identik dengan kata moral yang berasal dari latin „*mos*“ yang dalam bentuk jamaknya *mores* yang juga berarti adat atau cara hidup.²³ Etika dan moral sama artinya, namun dalam pemakaian sehari-hari ada sedikit perbedaan, moral atau moralitas dipakai untuk perbuatan yang sedang dinilai, sedangkan etika dipakai untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang ada. Kemudian istilah etis menurut Franz Magnis Suseno adalah sesuai dengan tanggung jawab

²¹ Burhanuddin Salam, *Etika Sosial (asas moral dalam kehidupan manusia)*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 1997), hlm. 1.

²² Ibid..

²³ Heru Santosa, *Etika dan Teknologi*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), hlm. 7. Lihat Bertens, K., *Etika*, (Jakarta: Gramedia, 1993), hlm 4.

moral. Istilah ini digunakan untuk mengambil sikap yang wajar dalam suasana pluralisme moral yang merupakan cirri khas Zaman sekarang.²⁴ Istilah lain yang identik dengan etika, adalah:

1. Susila (Sansekerta), yang lebih menunjukkan kepada dasar, prinsip, aturan hidup (atau Sila) yang lebih baik (Su)
2. Akhlak (Arab) moral, berarti akhlak, etika berarti ilmu akhlak.

Tentang kata moral, dapat dilihat bahwa etimologinya sama dengan etika, sekalipun bahasa asalnya berbeda. Kata „moral“ sendiri perlu disimpulkan artinya, yaitu nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau suatu kelompok dalam mengatur tingkah lakunya. Sedangkan „moralitas“ mempunyai arti yang pada dasarnya sama dengan “moral”, hanya ada nada yang lebih abstrak. Kalau berbicara tentang moralitas suatu perbuatan, artinya, segi moral suatu perbuatan atau baik buruknya. Moralitas adalah sifat moral atau keseluruhan asas dan nilai yang berkenaan dengan baik dan buruk.²⁵

Jadi, istilah etika ialah suatu ilmu yang membicarakan masalah perbuatan atau tingkah laku manusia sejauh yang dapat dicerna akal pikiran. Apa yang berhubungan dengan keutamaan etika tidak cukup dengan diketahui, bahkan harus ditambah dengan melatih dan mengerjakannya, mencari jalan lain untuk menjadikan orang-orang yang utama dan baik.²⁶

2. Macam-Macam Etika²⁷

a. Etika Deskriptif

²⁴ Ibid., hlm. 8. lihat Franz Magnis Suseno, *Etika Sosial*, (Jakarta: Gramedia, 1991), hlm. 9.

²⁵ Ibid., hlm. 10.

²⁶ M. Yatimin Abdullah, *Pengantar Studi Etika*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2006), hlm. 10.

²⁷ Op.cit., hlm. 12.

Etika deskriptif melukiskan tingkah laku moral dalam arti luas, baik dan buruk, tindakan yang diperbolehkan atau tidak diperbolehkan. Etika deskriptif menurut Betens adalah “Mempelajari moralitas yang terdapat pada individu-individu tertentu, dalam kebudayaan-kebudayaan atau substruktural-substruktural tertentu dalam satu periode sejarah, dan sebagainya. Contohnya: sejarah etika”.²⁸

b. Etika Normatif

Etika normatif merupakan bagian terpenting dari etika dan bidang tempat diskusi-diskusi yang paling menarik tentang masalah-masalah moral berlangsung. Di sini ahli yang bersangkutan tidak bertindak sebagai penonton netral, seperti halnya dalam etika deskriptif, tapi harus melibatkan diri dengan mengemukakan penilaiannya tentang perilaku manusia.

c. Etika Individu

Etika individu merupakan etika yang objeknya tingkah laku manusia sebagai pribadi, misalnya tujuan hidup manusia.

d. Etika Sosial

Etika sosial membicarakan tingkah laku dan perbuatan manusia dalam hubungannya dengan manusia lain, misalnya hubungan dalam keluarga, dalam masyarakat, dalam Negara dan lain-lain.

e. Etika Terapan

Mengenai etika terapan, Bertens menyoroti:

²⁸ Lihat Bertens, K., *Etika*, (Jakarta: Gramedia, 1993), hlm 15.

“Suatu profesi atau suatu masalah. Sebagai contoh, etika terapan yang membahas profesi dapat disebut: etika kedokteran, etika politik, dan sebagainya. Diantara masalah yang dibahas oleh etika terapan dapat disebut: penggunaan senjata nuklir, pencemaran lingkungan hidup dan sebagainya”.²⁹

f. Meta Etika

Cara lain lagi untuk mempraktikkan etika sebagai ilmu adalah meta etika. Awalan „meta“ mempunyai arti “melebihi”, “melampui”. Istilah ini diciptakan untuk menunjukkan bahwa yang dibahas disini bukanlah mentalitas secara langsung, melainkan ucapan-ucapan dibidang mentalitas. Meta etika seolah-olah bergerak pada taraf yang lebih tinggi dari pada perilaku etis, yaitu pada taraf “bahas etis” atau bahasa yang digunakan dibidang mental. Dapat dikatakan juga bahwa metaetika mempelajari logika khusus dari ucapan-ucapan etis. Metaetika mengarah perhatiannya kepada arti khusus dari bahasa etis itu.

Menurut Burhanuddin etika dibagi menjadi dua macam, yaitu etika deskriptif dan etika Normatif:³⁰

1. Etika deskriptif, yang berusaha meneropong secara kritis dan rasional sikap dan pola perilaku manusia dan apa yang dikejar oleh manusia dalam hidup ini sebagai sesuatu yang bernilai. etika deskriptif berbicara mengenai fakta apa adanya, yaitu mengenai nilai dan pola perilaku manusia sebagai suatu fakta yang terkait dengan situasi dan realitas konkret yang membudaya. Ia berbicara mengenai kenyataan penghayatan nilai, tanpa menilai, dalam suatu masyarakat,

²⁹ Lihat Berten, K., *Etika*, (Jakarta: Gramedia, 1993), hlm 268.

³⁰ Burhanuddin Salam, *Etika Sosial (asas moral dalam kehidupan manusia)*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 1997), hlm. 3.

tentang sikap orang dalam menghadapi hidup ini, dan tentang kondisi-kondisi yang memungkinkan manusia bertindak secara etis.

2. Etika normatif, yang berusaha menetapkan berbagai sikap dan pola perilaku ideal yang seharusnya dimiliki oleh manusia atau apa yang seharusnya dijalankan oleh manusia, dan apa tindakan yang seharusnya diambil untuk mencapai apa yang bernilai dalam hidup ini. Etika normatif berbicara mengenai norma-norma yang menuntun tingkah laku manusia, serta memberi penilaian dan himbauan kepada manusia untuk bertindak sebagaimana seharusnya berdasarkan norma-norma ia menghimbau manusia untuk bertindak yang baik dan menghindari yang jelek.

Sesuai dengan pola pendekatan etika yang kritis dan rasional kedua jenis etika ini pada akhirnya menuntun orang untuk mengambil sikap dalam hidup ini. Bedanya, etika deskriptif memberi fakta sebagai dasar untuk mengambil keputusan tentang perilaku atau sikap yang mau diambil, sedangkan etika normatif memberi penilaian sekaligus memberi norma sebagai dasar dan kerangka tindakan yang akan diputuskan. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu kita lakukan.

3. Sistematika Etika

Etika secara umum dapat dibagi menjadi etika umum dan etika khusus. Etika umum berbicara mengenai kondisi-kondisi dasar manusia bertindak secara

etis, manusia mengambil keputusan etis, teori-teori etika dan prinsip-prinsip moral dasar yang menjadi pegangan bagi manusia dalam bertindak serta tolok ukur dalam menilai baik atau buruknya suatu tindakan.³¹

Mengenai etika khusus, Burhanuddin salam menjelaskan:

Penerapan prinsip-prinsip moral dasar dalam bidang kehidupan yang khusus. Penerapan ini dapat berwujud manusia mengambil keputusan dan bertindak dalam bidang kehidupan dan kegiatan khusus yang didasari oleh cara, teori dan prinsip-prinsip moral dasar. Namun, penerapan itu dapat juga berwujud: bagaimana saya menilai perilaku pribadi saya dan orang lain dalam suatu bidang kegiatan dan kehidupan khusus yang dilatarbelakangi oleh kondisi yang memungkinkan manusia bertindak etis: cara bagaimana mengambil keputusan atau tindakan, dan teori serta prinsip moral dsar yang ada di baliknya.³²

Etika khusus dibagi menjadi dua, yaitu etika individual dan sosial. Etika individual menyangkut kewajiban dan sikap manusia terhadap dirinya sendiri. Etika sosial berbicara mengenai kewajiban, sikap dan pola perilaku manusia sebagai anggota umat manusia. Etika sosial menyangkut hubungan manusia dengan manusia, baik secara perseorangan dan langsung maupun secara bersama dan dalam bentuk kelembagaan (keluarga, masyarakat, Negara), sikap kritis terhadap pandangan-pandangan dunia dan ideologi, sikap dan pola perilaku dalam bidang kegiatan masing-masing, maupun tentang tanggung jawab manusia terhadap makhluk hidup lainnya, serta alam semesta pada umumnya.

Tujuan dan fungsi dari etika sosial pada dasarnya adalah untuk menggugah kesadaran kita akan tanggung jawab kita sebagai manusia dalam kehidupan bersama dalam segala dimensinya. Etika sosial mau mengajak kita untuk tidak

³¹ Heru Santosa, *Etika dan Teknologi*, (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), hlm. 15

³² Burhanuddin Salam, *Etika Sosial (asas moral dalam kehidupan manusia)*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 1997), hlm. 7.

hanya melihat segala sesuatu dan bertindak dalam kerangka kepentingan kita saja, melainkan juga mempedulikan kepentingan bersama, yaitu kesejahteraan dan kebahagiaan bersama. Etika sosial, dalam bidang kekhususan masing-masing, berusaha merumuskan prinsip-prinsip moral dasar yang berlaku untuk bidang khusus tersebut.

4. Pengertian Konsumsi

Pengertian konsumsi adalah suatu tindakan manusia dalam mengurangi atau menghabiskan kegunaan suatu barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. menurut Soeharno konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang-barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Perilaku konsumsi masing-masing orang berkaitan dari sikap lingkungan hidup dan cara hidupnya serta pendapatan.³³

Tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang atau jasa, memperoleh kepuasan. Orang yang rasional dalam berkonsumsi akan menghemat sebagian uang yang dimilikinya untuk konsumsi dan menggunakan sisa uang konsumsinya untuk menabung. Seseorang dianggap bertindak rasional apabila mereka mempertimbangkan semua aspek dan alternatif yang memberinya utilitas paling tinggi.³⁴

a. Konsep Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi diartikan sebagai suatu tindakan guna mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang. Pengertian konsumsi dikaitkan erat dengan perilaku konsumen. Konsumen dalam hal ini memiliki pengertian yaitu semua

³³ Soeharno, *Teori Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 6

³⁴ Suprpti, S.W.N. *perilaku konsumen pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*. (Bali: Udayana University press, 2010), hlm. 54

orang yang melakukan kegiatan ekonomi. Seperti yang dikatakan Engel perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat untuk mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan.³⁵ Selanjutnya dari definisi tersebut terdapat komponen penting yang merupakan inti dari perilaku konsumen yaitu:³⁶

1. Perilaku konsumen melibatkan berbagai aktivitas, baik yang bersifat mental, emosi, dan fisik.
2. Perilaku konsumen terjadi didasari karena motif tertentu.
3. Konsumen merupakan pusat perhatian pertama.
4. Perilaku konsumen menunjukkan sebuah proses yang berkesinambungan, sejak konsumen belum melakukan pembelian, saat pembelian dan setelah pembelian.
5. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.
6. Perilaku konsumen berbeda untuk orang yang berbeda .

b. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Faktor -faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.³⁷ Menurut Kotler bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis.³⁸

³⁵ Engel, JF., dkk, *perilaku konsumen (Jilid 1) (Terj. F.X. Budiyanto)*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), hlm. 3

³⁶ Suprpti, *perilaku konsumen pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*, (Bali: Udayana University press, 2010), hlm. 3-4

³⁷ Engel, JF., dkk, op. cit, hlm. 197

³⁸ Kotler, P. *Managemen Pemasaran edisi millennium. Alih bahasa hendra Teguh dkk.* (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hlm. 183

Hal itu sejalan dengan pendapat Setiadi bahwa faktor-faktor yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah kebutuhan, kebudayaan, sosial ekonomi, personal, dan psikologis.³⁹

1. Faktor Budaya (Culture)

Kebutuhan merupakan faktor penentu yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lain bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari. Seseorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

a. Sub budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari sub-sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, area geografis.

b. Kelas sosial

Kelas sosial disebut juga sebagai posisi atau *social standing* adalah posisi relatif seseorang terhadap orang lain pada satu dimensi atau lebih dipandang oleh masyarakat memiliki nilai atau penghargaan tinggi adalah pendidikan, pekerjaan, kepemilikan properti, penghasilan dan warisan atau pusaka. Berdasarkan beberapa dimensi itu, anggota masyarakat diklasifikasikan ke dalam suatu hierarki kelas dengan status yang berbeda

³⁹ Setiadi, J.N. *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. (Jakarta:Kencana, 2008), hlm. 11

sehingga para anggota tiap kelas memiliki status lebih rendah atau lebih tinggi. Individu dengan posisi sosial berbeda cenderung memiliki pola kebutuhan dan konsumsi yang berbeda pula. Dengan demikian sistem kelas sosial didefinisikan sebagai suatu pembagian masyarakat secara hierarki ke dalam kelompok-kelompok yang homogen dan relatif unik dalam sikap, nilai, dan gaya hidup.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Beberapa diantaranya adalah kelompok-kelompok primer, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan, seperti keluarga, teman, tetangga, dan teman sejawat. Kelompok-kelompok sekunder, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan.

b. Keluarga

Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga merupakan organisasi penting dalam masyarakat dan para anggota keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.⁴⁰ Dalam proses pengambilan keputusan pembelian, ada beberapa peran yang bisa dimainkan oleh para anggota keluarga. Pemahaman terhadap peran-peran itu memberi wawasan tentang

⁴⁰ Kotler, P. *Managemen Pemasaran edisi millennium. Alih bahasa hendra Teguh dkk.* (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hlm. 188

bagaimana anggota keluarga berinteraksi dalam berbagai peran yang terkait dengan konsumsi⁴¹

- 1) Penggagas, anggota keluarga yang pertama kali merasakan atau mengungkapkan adanya kebutuhan terhadap suatu produk.
- 2) Pembawa pengaruh, anggota keluarga yang memberi informasi tentang suatu produk tersebut.
- 3) Penjaga pintu, anggota keluarga yang mengawasi arus informasi tentang produk ke dalam keluarga. Biasanya yang berperan sebagai penjaga pintu adalah ibu karena ia berupaya agar tidak semua permintaan harus dipenuhi dan agar tidak semua informasi produk diterima tanpa pertimbangan.
- 4) Pembeli, anggota keluarga yang melakukan pembelian aktual. Peran ini bisa diambil oleh ayah atau kakak tertua yang tahu tempat penjualan produk yang akan dibeli.
- 5) Pengguna, anggota keluarga yang mengkonsumsi atau menggunakan yang dibeli.

3. Faktor Pribadi (personal)

a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Seseorang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama hidup mereka. Selera terhadap makanan, pakaian, meubel, rekreasi sering kali berhubungan dengan usia. Pembelian juga dibentuk oleh tahap siklus

⁴¹ Suprapti. *perilaku konsumen pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*. (Bali: Udayana University press, 2010), hlm. 182

hidup keluarga, tahap-tahap yang mungkin dilalui keluarga sesuai dengan kedewasaan anggotanya.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya. Pekerja kerja kasar, sedangkan pekerja kantoran membeli setelan bisnis.

c. Keadaan Ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan untuk tabungan.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat, dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan.⁴² Gaya hidup juga dapat diartikan sebagai cara yang ditempuh seseorang dalam menjalani hidupnya, yang meliputi aktivitas, minat, kesukaan atau ketidaksukaan, sikap, konsumsi, dan harapan.

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Yang dimaksud dengan kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responya terhadap

⁴² Kotler, P, *Managemen Pemasaran edisi millennium. Alih bahasa hendra Teguh dkk*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hlm. 192

lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dengan berbagai pilihan produk atau merek.

f. Faktor Psikologis

a) Motivasi

Motivasi adalah kekuatan atau dorongan yang menggerakkan perilaku dan memberikan arah dan tujuan bagi perilaku seseorang. Motif adalah konstruk yang menggambarkan kekuatan di dalam diri yang tidak dapat diamati yang merangsang respon perilaku dan memberikan arah spesifik terhadap respon tersebut. Motivasi akan mendorong seseorang melakukan perilaku, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

b) Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses, dimana seseorang memilih, mengorganisasi, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi:

1. Perhatian yang selektif
2. Gangguan yang selektif
3. Mengingat kembali yang selektif

Faktor-faktor presepsi ini yaitu perhatian, gangguan, dan mengingat kembali yang selektif berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

c) Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Kepercayaan dan Sikap

e) Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.

B. Ekonomi Islam

Secara teoritis terdapat tiga aliran besar dalam sistem perekonomian, yaitu: sistem Kapitalisme, sosialisme, dan paradigma ekonomi islam. Dalam operasionalnya, ekonomi islam mempunyai karakteristik dan landasan yang berbeda dengan sistem kapitalisme dan sosialisme.⁴³ Apa yang dimaksud dengan ekonomi materialis adalah perilaku ekonomi yang menjadikan materi sebagai kiblat dari segalanya. Bahkan dalam ekonomi model ini kepentingan yang bersifat immateri tidak dijadikan sebagai suatu yang penting. Model ekonomi seperti ini terdapat dalam model ekonomi konvensional, kapitalisme dan sosialisme.

Ekonomi materialis ini tentu saja berbeda dengan ekonomi islam yang menyandarkan kerangka acuannya pada dimensi moral dan spiritual. Dimensi moral dan spiritual dalam ekonomi islam ini adalah kejujuran, kepedulian

⁴³ Said sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam; di tengah krisis ekonomi global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2001), hlm. 29.

terhadap golongan lemah, kebaikan dan kemaslahatan, keberdayaan manusia akan kekuasaan Tuhan yang menentukan segalanya.⁴⁴

Pada tataran sumber nilai, ekonomi islam didasarkan pada al-Quran dan al-Sunnah yang merupakan wahyu Tuhan. sedangkan ekonomi materialistis lahir dari filsafat dan aliran-aliran pemikiran yang bersumber dari manusia dan menjadikan akal sebagai satu-satunya sumber pengetahuan. Disisi lain, pada tataran pengalaman, keduanya menjadi doktrin dan ideologi bagi praktik-praktik ekonomi masyarakat sepanjang sejarah.⁴⁵

Ilmu ekonomi secara umum dipahami sebagai sebuah ilmu yang mempelajari cara manusia memenuhi kebutuhannya. Dari pemahaman tersebut, aksentasinya adalah cara manusia. Jika perekonomian adalah kegiatan-kegiatan dan pekerjaan-pekerjaan yang menjadikan manusia sebagai subjek pelakunya, maka hasil yang baik Bagi aktivitas perekonomian tersebut tentu didasarkan pada sejauh mana manusia itu melakukan bisnis ekonomi tersebut dengan cara yang baik. Oleh karena itu persoalan yang paling melekat dalam hal itu adalah moral manusia itu sendiri. Ekonomi akan menjadi baik jika manusia berkhlik baik. Demikian pula sebaliknya,⁴⁶ dengan demikian perekonomian islam juga disebut perekonomian *ethical* yang memainkan fungsinya malalui aqidah tauhid dengan prinsip-prinsip yang mengikutinya, yaitu: keimanan, pengabdian, kerjasama dan etika. Semua prinsip itu menjadi *frame work* bagi kerja perekonomian islam. Sementara perekonomian kapitalis menyandarkan prinsipnya hanya pada nilai materialisme saja. Prinsip perekonomian islam diarahkan terbentuknya

⁴⁴ Dede nurohman, *memahami dasar-dasar ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 1.

⁴⁵ *Ibid.*, hlm. 2.

⁴⁶ *Ibid.*.

kesejahteraan masyarakat bukan kerusakan. Hal ini bisa dilihat dari konsep tentang harta dan cara perolehannya yang harus dilandaskan pada fungsi sosial. Oleh karena itu pembahasan tentang perekonomian islam sesungguhnya sangat penting dan rasional, karena dampak positif dan asas manfaat yang dimiliki perekonomian islam. Anjuran adanya zakat, infaq dan shadaqah yang sangat membantu kehidupan masyarakat ekonomi lemah menjadi bukti atas hal itu.

Sebagai sistem ekonomi yang didasarkan moral dan spiritual yang berupa aqidah tauhid, ekonomi islam memandang bahwa alam semesta dan segenap isinya; manusia, hewan, tumbuhan, batu, gunung dan sebagainya, merupakan makhluk Tuhan. Ini berbeda dengan ekonomi materialisme yang memandang alam semesta sebagai sesuatu yang kekal dan kadim, ada sejak dulu. Benda-benda yang ada di dalamnya pun dianggap sebagai produk alam, sebagaimana yang diyakini para penganut paham evolusionisme. Manusia tidak mempunyai bagi kehidupannya, keberadaannya bertujuan tidak lain adalah untuk sesuatu yang tidak ada di luar dari kehidupan empirisnya, dimana manusia menjadi *homo-economicus* yang menganggap tidak ada yang penting selain pemenuhan naluri empirismenya tanpa peduli dengan nilai-nilai kemanusiaan seperti kasih sayang, keadilan, tanggung jawab dan kemuliaan.⁴⁷

1. Asas-Asas dalam Ekonomi Islam

Ekonomi islam adalah sistem ekonomi yang terjelma di dalamnya ketelitian cara berpikir yang terdiri dari nilai-nilai, juga sekumpulan dasar-dasar ekonomi yang merupakan bangunan perekonomian yang didirikan berdasarkan

⁴⁷ Dede nurohman, *memahami dasar-dasar ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 5.

asas-asas pokok ekonomi islam. Menurut Yatimin asas-asas tersebut ada empat macam yaitu sebagai berikut:⁴⁸

- a. Kewajiban berusaha (Wujubul amal). Seiring dengan kewajiban berusaha itu, ajaran Islam menegaskan bahwa pengangguran, hidup meminta-minta adalah perbuatan dosa dan melarang sekeras-kerasnya apalagi putus asa.
- b. Kewajiban membasmi pengangguran (maktul bithalah). Akibat positif dari dibasminya pengangguran, maka kelaparan dapat dihindarkan, pekerjaan terjamin, kemiskinan teratasi, timbul organisasi-organisasi sosial dan mendorong rakyat untuk suka member (bersifat sosial).
- c. Kewajiban mengakui hak milik (iqarul milkiyah asy-syakh-shiyah). Pengertian hak atas harta milik adalah bahwa harta yang ada ditangan seseorang itu diperolehnya dengan tenaganya sendiri atau dari pemberian orang lain yang sah. Pengertian milik atas harta adalah bahwa seseorang berkuasa buat memiliki harta itu, memakai, mempergunakan dan memberikannya kepada orang lain. pengertian yang pertama disebut dengan *kasab* dan pengertian yang kedua disebut *infaq*.
- d. Kewajiban pada pelakunya agar tunduk di bawah kesejahteraan sosial. Maksudnya, menundukkan ekonomi ke bawah hukum dan menjunjung tinggi kepentingan masyarakat banyak. Pengakuan hak milik sebagai asas ekonomi islam, haruslah diimbangi dengan prinsip yang mengutamakan kepentingan umum.

⁴⁸ M.Yatimin Abdullah, Pengantar Studi Etika, (Jakarta: PT Raja Grafindo,2006)), hlm. 408

Selain dari asas-asas tersebut di atas, ekonomi islam juga memiliki nilai-nilai tertentu, yaitu:

1. Nilai dasar kepemilikan, menurut sistem ekonomi islam:

- a. Kepemilikan bukanlah penguasaan mutlak atas sumber-sumber ekonomi, tetapi setiap orang atau badan dituntut kemampuannya untuk memanfaatkan sumber-sumber ekonomi tersebut.
- b. Lama kepemilikan manusia atas sesuatu benda terbatas pada lamanya manusia tersebut hidup di dunia.
- c. Sumber daya yang menyangkut kepentingan umum atau yang menjadi hajat hidup orang banyak harus menjadi milik umum. Hal ini berdasarkan hadits Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Ahmad dan Abu Daud yang mengatakan: “semua orang berserikat mengenai tiga hal, yaitu air (termasuk garam), rumput, dan api”. Sumber alam ini dapat dikembalikan (sekarang) dengan minyak dan gas bumi, barang tambang dan kebutuhan pokok manusia lainnya.

2. Keseimbangan

Keseimbangan yang terwujud dalam kesederhanaan, hemat, dan menjauhi sikap pemborosan. Seperti yang terdapat dalam QS. Al-Furqan ayat 67 yang artinya “dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta) mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”

3. Keadilan

Keadilan di dalam Al-quran, kata adil disebutkan lebih dari seribu kali, setelah perkataan Allah dan ilmu pengetahuan. Nilai keadilan sangat penting dalam ajaran Islam, terutama dalam kehidupan hukum sosial, politik dan ekonomi. Untuk itu keadilan harus diterapkan dalam kehidupan ekonomi seperti proses distribusi, produksi, konsumsi, dan lain sebagainya. Keadilan juga harus diwujudkan dalam mengalokasikan sejumlah hasil kegiatan ekonomi tertentu bagi orang yang tidak mampu memasuki pasar, melalui zakat, infak, dan ibadah.

Selain dari ketiga nilai tersebut di atas, Islam memiliki nilai instrumental yang mempengaruhi tingkah laku ekonomi seorang muslim dan masyarakat pada umumnya. Adapun nilai instrumental tersebut adalah zakat, larangan riba, kerjasama ekonomi, dan jaminan sosial. Jika nilai instrumental ini dilaksanakan, maka akan terwujud sistem ekonomi yang seimbang, menguntungkan, dan mensejahterakan semua pihak.⁴⁹

Sedangkan sumber karakteristik ekonomi Islam adalah Islam itu sendiri yang meliputi tiga asas pokok. Ketiganya secara asasi dan bersama mengatur teori ekonomi dalam Islam, yaitu asas akidah, akhlak, dan asas hukum (muamalah). Ada beberapa karakteristik ekonomi Islam sebagaimana disebutkan dalam *Al-Mawsu'ah Al-ilmiyah wa al-amaliyah al-Islamiyah* yaitu:

- 1) Semua harta kepunyaan Allah dan Manusia Merupakan khalifah atas harta
- 2) Ekonomi terikat dengan akidah, syari'ah (hukum), dan moral

⁴⁹ Nurul Huda, *Ekonomi makro Islam: Pendekatan Teoritis*, Edisi Pertama, (Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2008), hlm. 4-5

- 3) Keseimbangan antara keruhanian dan kebendaan
- 4) Keadilan dan keseimbangan dalam melindungi kepentingan individu dan masyarakat
- 5) Kebebasan individu dijamin dalam islam
- 6) Negara diberi wewenang turut campur dalam perekonomian
- 7) Bimbingan konsumsi
- 8) Petunjuk investasi
- 9) Zakat
- 10) Larangan riba⁵⁰

2. Perbedaan Dasar Sistem Ekonomi Islam dan Konvensional

Perbedaan dasar antara ekonomi Islam dan konvensional boleh dilihat dari beberapa sudut yaitu:⁵¹

a. Sumber (Epistemology)

Sebagai sebuah *Addin* yang *Syumul*, ekonomi islam bersumber berdasarkan kepada sumber yang mutlak yaitu Al-Qur'an dan As-Sunnah. Kedudukan sumber yang mutlak ini menjadikan islam itu sebagai agama yang istimewa dibanding dengan agama-agama ciptaan lain. Al-Qur'an dan As-Sunnah ini menyuruh kita mempraktikkan ajaran wahyu tersebut dalam semua aspek kehidupan termasuk soal muamalah. Perkara-perkara asas muamalah dijelaskan di dalam wahyu yang meliputi suruhan dan larangan. Larangan-larangan Allah SWT seperti riba, perniagaan babi, judi, arak, dan lain-lain karena perkara-perkara tersebut menceroahi fungsi manusia sebagai khalifah. Oleh karena itu, sumber

⁵⁰ Ibid., hlm. 6-12

⁵¹ Mustafa Edwin N, Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam, (Jakarta: kencana, 2007), hlm. 8-10

rujukan untuk manusia dalam semua keadaan termasuk persoalan ekonomi ini adalah lengkap. Kesemuanya itu menjurus kepada suatu tujuan yaitu pembangunan seimbang rohani dan jasmani manusia berasaskan tauhid. Sedangkan ekonomi konvensional tidak bersumber atau berlandaskan wahyu. Oleh karena itu, ia lahir dari pemikiran manusia yang bisa berubah berdasarkan waktu atau masa sehingga diperlukan maklumat yang baru. Tujuan yang tidak sama akan melahirkan implikasi yang berbeda karena itu pakar ekonomi Islam bertujuan untuk mencapai *al-Falah* di dunia dan akhirat, sedangkan pakar ekonomi Konvensional mencoba menyelesaikan segala permasalahan yang timbul tanpa ada pertimbangan mengenai soal ketuhanan dan keakhiratan tetapi lebih mengutamakan untuk kemudahan manusia di dunia saja.

b. Tujuan kehidupan

Tujuan ekonomi islam membawa kepada konsep *al-falah* (kejayaan) di dunia dan akhirat, sedangkan ekonomi sekuler untuk kepuasan di dunia saja. Ekonomi islam meletakkan manusia sebagai khalifah di muka bumi ini dimana segala bahan-bahan yang ada di bumi dan di langit adalah diperuntukkan untuk manusia. Kesemuanya bertujuan untuk beribadah kepada Allah SWT. Dalam kaitan ibadah, kita mengenal ada ibadah yang khusus ada pula ibadah yang umum. Manusia merupakan makhluk sosial (*Zone Politicon*) karena itu dalam soal pemilikan harta terdapat harta milik individu dan juga terdapat harta yang menjadi hak masyarakat umum. Sedangkan dalam sistem ekonomi konvensional berusaha dengan modal yang sekecil-kecilnya untuk mendapatkan keuntungan sebanyak-banyaknya.

c. Konsep harta sebagai wasilah

Di dalam Islam, harta bukanlah merupakan tujuan hidup tetapi sekadar wasilah atau perantara bagi mewujudkan perintah Allah SWT. Tujuan hidup yang sebenarnya adalah seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-An‘aam ayat 162:

﴿قُلْ إِنَّمَا أَدْعُوا رَبِّي وَمَا أُشْرِكُ بِهِ شَيْئًا ۚ إِنَّ رَبِّي لَخَالِقُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ لَئِيمٌ ذِكْرِهِ﴾

“Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam.”

Merealisasikan perintah Allah SWT yang sebenarnya ini akan membawa kepada ketenangan hidup yang hakiki. Setiap muslim percaya bahwa Allah merupakan pencipta yang mampu memberikan ketenangan hakiki. Maka dari itu harta bukanlah tujuan utama kehidupan tetapi sebagai jalan ketenangan kehidupan di dunia hingga ke alam akhirat. Ini berbeda dengan ekonomi konvensional yang meletakkan keduniaan sebagai tujuan yang tidak mempunyai kaitan dengan Tuhan dan akhirat sama sekali. Ini sudah tentu berlawanan dengan Islam. Untuk merealisasikan tujuan hidup menurut aliran konvensional ini, mereka membentuk sistem-sistem yang mengikuti selera nafsu mereka guna memuaskan kehendak materil mereka semata. Oleh karena itu, sistem konvensional mempunyai tujuan keuntungan tanpa memedulikan nilai wahyu, mereka mengutamakan kepentingan individu atau kepentingan golongan tertentu serta menindas golongan atau individu yang lemah dan berprinsip siapa yang kuat dialah yang menang (survival of the Fittest).

C. Etika Konsumsi dalam Islam

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syari'ah. Syari'ah ini bukan saja menyeluruh atau komprehensif tetapi juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab tidak ada syari'ah lain yang datang untuk menyempurnakannya.⁵² Komprehensif berarti syari'ah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan baik ritual (ibadat) maupun sosial (mu'amalat). Universal bermakna dapat diterapkan pada setiap waktu dan tempat sampai hari akhir nanti. Sebagaimana yang diterangkan bahwa kerangka kegiatan mu'amalah secara garis besar dapat dibagi ke dalam 3 (tiga) bagian besar, yaitu politik, sosial, dan Ekonomi. Dari bidang ekonomi diambil tiga turunan lagi yaitu: konsumsi, simpanan, dan investasi.

Berbeda dengan sistem yang lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga keterlaluhan, lebih lanjut al-Qur'an melarang terjadinya perbuatan *Tabzir* dan *mubazir*.⁵³ Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga member insentif untuk meningkatkannya. Hal ini berarti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah penting dan hanya para ahli ekonomi yang mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami dan menjelaskan prinsip produksi dan konsumsi. Mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum, nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang

⁵² Drs. Muhammad.M.Ag, *Ekonomi Mikro dalam perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), hlm. 164

⁵³ Ibid ., hlm. 165

lain dari subjek tersebut. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang.

Dalam bidang konsumsi, islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas. Norma islam adalah memenuhi meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderty*) dan sederhana (*simplity*). Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, diantaranya adalah *ishraf* dan *tabdzir*, juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan infak.

Ishraf berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hokum islam. Pembelanjaan yang dianjurkan dalam islam adalah yang digunakan untuk memenuhi “kebutuhan” dan dilakukan dengan cara rasional. *Tabzir* berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum islam. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka islam perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu pengeluaran tipe pertama dan pengeluaran tipe kedua. Pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga (pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dunia namun memiliki efek pada pahala di akhirat). Pengeluaran tipe kedua adalah pengeluaran yang dikeluarkan semata-mata bermotif mencari akhirat.

Norma-norma konsumsi yang dijelaskan diatas akan dibahas pada teori konsumsi islam dengan berdasarkan kepada etika konsumsi, prioritas konsumsi, kepuasan dalam konsumsi, rasionalitas konsumen muslim dan perilaku konsumsi dalam prespektif islam. Islam adalah agama yang sarat etika. Pembicaraan mengenai etika islam banyak dikemukakan oleh para ilmuwan. Sedang pengembangan yang sistematis dengan latar belakang ekonomi tentang sistem etika islam secara garis besar dapat dibagi menjadi 4 (empat) pokok aksioma sebagaimana dikupas oleh Naqfi. Naqfi mengelompokkan ke dalam 4 (empat) aksioma pokok, yaitu: tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak dan pertanggung jawaban. Dengan paparan sebagai berikut:⁵⁴

a) Tauhid (unity/Kesatuan)

Karakteristik utama dan pokok dalam islam adalah “tauhid” yang menurut Qardhawi dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: *rabbaniyyah gayah* (tujuan) dan *wijhah* (sudut pandang). Kriteria yang pertama menunjukkan maksud bahwa tujuan akhir dan sasaran islam adalah jauh kedepan, yaitu menjaga hubungan dengan Allah secara baik dan mencapai ridha-Nya. Sehingga pengabdian kepada Allah merupakan tujuan akhir, sasaran, puncak cita-cita, usaha dan kerja keras manusia dalam kehidupan (*Fana*) ini. Kriteria kedua adalah *rabbaniyyah masdar* (sumber hukum) dan *manhaj* (sistem). Kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran dan tujuan puncak (kriteria pertama) yang bersumber pada al-Qur’an dan Hadits Rasul.

⁵⁴ *ibid.*, hlm.168-172. Lihat Sayed Nawab haidar Naqfi, *Etika dan Ilmu Ekonomi, suatu sintesis Islam*, (Bandung: Mizan, 1985). Hlm 78-79

b) Adil (Equilibrium/Keadilan)

Adil merupakan salah satu pokok etika islam. Kata al-,*adl* berarti sam (rata) sepadan ukuran (takaran), keseimbangan. di dalam al-Qur'an, untuk menjelaskan kata adil diungkapkan dengan kata *al-'adl* yang merupakan lawan dari *al-jur* atau *az-zulm*. Sehubungan dengan masalah adil atau keadilan, mendefinisikan keadilan menjadi empat pengertian, yaitu: 1) keadaan sesuatu yang seimbang, 2) persamaan dan penafsiran segala bentuk deskriminasi, 3) pemeliharaan hak-hak individu dan pemberian hak kepada setiap orang yang berhak menerima dan 4) memelihara hak bagi kelanjutan eksistensi (keadilan tuhan).

Keadilan adalah hak-hak nyata yang mempunyai realitas, artinya bahwa keadilan tidak dapat disamakan dengan keseimbangan. Karena keadilan berawal dari usaha memberikan hak kepada setiap individu (yang berhak menerima) sekaligus menjaga atau memelihara hak tersebut, sehingga pernyataan yang mengatakan bahwa keadilan bersifat realitas adalah salah. Salah satu manifestasi keadilan menurut al-Qur'an adalah kesejahteraan.

c) *Free Will* (kehendak Bebas)

Manusia merupakan makhluk yang berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari *qadha* dan *qadar* yang merupakan hukum sebab-akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Tuhan. Dengan kata lain bahwa *qadha* dan *qadar* merupakan bagian dari kehendak bebas manusia. Pandangan al-Qur'an terhadap nurani manusia adalah kebebasan dan

kemerdekaan, di mana fitrah ilahi dapat hidup dalam segala keadaan dan lingkungan, sehingga Allah memberikan ganjaran dan siksaan kepada manusia.

d) Amanah (Responsibility/pertanggungjawaban)

Etika dari kehendak bebas adalah pertanggung jawaban. Dengan kata lain, setelah manusia melakukan perbuatan maka ia harus mempertanggung jawabkan perbuatannya, dengan demikian prinsip tanggung jawab merupakan suatu hubungan logis dengan adanya prinsip kehendak bebas. Allah berfirman, yang artinya:

Barang siapa mengerjakan kebaikan seberat dzarrah pun, niscaya akan melihat (balasan)-Nya.

Berdasarkan etika pokok dalam islam tersebut, maka karakter khusus dalam etika islam merupakan konsep yang lebih menitikberatkan pada hubungan manusia dengan Tuhan, alam dan masyarakat. Dengan dasar kepribadian yang multidimensional ini, manusia dapat berkehendak bebas dengan tanggung jawab atas kebebasan tersebut, baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, maupun dirinya sendiri.

Demikian halnya dalam melakukan konsumsi, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun di dalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur dalam ajaran islam. Untuk itu etika konsumsi dalam islam selalu merujuk kepada dasar "*halalan tayyiba*" dan sederhana. Dasar inilah yang merupakan asumsi dasar etika islam yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku konsumsi seorang muslim.

e) Halal

Kehalalan merupakan salah satu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Dengan kata lain, kehalalan adalah salah satu kendala untuk memperoleh maksimalisasi kegunaan konsumsi dalam kerangka ekonomi islam. Kendala kehalalan menganggap “buruk” komoditas-komoditas yang mempunyai nilai konsumsi nol dalam ekonomi islam. Dengan kata lain pemanfaatan barang (komoditas) secara bebas (menurut istilah ekonomi mikro neoklasik) tidak dapat dipenuhi. Jika ini terjadi, maka ruang komoditas tersebut akan didefinisikan atau dikenakan (dibebani) biaya etik.

Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antisipasi dari adanya keburukan yang ditimbulkan oleh barang tersebut. Sebagai contoh pengharaman *khamr* dalam arti luas, adalah upaya antisipasi yang ditimbulkan baik bagi konsumen (secara jasmani maupun rohani) maupun terhadap orang lain.

f) Sederhana

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Diantara dua cara hidup yang “ekstrim” antara paham materialistis dan *zuhud*. Ajaran al-Qur’an menegaskan bahwa dalam berkonsumsi manusia dianjurkan untuk tidak boros dan tidak kikir.

Lebih lanjut Maskawih memberikan yudikasi sifat sederhana, antara lain; adanya rasa malu, tenang (dapat berlebihan), loyal (tidak kikir) serta berperilaku mulia. Batasan ini mengandung asumsi bahwa setiap individu pada dasarnya berhak mendapatkan kehidupan yang menyenangkan dan melebihi dari

keperluannya. Sedangkan dalam memenuhi kebutuhan akan barang mewah, seseorang harus memperhatikan keadaan masyarakat sekelilingnya. Bila masyarakat sekelilingnya bertaraf hidup rendah, maka penggunaan barang mewah di larang (lebih dibatasi). Selain itu, kehidupan mewah yang tidak memberikan manfaat bagi lingkungan sosial (masyarakat) tidak perlu dijalankan.

1. Tujuan Konsumsi Islam

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban ruhiyah (Spiritual) dan Maliyah (material) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makan, tempat tinggal, maupun keamanan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan elemen kehidupan manusia. Akan tetapi, presentase kebutuhan yang dimiliki oleh manusia sangat beragam. Terkadang muncul tindakan ekstrim dalam mengakses kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai *utility* yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan) sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat.⁵⁵

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran

⁵⁵ Said sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), hlm. 72.

kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan konsumsi islam adalah:

- a. Terpenuhinya kebutuhan primer
- b. Menggunakan Barang dan jasa yang bermanfaat
- c. Menyeimbangkan antara apa yang didapat dengan yang dikeluarkan
- d. Melakukan Konsumsi bertujuan untuk beribadah kepada Allah SWT
- e. Kegiatan konsumsi yang dilakukan tidak hanya untuk kebutuhannya sendiri tetapi juga mempertimbangkan kemaslahatan bersama

Wacana tentang konsumsi sejatinya terbangun dari semangat filsafat hidup libertarianisme, individualism, utilitarianisme dan materialisme yang menjadi prinsip dasar kehidupan masyarakat sekuler. Melalui paradigma itu kemudian diformulasikan teori konsumsi. Fahim khan menjelaskan bahwa teori ekonomi modern dalam membahas perilaku konsumen melalui premis-premis berikut:⁵⁶

- a. Diasumsikan bahwa konsumen akan memutuskan apa yang dikonsumsi dan bagaimana konsumsi itu hanya untuk mendapatkan keuntungan dan kepuasan material.
- b. Secara umum dianggap bahwa semua konsumsi pelaku ekonomi diarahkan pada pemuasan kebutuhan-kebutuhannya sendiri. Dia tidak diganggu oleh pemuasan kebutuhan orang lain.

⁵⁶ Dede Nurohman, *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 100. Lihat fahim khan, *essay in Islamic Economic*, Leicester, United Kingdom: The Islamic Foundation, 1995, hlm. 46.

c. Diasumsikan bahwa seorang konsumen memiliki rasionalitasnya sendiri.

Hal ini berarti konsumen tidak pelit dan juga tidak boros, dan bahwa konsumen tidak menimbun kekayaan.

Sementara Fahim Khan menyatakan bahwa dalam sistem ekonomi islam, seorang konsumen muslim harus rasional dalam pembelajarannya. Aksioma yang ditawarkan teori-teori ekonomi islam tentang perilaku konsumen dirujuk dari norma-norma islam. Norma-norma ini bagian muslim harus dipelajari dan diwujudkan. Termasuk dalam hal perilaku pembelian. Menurut Khan perilaku konsumsi muslim yang rasional (sesuai dengan ajaran-ajaran Islam) tercipta melalui kondisi:⁵⁷

- 1) Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika dia membelanjakannya secara moderat (sewajarnya, tengah-tengah). Ini bersandar pada QS.al-isra" ayat 29:

وَلَا تُبَدِّلْ يَدَكَ عَنْ قَبْلِكَ إِحْبَابَكَ وَلَا يَكُنْ مِنَ الْفٰسِقِیْنَ

“dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

- 2) Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika dia membelanjakan tidak hanya untuk barang-barang duniawi, tetapi juga dijalan Allah. Ini dirujuk dari QS.al-isra" ayat 26:

وَمَا يَكْفُرُ اِلٰهًا وَّحٰدًا ۗ لَقَدْ جِئْتُمُوْا اِلٰهًا وَّحٰدًا ۗ فَاِذَا كُنْتُمْ اِلٰهًا كَمَا كُنْتُمْ اِلٰهًا وَّحٰدًا ۗ فَاَعْبُدُوْهُ ۗ اِلٰهًا وَّحٰدًا ۗ سُبْحٰنَ اِلٰهِ عَمَّا يُشْرِكُوْنَ

⁵⁷ Ibid., hlm. 108.

“ dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.”

- 3) Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika *ceteris paribus* ,keranjang (basket) konsumsinya lebih kecil dari keranjang konsumsi ekonomi sekuler yang hanya memasukkan sesuatu yang dibolehkan saja dan mengabaikan hal-hal yang dilarang. Keadaan ini didasarkan pada QS.al-Baqarah ayat 173:

لَا يَحِلُّ لَكُمُ الْمَيْتَةُ بِرَأْسِهَا وَلَا نَجْسٌ وَمَا كَانَ مِنْ لَحْمِ الْخُزْزِ أَوْ دَمًا مُسْفُوفًا وَلَا ذَرْبًا وَلَا مِمَّا يَخْرُجُ مِنْ بَطْنِ أَوْ أَمْرِئٍ وَلَا حَلَالًا مِمَّا حُرِّمَ إِلَّا إِجْتِنَابًا لِأَصْفَادٍ أُولَئِكَ هِيَ الْغَوَاةُ أَلْسِنَتُهُمْ مُمَرَّغَةٌ فِي أَنْفِهِمْ هُمُ السَّوْءُ سَأَلَهُمْ لَكُمُ الْمَيْتَةُ بِرَأْسِهَا أَلَمْ يَكُنْ لَكُمْ حُرْمَةٌ أَنْ تَلْبَسُوا الْحُلُمَ إِذْ لَبِئْسَ مَا كَانُوا يَفْعَلُونَ

“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.”

- 4) Seorang konsumen dianggap rasional hanya ketika dia tidak menyimpan tabunganya selain untuk investasi. Dalam hadits dinyatakan bahwa ketika hal itu tidak dilakukan, maka simpananya itu akan dipotong dalam bentuk zakat.

Jadi menurut Khan, total pembelanjaan konsumen muslim rasional dapat digolongkan sebagai berikut:

- a) Pembelanjaan untuk mencapai kepuasan di dunia. Hal ini meliputi; konsumsi sekarang (jangka pendek) di dunia, dan tabungan atau investasi untuk masa depan.
- b) Pembelanjaan untuk lainnya dengan niat mendapatkan pahala di akhirat. Hal ini meliputi; apa yang dikonsumsi dengan segera oleh penerima, apa yang di investasikan untuk tujuan-tujuan sosial atau keuntungan-

keuntungan masyarakat atau apa yang disimpan oleh penerima untuk investasi mereka sendiri.

2. Prinsip-Prinsip Dasar dalam Konsumsi Islam

Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya. Seorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. *"Kamu telah menghabiskan rizkimu yang baik dalam kehidupan duniawi (saja) dan kamu telah bersenang-senang dengannya"* (Al-Ahqaf: 20).⁵⁸

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah itu milik semua manusia dan suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada ditangan orang-orang tertentu. Namun, tidak berarti mereka dapat memanfaatkannya untuk mereka sendiri. Sedangkan orang lain tidak memiliki bagianya. Karena itu, banyak diantara anugerah-anugerah yang diberikan kepada umat manusia itu masih berhak mereka miliki walaupun mereka tidak memperolehnya.⁵⁹

Konsumsi islam senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan

⁵⁸ Aan Zainul A, *Mikro Ekonomi Islam-Teori Perilaku konsumsi islami* (<http://aanzainul-belajar.blogspot.com/2012/10/mikro-ekonomi-islam-5-teori-perilaku.html>, diakses 22 Oktober 2013)

⁵⁹ Euis Amalia, *sejarah pemikiran ekonomi Islam*, (Depok:Gramata Publishing, 2010). Hlm. 311.

mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain. Adapun kaidah atau prinsip dasar konsumsi islami adalah:⁶⁰

- a. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari:
 - 1) Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan atau beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh penciptanya.
 - 2) Prinsip ilmu, yaitu seorang ketika akan mengkonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.
 - 3) Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram atau syubhat.
- b. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat islam, di antaranya:
 - 1) Sederhana, yaitu mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan pelit, tidak bermewah-mewah, tidak mubadzir, hemat.

⁶⁰ Aan Zainul A, op,cit.

- 2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.
 - 3) Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.
- c. Prinsip prioritas, di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:
- 1) Primer, yaitu konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.
 - 2) Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah atau meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, misalnya konsumsi madu, susu dan sebagainya.
 - 3) Tersier, yaitu untuk memenuhi konsumsi manusia yang jauh lebih membutuhkan.
- d. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya:
- 1) Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sebagaimana bersatunya suatu badan yang apabila sakit pada salah satu anggotanya, maka anggota badan yang lain juga akan merasakan sakitnya.

- 2) Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi apalagi jika dia adalah seorang tokoh atau pejabat yang banyak mendapat sorotan di masyarakatnya.
 - 3) Tidak membahayakan orang lain yaitu dalam mengkonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan madharat ke orang lain seperti merokok.
- e. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
 - f. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi islami seperti suka menjamu dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.

Selain itu Muhammad juga menjelaskan bahwa prinsip dasar dalam konsumsi islam ada 5 (lima),⁶¹ yang pertama sesuai dengan perintah al-Qur'an bahwa manusia diperintah untuk memakan makanan yang halal dan melarang untuk mengikuti langkah-langkah syaitan. Syarat ini mengandung arti ganda, baik mengenai mencari rezeki secara halal dan dilarang menurut hukum. Syarat kedua yaitu makanan harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Oleh karena itu tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

Prinsip ketiga yang mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan yang berarti janganlah makan secara

⁶¹ Drs. Muhammad.M.Ag, *Ekonomi Mikro dalam prespektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004),hlm. 166

berlebihan. Arti penting ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada pencernaan (perut). Praktek memantangkan jenis makan tertentu, dengan tegas tidak diperbolehkan dalam islam.

Prinsip keempat adalah kemurahan hati, dengan berpegang dan mentaati syariat islam dan tidak ada bahaya maupun dosa ketika makan makanan dan minum minuman yang halal yang disediakan Allah karena kemurahannya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Allah dengan keimanan yang kuat dalam tuntunanya, dan perbuatan adil yang sesuai dengan itu, dengan menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.⁶²

Dengan demikian dalam hal ini terdapat peralihan berangsur yang sifatnya elastis dan memperhitungkan tujuan makan dan minum langsung dan pokok. Makanan dan minuman berbahaya dilarang sekali. Prinsip kelima adalah prinsip mengenai konsumsi kondisi moralitas. Prinsip ini bukan hanya mengenai makanan dan minuman. Tujuan akhir dari makan dan minum adalah untuk meningkatkan kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Prinsip ini didasarkan pada kaidah al-Qur'an, bahwa sementara orang mungkin merasakan sedikit kenikmatan atau keuntungan dengan minum-minuman keras dan makan makanan terlarang lainnya, tetapi hal itu dilarang karena adanya bahaya yang mungkin ditimbulkannya lebih besar dari pada kenikmatan atau keuntungan yang mungkin diperolehnya.

BAB III

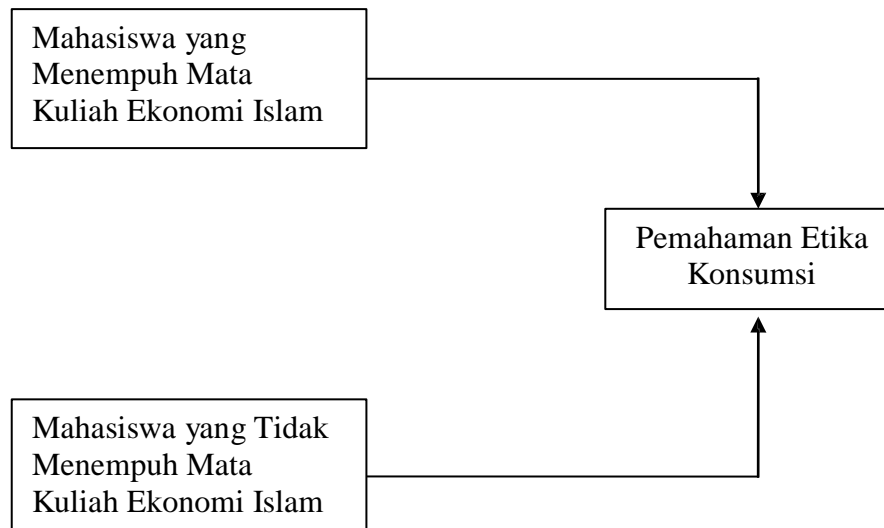
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, penelitian ini berusaha untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai perbedaan pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam, maka peneliti mencoba menggunakan dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini termasuk jenis penelitian komparatif, penelitian komparatif adalah penelitian yang diarahkan untuk mengetahui apakah antara dua atau lebih dari dua kelompok ada perbedaan dalam aspek atau variabel yang diteliti.⁶³

Dalam penelitian ini pun tidak ada pengontrolan variabel, maupun manipulasi atau perlakuan dari peneliti. Penelitian dilakukan secara ilmiah, peneliti mengumpulkan data dengan menggunakan instrument yang bersifat mengukur. Hasilnya dianalisis secara statistik untuk mencari perbedaan diantara variabel-variabel yang diteliti. Penelitian komparatif juga dapat memberikan hasil yang dapat dipercaya, selain karena menggunakan instrumen yang sudah diuji, juga karena kelompok yang dibandingkan memiliki karakteristik yang sama atau hampir sama. Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah:

⁶³ Prof. Dr. Nana Syaodih S. *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: PT remaja Rosdakarya, 2010), hlm. 56.



Gambar 3.1
Kerangka konseptual

Keterangan:

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman mahasiswa Program Studi Pendidikan IPS terhadap etika konsumsi adalah tergantung pada apakah mahasiswa tersebut memahami tentang konsep etika konsumsi yang ditunjukkan dengan pemahaman terhadap mata kuliah Ekonomi Islam.

B. Populasi dan Sampel

populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.⁶⁴ Menurut Arikunto populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Sedangkan subjek penelitian menunjukkan pada individu atau kelompok yang dijadikan unit atau satuan kasus yang diteliti.⁶⁵ Jadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa jurusan Pendidikan IPS angkatan 2010/2011 yang berjumlah 121 mahasiswa. Jumlah populasi tersebut terdiri dari 20 mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dan sisanya 101 mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).⁶⁶ Suharsimi mengemukakan bahwa teknik sampel acak yaitu teknik yang dalam pengambilan sampelnya, peneliti “mencampur” subjek-subjek didalam populasi sehingga semua objek dianggap sama untuk memperoleh kesempatan dipilih menjadi sampel.⁶⁷ Sedangkan menurut Singaribun metode pengambilan sampel yang ideal seharusnya mempunyai sifat-sifat sebagai berikut ;⁶⁸

1. Dapat menghasilkan gambaran yang dipercaya dari seluruh populasi.
2. Dapat menentukan presisi dari hasil penelitian dengan menentukan penyimpangan dari taksiran yang diperoleh.

⁶⁴ Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 80.

⁶⁵ Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian suatu pendekatan Praktik (edisi Revisi VI)*, (Jakarta: Asdi Mahasatya, 2006), hlm. 108.

⁶⁶ Sugiyono. *op.cit.* hlm. 81.

⁶⁷ Suharsimi Arikunto. *op.cit.* hlm. 115

⁶⁸ Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi. *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: LP3ES, 1995), hlm. 149-150.

3. Sederhana sehingga mudah untuk dilaksanakan dengan biaya yang serendah-rendahnya.
4. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya serendah mungkin.

Jadi pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan secara acak atau *Random Sampling* dengan mengambil jumlah sampel sebesar 20 untuk mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Jumlah tersebut keseluruhan dari mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam, karena jumlahnya sedikit sehingga diambil keseluruhan dari populasi. Untuk mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam sampel yang diambil berjumlah 30 mahasiswa. Jumlah ini sesuai dengan saran-saran ukuran sampel oleh Roscoe dalam bukunya Sugiono yaitu ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500,⁶⁹ dengan pertimbangan bahwa jumlah tersebut sesuai dengan standar minimal dan menyeimbangkan dengan jumlah kelompok responden yang lain, maka diambil sampel keseluruhan berjumlah 50 mahasiswa yang terdiri dari 20 mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dan 30 mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah.

C. Instrument Penelitian

Dalam mendukung proses pengumpulan data dan memperoleh data yang diinginkan, peneliti menggunakan instrument berupa *Quisioner* atau angket untuk mengumpulkan data dilapangan untuk mengetahui data tentang perbedaan pemahaman etika konsumsi. Butir-butir pertanyaan atau pernyataan dikembangkan

⁶⁹ Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm. 91.

berdasarkan atas dasar teori konsumsi secara umum dan etika konsumsi dalam ekonomi islam yang relevan dengan variable penelitian. Pertanyaan tersebut diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu suatu skala yang digunakan tentang fenomena sosial.⁷⁰ Sehingga dapat digunakan sebagai skala yang berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Adapun alternatif jawaban yang diberikan untuk menanggapi pernyataan yang ada meliputi: jawaban dari setiap butir pertanyaan memiliki tingkatan dari yang sangat negatif sampai sangat positif, yang berupa kata-kata dengan kategori dari setiap pilihan jawaban atas pernyataan. Dalam penelitian ini skala likert yang digunakan memakai lima point yaitu:

Tabel 3.1
Skor skala likert

point	Skor	Keterangan
Sangat tidak setuju (STS)	1	Kecenderungan responden memahami etika konsumsi tidak baik
Tidak setuju (TS)	2	
Tidak Tahu (TT)	3	Netral
Setuju (S)	4	Kecenderungan responden memahami etika konsumsi sangat baik
Sangat Setuju (SS)	5	

Adapun penjabaran variabel penelitian ke dalam indikator penelitian ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

⁷⁰ Iqbal hasan, pokok-pokok Materi Metodologi penelitian dan Aplikasinya, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 72

Tab 3.2 penjabaran variabel penelitian ke dalam indikator penelitian

variabel	Sub variabel	indikator	No pertanyaan
Pemahaman Etika Konsumsi	Tujuan konsumsi Islam	1. Terpenuhinya kebutuhan primer	1,2
		2. Barang dan jasa bermanfaat secara materi	3,4
		3. Keseimbangan antara yang didapat dan diberikan	5,6
		4. Konsumsi untuk beribadah	7,8
		5. Konsumsi tidak untuk kebutuhan sendiri	9,10
	Rasionalisasi dalam konsumsi islam	1. Membelanjakan harta secara moderat	11,12
		2. Konsumsi tidak hanya untuk duniawi	13,14
		3. Barang yang dikonsumsi sesuai aturan agama	15,16
		4. Menyimpan harta selain untuk investasi	17,18
Prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam	1. Tidak berlebih-lebihan dan melampaui batas	19,20	
	2. Adanya pengakuan hak milik atas barang	21,22	
	3. Mengetahui manfaat dan hukum barang yang dikonsumsi	23,24	
	4. Bersikap sederhana dan memprioritaskan kebutuhan yang lebih penting	25,26	
	5. Memberikan contoh dalam mengkonsumsi dan peduli terhadap sesama	27,28	
	6. Menghemat sumber daya alam yang ada	29,30	
	7. Tidak meniru pola konsumsi yang tidak sesuai dengan islam	31,32	

Sumber:

Ekonomi Islam (Sa'id sa'ad Marthon 2007)

Memahami dasa-dasar ekonomi Islam (Dede Nurohman 2011)

Mikro ekonomi Islam-Teori perilaku konsumsi islami (Aan Zainul A 2012)

D. Data dan Sumber Data

Data adalah seluruh keterangan atau informasi untuk memperkuat penelitian, data juga merupakan hasil penemuan baik berupa fakta ataupun angka. Dengan demikian yang dimaksud data dalam penelitian ini adalah berbagai keterangan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Dalam hal ini peneliti menggunakan data primer. Menurut Sumarsono data primer adalah data dimana diperoleh secara langsung dari objek penelitian.⁷¹ Artinya data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan, baik yang berasal dari responden, informan, maupun pihak yang terkait lainnya. Dalam hal ini penulis mendapatkan data melalui angket atau kuisoner yang disebarkan secara langsung kepada Mahasiswa Jurusan IPS yang menjadi responden dan mengolah data tersebut untuk dianalisis.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan data dilakukan dengan kuisisioner, kuisisioner atau angket adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi.⁷² Kuisisioner ini menggunakan pertanyaan tertutup dimana pertanyaan-pertanyaan yang dituliskan telah disediakan pilihan jawaban, responden tinggal memilih dari jawaban yang telah

⁷¹ Sukandarrumudi. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. (Yogyakarta: Gajdah Mada University Perss,2006), hlm. 78.

⁷² Ibid., hlm. 44.

disediakan tersebut sehingga obyektivitas jawaban responden menjadi satu-satunya hal yang diandalkan atas validitas data yang dikumpulkan. Dalam pengumpulan data terdapat langkah-langkah yang meliputi: tahap persiapan dan tahap pelaksanaan.

1. Tahap persiapan pengumpulan data

- a. Mempelajari masalah, mengumpulkan informasi, dan mencari bahan pustaka sebagai bahan referensi
- b. Menentukan populasi dan menentukan sampel yang akan digunakan sebagai subjek penelitian
- c. Menyusun instrument yang berupa angket sebagai alat untuk mengumpulkan data kemudian dikonsultasikan kepada dosen pembimbing
- d. Menjustifikasi angket yang telah disusun oleh beberapa justifikator
- e. Mengurus surat izin penelitian kepada lembaga yang berwenang

2. Tahap pelaksanaan

- a. Menyiapkan dan menyebarkan angket kepada responden untuk diisi menurut tanggapan masing-masing individu
- b. Mengambil angket yang telah diisi sesuai dengan waktu yang telah ditentukan yaitu pada saat penyebaran angket.
- c. Memasukan semua data pada tabel yang telah dibuat sesuai dengan keperluan untuk mempermudah pelaksanaan analisis dan penyajian data
- d. Menganalisis data, merumuskan hasil penelitian, dan mengkaji hasil penelitian melalui pembahasan

Selain menggunakan kuisioner dalam penelitian ini juga menggunakan dokumentasi dan wawancara tidak terstruktur. Dokumentasi digunakan peneliti untuk mengetahui data-data tentang jurusan Pendidikan IPS FITK yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan wawancara tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas di mana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

F. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat kuantitatif, yaitu bermaksud menggambarkan variabel yang ada dengan menggunakan uji statistik.

1. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat dan valid, peneliti harus menguji instrument penelitian terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas. Djamaludin Ancok menerangkan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana alat ukur (instrument) itu dapat mengukur apa yang ingin diukur.⁷³ Langkah-langkah

⁷³ Masri Singarimbun, Efendi, *metode penelitian survey* (Jakarta: LP3ES, 1995), hlm. 192

yang dapat digunakan dalam pengujian instrument penelitian, Djamaludin Ancok menjelaskan sebagai berikut:⁷⁴

- a) Mengidentifikasi secara operasional konsep yang akan diukur
- b) Melakukan uji coba skala pengukuran dengan menggunakan skala likert pada kuisioner terhadap sejumlah responden
- c) Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
- d) Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan atau pernyataan dengan skor tabel yang telah ditentukan

Adapun tujuan dari pengujian ini yaitu agar data yang diambil benar-benar valid, yakni benar-benar mengukur apa yang hendak diukur dan reliabel yang artinya konstan. Untuk pengujian validitas item pertanyaan dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Product Moment Pearson*, yakni dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana: r = korelasi product moment

N= banyak sampel

X= kriterium

Y = Prediktor dan kriterium

Dalam perhitungan uji korelasi ini setiap item pertanyaan diberi skor sesuai dengan model skala likert, dengan taraf signifikan 0,05. Pengujian validitas

⁷⁴ Ibid., hlm. 122

instrument yang dapat digunakan dengan dua taraf signifikan 0,05 adalah dengan criteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka instrument atau item pertanyaan yang digunakan berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dapat dinyatakan valid.
- b) Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig 0,05), maka instrument atau item pertanyaan yang digunakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dapat dinyatakan tidak valid.

Untuk mengetahui validitas instrument pada penelitian ini, digunakan alat bantu dengan program *SPSS 14.0 for windows*.

2. Uji Realibilitas Instrument Penelitian

Pengujian instrument penelitian tidak hanya valid, namun instrument penelitian harus reliabel. Instrumen yang reliabel berarti instrument yang digunakan untuk mengukur dan menguji beberapa kali pada objek yang sama diwaktu berlainan akan menghasilkan data yang sama.⁷⁵ Reliabel berkaitan dengan masalah kepercayaan terhadap alat riset (instrument).

Suatu instrument dapat memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi jika hasil dari pengujian tes atau instrument tersebut menunjukkan hasil yang tetap. Uji reliabilitas yang dipakai adalah realibilitas internal, yaitu menganalisis data dari satu kali hasil uji. teknik yang dipakai adalah menggunakan Pengujian *Cronbach Alpha*, pengujian ini digunakan untuk uji tingkat keandalan (reability) dari masing-masing angket variabel. Apabila nilai *Cronbach Alpha* semakin mendekati 1

⁷⁵ Sugiyono, *statistic untuk penelitian* (Bandung:: ALFABETA, 2006), hlm. 267.

mengidentifikasi bahwa semakin tinggi pula konsistensi internal reabilitasnya. Untuk mempermudah dan mendapatkan hasil yang akurat dilakukan perhitungan dengan *SPSS 14.0 for Windows*.

3. Uji Beda (t-test)

Untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah ekonomi islam yaitu dengan melakukan uji beda atau uji-t. persyaratan yang diperlukan dalam melakukan teknik uji-t adalah data harus berdistribusi normal.

Untuk memenuhi prasarat dalam analisis data ditempuh dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Dilakukan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan uji kolmogrov-smirnov.⁷⁶

b. Melakukan uji beda atau t-test

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan pemahaman antara dua kelompok sampel yang saling independen. Langkah-langkah dalam menggunakan uji t adalah:

- 1) Menentukan taraf nyata. Dalam penelitian ini taraf nyata yang diinginkan sebesar 95% dengan uji dua sisi (Two-Tail Test).

⁷⁶ Rahadi Subana H.& sudrajat, *Statistik Pendidikan*, (bandung: Pustaka Setia, 200). Hlm. 124

Digunakan uji dua sisi ini karena peneliti tidak mempunyai kecenderungan terhadap perbedaan hipotesis yang diajukan. Dengan kata lain tidak mencari pemahaman kelompok mana yang yang lebih tinggi atau baik tetapi hanya untuk mencari signifikansi perbedaan yang ada.

- 2) Menyusun peringkat data tanpa memperdulikan kategori sampel.
- 3) Setelah masing-masing kelompok disusun peringkatnya maka langkah selanjutnya melakukan pengujian terhadap hipotesis. Uji hipotesis dua arah ini adalah:

$$H_0 = \mu_1 = \mu_2 \text{ dan } \mu_1 \neq \mu_2$$

Rumus yang digunakan untuk mengetahui nilai t adalah:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

Keterangan:

\bar{X}_a = rata-rata kelompok a

\bar{X}_b = rata-rata kelompok b

S_p = Standar Deviasi gabungan

S_a = Standar deviasi kelompok a

S_b = Standar deviasi kelompok b

n_a = banyaknya sampel di kelompok a

n_b = banyaknya sampel di kelompok b

Setelah t-hitung ditentukan, langkah selanjutnya adalah membandingkannya dengan nilai t-tabel. Nilai t digunakan untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Lebih jelasnya dapat ditentukan bahwa:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, dan H_a diterima. sbaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Untuk mengurangi kesalahan dalam perhitungan, maka dalam analisis perhitungan t menggunakan program *SPSS 14.00 for windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Penyelenggaraan Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial didasarkan pada Surat Keputusan Direktur Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No. E/138/1999 tentang Penyelenggaraan Jurusan Tarbiyah Program Studi Tadris IPS pada STAIN Malang tertanggal 18 Juni 1999, yang ditindaklanjuti oleh Surat Nomor 811/D/T/2003 tertanggal 16 April 2003 perihal Rekomendasi Pembukaan Program-program Studi Umum pada STAIN Malang oleh Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional serta Keputusan Direktur Jenderal Kelembagaan Agama Islam No. DJ.II/54/2005 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Jenjang Strata I (S-1) pada Universitas Islam Negeri (UIN) Malang Jawa Timur tertanggal 28 Maret 2005.

Keberadaan program studi ini dimaksudkan untuk menunjang sumber daya manusia terutama dalam menyiapkan tenaga pendidik yang mampu mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni memasuki era *knowledge-based society* serta dapat memberikan jalan keluar bagi hambatan-hambatan pembangunan nasional. Kualifikasi lulusannya diharapkan dapat berperan sebagai: (1) Tenaga pendidik mata pelajaran ekonomi dan/ilmu pengetahuan sosial pada jenis pendidikan formal dan non formal pada jenjang pendidikan dasar dan menengah; dan (2) Tenaga

non kependidikan di bidang dunia usaha (*entrepreneur muslim*) yang kreatif dan inovatif.

1. Visi Program Studi Pendidikan IPS

Menjadi Program Studi terkemuka dalam penyelenggaraan Tri Dharma perguruan tinggi untuk menghasilkan lulusan di bidang ilmu pengetahuan sosial yang memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu dan kematangan profesional, dan menjadi penggerak kemajuan masyarakat yang siap bersaing di tingkat nasional dan internasional.

2. Misi Program Studi Pendidikan IPS

Misi program studi Pendidikan IPS diantaranya adalah :

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang unggul untuk menghasilkan tenaga pendidik (guru) Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) di lingkungan madrasah/sekolah, pondok pesantren, dan masyarakat luar sekolah.
- b. Menyelenggarakan program penelitian dan pengabdian masyarakat untuk mengembangkan keilmuan program studi.
- c. Memepersiapkan lulusan yang berkualitas yang memiliki kekokohan aqidah dan kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu dan kematangan profesional dalam menjalankan tugasnya sebagai guru mata pelajaran ekonomi/atau ilmu pengetahuan sosial di sekolah/madrasah.
- d. Mengembangkan paradigm baru manajemen pendidikan dan menciptakan iklim akademis yang religious dalam pengolahan pendidikan dan pengembangan

kompetensi sebagai guru mata pelajaran ekonomi dan/atau ilmu pengetahuan sekolah di sekolah/madrasah.

- e. Mendorong tradisi penelitian yang dapat melahirkan dan mengembangkan teori-teori pendidikan ilmu pengetahuan sosial dan/atau pendidikan ekonomi dalam prespektif islam.
- f. Menyelenggarakan pengabdian masyarakat secara proaktif dan antisipatif dalam menghadapi dan memecahkan permasalahan pendidikan islam yang tumbuh dan berkembang di masyarakat sekitar.
- g. Menjalin kemitraan dengan para *stakeholder* di wilayah ASEAN dalam aspek tri dharma perguruan tinggi dan kewirausahaan.
- h. Menegakkan nilai, etika professional dan moral akademis untuk pengendalian mutu dan menjaga kewibawaan ilmu pengetahuan sosial dan/atau pendidikan ekonomi.

3. Tujuan Penyelenggaraan Pendidikan pada Program Studi Pendidikan IPS

Tujuan penyelenggaraan pendidikan pada program studi pendidikan IPS, yaitu:

- a. Terwujudnya lulusan sebagai tenaga pendidik Ilmu Pengetahuan Sosial yang memiliki kompetensi pedagogik, profesional, personal, sosial dan kepemimpinan.
- b. Terwujudnya lulusan yang memiliki kemampuan untuk mengembangkan inovasi-inovasi pendidikan dan/atau pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial baik tingkat nasional dan internasional.

- c. Terwujudnya lulusan yang memiliki kompetensi untuk berwirausaha dengan menerapkan nilai-nilai islam.
- d. Terwujudnya lulusan yang kompeten untuk studi lanjut pada perguruan tinggi unggulan baik di dalam maupun di luar negeri.
- e. Terwujudnya hasil-hasil penelitian di bidang Ilmu Pengetahuan Sosial yang dijadikan rujukan bagi pengembangan ilmu pendidikan.
- f. Teraplikasinya hasil-hasil penelitian dalam praktik-praktik pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial di madrasah/sekolah.
- g. Terwujudnya jalinan kerjasama dengan masyarakat dalam rangka pengembangan program pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial di madrasah/sekolah.
- h. Terwujudnya jalinan kerjasama dengan masyarakat dalam rangka pengembangan program keagamaan, sosial, ekonomi, dan budaya yang berkaitan dengan bidang Ilmu Pengetahuan Sosial.

B. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan disajikan deskripsi data hasil penelitian tentang perbandingan pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah ekonomi islam. Variabel pemahaman etika konsumsi disajikan dalam kuisisioner yang terdiri dari 29 item pertanyaan. Hasil deskriptif dari variabel tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 dan tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.1 Hasil Pengisian Angket Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

No	Kriteria	Jumlah	
		Q	%
1	Sangat Tidak Setuju	5	0,6
2	Tidak Setuju	23	2,6
3	Tidak Tahu	99	10,8
4	Setuju	554	63,7
5	Sangat Setuju	194	22,3

Sumber : Data Diolah

Tabel 4.2 Hasil Pengisian Angket Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

No	Kriteria	Jumlah	
		Q	%
1	Sangat Tidak Setuju	0	0
2	Tidak Setuju	1	2
3	Tidak Tahu	15	2,6
4	Setuju	333	57,4
5	Sangat Setuju	222	38

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil tabel 4.1 dan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan IPS yang menjadi responden dalam penelitian ini baik mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam maupun mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai pemahaman yang

positif terhadap etika konsumsi. Meskipun mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai kecenderungan pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Dari 29 soal yang dijawab, mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam 22,3% menjawab sangat setuju, 63,7% menjawab setuju, 10,8% menjawab tidak tahu, 2,6% menjawab tidak setuju, dan sebanyak 0,6% menjawab sangat tidak setuju. Sedangkan untuk mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam 38% menjawab sangat setuju, 57,4% menjawab setuju, 2,6% menjawab tidak tahu, 2% menjawab tidak setuju, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%.

Pada bagian ini juga dijelaskan mengenai jawaban responden terhadap variabel dalam penelitian ini yaitu pemahaman etika konsumsi baik responden yang menempuh mata kuliah ekonomi islam maupun yang tidak menempuh mata kuliah ekonomi islam yang disusun dalam distribusi frekuensi sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa Yang tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Pada penelitian ini, pemahaman mahasiswa tentang etika konsumsi diukur dengan menggunakan indikator yaitu tujuan konsumsi islam, rasionalisasi dalam konsumsi islam, dan prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam. Dari indikator-indikator tersebut dibuat 29 pertanyaan dengan skor 1-5 dari tiap pertanyaan. Hal tersebut sesuai dengan alternatif jawaban yang ada dalam penelitian ini. Berdasarkan data tersebut panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai skor

tertinggi dikurangi skor terendah dan ditambah 1, hasilnya dibagi dengan banyak kelas interval. Perhitungan panjang kelas interval tersebut adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas interval}^{77} &= \frac{(X_{\max} - X_{\min}) + 1}{K} \\ &= \frac{(145 - 29) + 1}{5} = \frac{117}{5} = 23,4 = 23 \end{aligned}$$

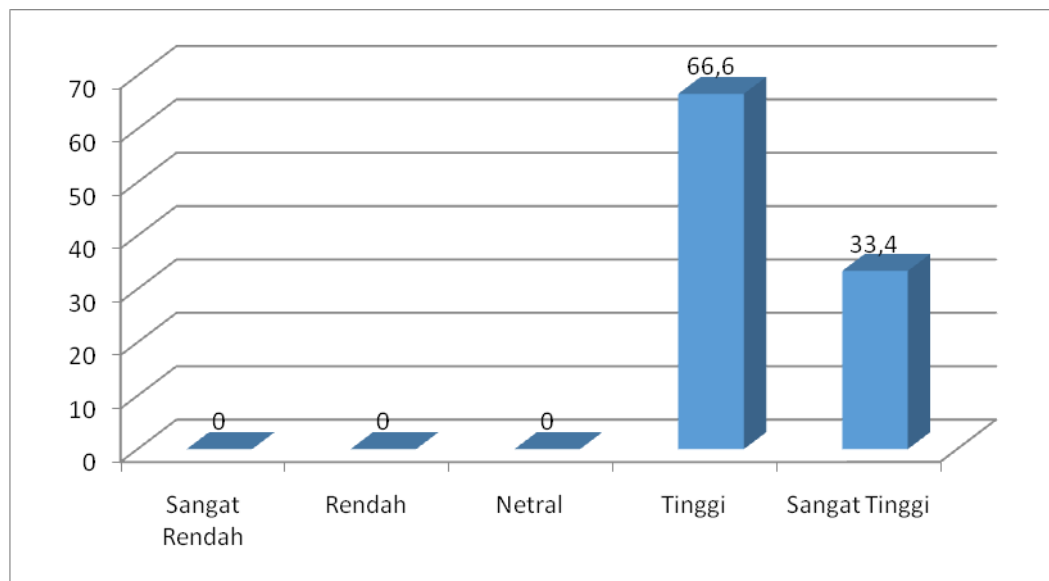
Data tentang pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam yang telah berhasil dikumpulkan dari responden sebanyak 30 mahasiswa, secara kuantitatif menunjukkan bahwa total skor tertinggi adalah 145 dan total skor terendah adalah 29. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 4.3 Distribusi Fekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

No	Rentang Nilai	Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	
				F	%%
1	0-49	29-51	Sangat Rendah	0	0
2	50-54	52-74	Rendah	0	0
3	60-70	75-97	Cukup	0	0
4	71-84	98-120	Tinggi	20	66,6
5	85-100	121-145	Sangat Tinggi	10	33,4
Jumlah				30	100

Sumber: Data primer diolah

⁷⁷ Subama, dkk, *Statistik Pendidikan* (Bandung: Pustaka Setia, 2005), hlm.38-40



Gambar 4.1 Diagram Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa Yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil pengolahan data secara statistik deskriptif dapat diketahui bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang tidak menempuh Mata kuliah Ekonomi Islam yang termasuk katagori sangat rendah sebesar 0 atau 0%, katagori rendah sebesar 0 atau 0%, katagori cukup 0 atau 0%, dan kateagori tinggi sebesar 20 atau 66,6 %, sedangkan katagori sangat tinggi sebear 10 atau 33,4 %. Dengan demikian, secara umum dapat dinyatakan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam adalah tinggi.

2. Distribusi Frekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Variabel pemahaman etika konsumsi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator yaitu tujuan konsumsi islam, rasionalisasi dalam konsumsi

islam, dan prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam. Dari indikator-indikator tersebut dibuat 29 pertanyaan dengan skor 1-5 dari tiap pertanyaan. Hal tersebut sesuai dengan alternatif jawaban yang ada dalam penelitian ini. Berdasarkan data tersebut panjang kelas interval dapat ditentukan melalui selisih nilai skor tertinggi dikurangi skor terendah dan ditambah 1, hasilnya dibagi dengan banyak kelas interval. Perhitungan panjang kelas interval tersebut adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Panjang kelas interval}^{78} &= \frac{(X_{\max} - X_{\min}) + 1}{K} \\ &= \frac{(145 - 29) + 1}{5} = \frac{117}{5} = 23,4 = 23 \end{aligned}$$

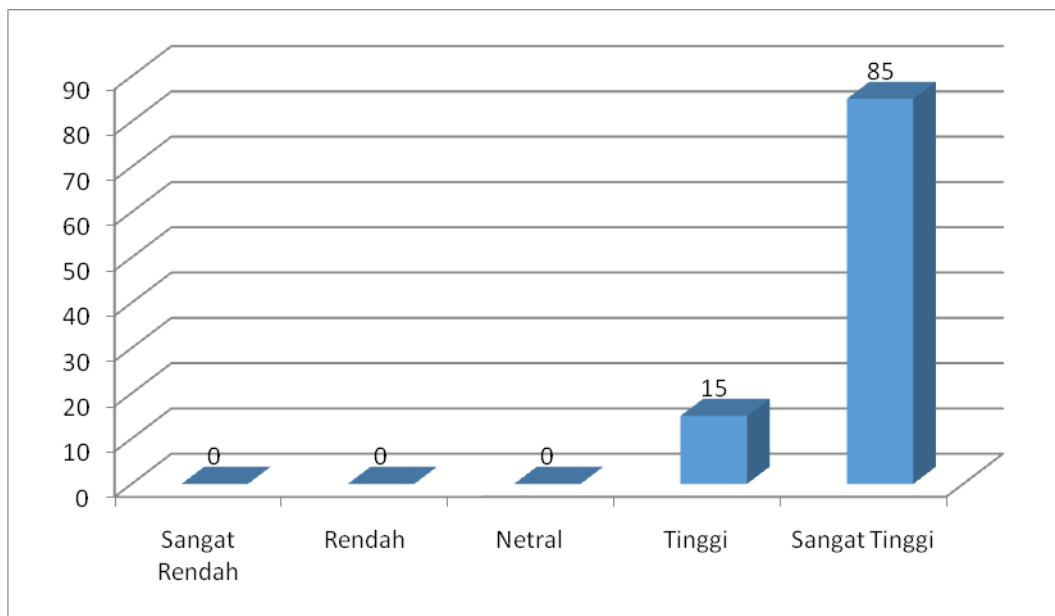
Data tentang pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam yang telah berhasil dikumpulkan dari responden sebanyak 20 mahasiswa, secara kuantitatif menunjukkan bahwa total skor tertinggi adalah 145 dan total skor terendah adalah 29. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

⁷⁸ Ibid.,

Tabel 4.4 Distribusi Fekuensi Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

No	Rentang Nilai	Interval Skor	Kriteria	Frekuensi	
				F	%%
1	0-49	29-51	Sangat Rendah	0	0
2	50-54	52-74	Rendah	0	0
3	60-70	75-97	Cukup	0	0
4	71-84	98-120	Tinggi	3	15
5	85-100	121-143	Sangat Tinggi	17	85
Jumlah				20	100

Sumber: Data Primer Diolah



Gambar 4.2 Diagram Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil pengolahan data secara statistik deskriptif dapat diketahui bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh Mata kuliah Ekonomi Islam yang termasuk katagori sangat rendah sebesar 0 atau 0%, katagori rendah sebesar 0 atau 0%, katagori cukup 0 atau 0%, dan kateagori tinggi sebesar 3 atau 15%, sedangkan katagori sangat tinggi sebear 17 atau 85 %. Dengan demikian, secara umum dapat dinyatakan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam adalah sangat tinggi.

3. Pengujian Validitas, Reliabilitas, dan Normalitas Data

a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 14.0 for Windows. Untuk hasil selengkapnya dapat dilihat pada lampiran. Uji validitas dilakukan terhadap setiap butir pernyataan dalam instrument, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor totalnya pada masing-masing konstruk. Teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi *product moment pearson* dengan mengujikan dua arah (two tailed test). Hasil uji validitas secara ringkas dapat dilihat pada tabel 4.5 sebagai berikut:

Tabel 4.5
Jabaran Hasil Uji Validitas

Variabel	No Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Variabel	No Item	R _{hitung}	R _{tabel}
Pemahaman Etika Konsumsi	1	0,630	0,361	Pemahaman Etika Konsumsi	17	0,561	0,361
	2	0,539			18	0,727	
	3	0,556			19	0,764	
	4	0,602			20	0,408	
	5	0,537			21	0,331	
	6	0,539			22	0,544	
	7	0,338			23	0,439	
	8	0,567			24	0,171	
	9	0,537			25	0,634	
	10	0,620			26	0,810	
	11	0,516			27	0,511	
	12	0,634			28	0,432	
	13	0,657			29	0,672	
	14	0,390			30	0,511	
	15	0,620			31	0,480	
	16	0,556			32	0,585	

Sumber : data diolah dari SPSS, dapat dilihat dilampiran

Berdasarkan uji validitas yang disajikan tabel di atas menunjukkan bahwa dari 32 item pertanyaan di atas dikatakan valid bila nilai r_{hitung} lebih besar dari pada nilai r_{tabel} . Dengan $dN = 30$, maka nilai r_{tabel} nya adalah 0,361. Sehingga item soal yang dinyatakan tidak valid adalah nomor 7 dengan nilai $r = 0,338$, nomor 21 dengan nilai $r = 0,331$, dan nomor 24 dengan nilai $r = 0,171$. Sedangkan lainnya dinyatakan valid. Dari hasil analisis uji validitas tersebut, maka peneliti membuang 3 item soal yang tidak valid. Hal ini dilakukan karena setiap indikator diwakili oleh dua item soal, sehingga ketika dibuang salah satu maka tidak akan menghapus dari indikator yang sudah ditentukan. Untuk itu angket yang disebarakan ke responden adalah berjumlah 29 item soal yang valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas hanya dapat dilakukan atas data yang telah valid. Metode perhitungannya menggunakan teknik alpha khususnya *Cronbach Alpha*. Reliabilitas disini merupakan derajat ketepatan, ketelitian, atau akurasi yang ditunjukkan oleh instrument pengukuran. Untuk menunjukkan bahwa tiap-tiap variabel dinyatakan reliabel, maka nilai cronbach alpha harus diatas 0.60 dengan bantuan SPSS 14.0 For Windows. Hasil tes reliabilitas selengkapnya dapat dilihat pada lampiran, untuk hasil secara ringkas dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Nama Variabel	Standart Crombach Alpha	Hasil Crombach Alpha	Status
Pemahaman Etika Konsumsi	0.60	0,913	Reliabel

Sumber: Data di olah

Berdasarkan hasil data dari tabel 4.6 di atas, dapat diketahui bahwa nilai Cronbach Alpha menunjukkan angka diatas 0.60 yaitu 0.913, sehingga dapat dikatakan bahwa data tersebut reliabel. Nilai yang menunjukkan bahwa instrument pengukuran tersebut memberikan derajat dan ketelitian serta dapat diandalkan.

c. Uji Normalitas

Dari hasil data yang diperoleh lewat jawaban responden dari kuisisioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan tentang pemahaman etika konsumsi yang diuji dengan asumsi normalitas dapat dilihat pada tabel 4.7 dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Normalitas

Kelompok Responden	Nama Variabel	Kolmogrov-Smirnov	
		Statistik	Sig.
Responden I	Pemahaman etika konsumsi	0,109	0,869
Responden II	Pemahaman etika konsumsi	0,120	0,935

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan hasil data dari tabel 4.7 dapat dilihat pada kolom kolmogrov-smirnov didapatkan angka sebesar 0,109 untuk responden I, sedangkan untuk responden II didapatkan angka sebesar 0,120. Dengan pedoman pengambilan keputusan apabila signifikansi atau nilai probabilitas $< 0,05$ maka distribusi tidak normal, dan apabila signifikansi atau nilai probabilitas $> 0,05$ maka distribusi normal (simetris).

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel pemahaman etika konsumsi (X) adalah data yang berdistribusi normal, karena dari hasil analisis diketahui bahwa masing-masing nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05.

1. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t (uji beda). Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui signifikansi dari uji beda pemahaman etika konsumsi antara mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Pengujian nilai t dilakukan dengan dua sisi yang digunakan untuk menguji hipotesis. Hipotesis penelitian ini adalah: “pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada pemahaman mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam”.

Hasil pengujian diperoleh dari test signifikansi sebesar 5% dengan bantuan program SPSS 14.0 for Windows. Hasil pengujian t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.8
Hasil Uji t

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 tidak menempuh - menempuh	,31379	,30779	,06882	,45784	,16974	4,559	19	,000

Sumber: Data SPSS, lihat pada lampiran

Berdasarkan tabel paired sample test di atas, untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji t, pengujian dilakukan dengan membandingkan antara hasil dari t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dari tabel paired sample test di atas diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,559$. Sementara itu, untuk t_{tabel} dengan $df = 19$ dan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{tabel} = 2,093$.

Perbandingan antara keduanya menghasilkan : $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,559 > 2,093$) dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000. Dengan demikian, pengujian menunjukkan menolak H_0 dan menerima H_a . Sehingga dapat disimpulkan bahwa pemahaman terhadap etika konsumsi pada mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dengan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam memiliki perbedaan yang signifikan. Artinya, pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Berdasarkan pengumpulan data primer diperoleh hasil sebanyak 22,3% responden menjawab sangat setuju, 63,7% menjawab setuju, 10,8% menjawab tidak tahu, 2,6% menjawab tidak setuju, dan sebanyak 0,6% menjawab sangat tidak setuju untuk mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Sedangkan untuk mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam 38% menjawab sangat setuju, 57,4% menjawab setuju, 2,6% menjawab tidak tahu, 2% menjawab tidak setuju, dan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam maupun yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai pemahaman yang positif terhadap etika konsumsi.

Dari analisis deskriptif data dapat diketahui bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang tidak menempuh Mata kuliah Ekonomi Islam yang termasuk katagori sangat rendah sebesar 0 atau 0%, katagori rendah sebesar 0 atau 0%, katagori netral 0 atau 0%, dan kateagori tinggi sebesar 20 atau 66,6 %, sedangkan katagori sangat tinggi sebear 10 atau 33,4 %. Dengan demikian, secara umum dapat dinyatakan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang tidak

menempuh mata kuliah Ekonomi Islam adalah tinggi. Sedangkan pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh Mata kuliah Ekonomi Islam yang termasuk katagori sangat rendah sebesar 0 atau 0%, katagori rendah sebesar 0 atau 0%, katagori netral 0 atau 0%, dan kateagori tinggi sebesar 3 atau 15%, sedangkan katagori sangat tinggi sebear 17 atau 85 %. Dengan demikian, secara umum dapat dinyatakan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam adalah sangat tinggi.

Pemahaman konsumsi ini berpengaruh terhadap tingkah laku mahasiswa tersebut dalam berkonsumsi. Ketika pemahaman tentang sesuatu yang dianggap benar maka secara tidak langsung tindakan dalam kehidupanya akan sesuai dengan apa yang dimengerti. Hal inilah yang mengakibatkan tingkah laku konsumsi sangat berpengaruh terhadap kehidupan mahasiswa tersebut. Dari analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman mengenai tujuan dan rasionalisasi dalam konsumsi islam baik mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam maupun yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam sama tingginya. Hal ini dikarenakan pengajaran tentang konsep islam yang menuntun segala sesuatu yang berhubungan dengan tingkah laku manusia dalam kehidupanya sudah di pahami oleh mahasiswa.

Sebagai kampus yang mengedepankan tentang integrasi antara pengetahuan sains dan keislaman, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang tentunya sudah mempersiapkan apa-apa yang seharusnya dikuasai atau dimiliki oleh mahasiswanya. Untuk itu, sejak mulai awal masuk mereka sudah diberi pengetahuan

atau keilmuan yang memang benar-benar dipersiapkan untuk menghasilkan mahasiswa yang menunjukkan karakter sebagai manusia ulul albab yang memiliki kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan professional.

B. Perbandingan Pemahaman Etika Konsumsi Mahasiswa yang Menempuh dan yang Tidak Menempuh Mata Kuliah Ekonomi Islam

Pemahaman setiap mahasiswa tentang etika konsumsi tentunya berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor, dapat diketahui salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa program studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah apakah mahasiswa tersebut sudah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam atau tidak, artinya mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam memiliki pemahaman terhadap etika konsumsi lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil perhitungan pengujian hipotesis diketahui nilai t_{hitung} sebesar 4,559 dengan signifikansi 0,000. Karena t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu 2,093 pada kontanta 5% dan signifikansi yang menyertainya lebih kecil dari 0,05 maka hipotesisnya diterima. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman tentang etika konsumsi mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam, walaupun dari segi pemahaman baik mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam maupun yang tidak

menempuh mata kuliah Ekonomi Islam sama-sama memiliki pemahaman yang positif tentang etika konsumsi.

Dilihat dari hasil analisis data yang diperoleh, perbedaan pemahaman etika konsumsi tersebut lebih banyak pada prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam. Sebagian besar mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi islam kurang begitu memahami tentang prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam tersebut, hal ini mungkin dikarenakan dalam pembelajaran mengenai masalah etika konsumsi mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam rata-rata hanya memahami tentang tujuan dan rasionalisasi ketika melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan ajaran agama islam. Berbeda dengan mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam, mereka rata-rata lebih menguasai materi-materi yang berhubungan dengan etika konsumsi yang bersifat teoritis mulai dari prinsip, tujuan, dan rasionalisasi dalam konsumsi islam.

Hasil di atas sesuai dengan teori yang dijadikan dasar dalam penelitian ini bahwa dalam mempelajari Ekonomi Islam maka pengetahuan tentang cara berperilaku yang sesuai dengan ajaran al-Quran dan as-Sunnah akan lebih dipahami, begitu juga dalam masalah kehidupan sehari-hari salah satunya dalam hal kegiatan ekonomi terutama masalah konsumsi. Ilmu ekonomi secara umum dipahami sebagai sebuah ilmu yang mempelajari cara manusia memenuhi kebutuhannya. Dari pemahaman tersebut, aksentasinya adalah cara manusia. Jika perekonomian adalah kegiatan-kegiatan dan pekerjaan-pekerjaan yang menjadikan manusia sebagai subjek pelakunya, maka hasil yang baik Bagi aktivitas perekonomian tersebut tentu

didasarkan pada sejauh mana manusia itu melakukan bisnis ekonomi tersebut dengan cara yang baik. Oleh karena itu persoalan yang paling melekat dalam hal itu adalah moral manusia itu sendiri. Ekonomi akan menjadi baik jika manusia berkhilaf baik. Demikian pula sebaliknya,⁷⁹ dengan demikian perekonomian islam juga disebut perekonomian *ethical* yang memainkan fungsinya melalui aqidah tauhid dengan prinsip-prinsip yang mengikutinya, yaitu: keimanan, pengabdian, kerjasama dan etika. Semua prinsip itu menjadi *frame work* bagi kerja perekonomian islam. Sementara perekonomian kapitalis menyandarkan prinsipnya hanya pada nilai materialisme saja. Prinsip perekonomian islam diarahkan terbentuknya kesejahteraan masyarakat bukan kerusakan. Hal ini bisa dilihat dari konsep tentang harta dan cara perolehannya yang harus dilandaskan pada fungsi sosial. Oleh karena itu pembahasan tentang perekonomian islam sesungguhnya sangat penting dan rasional, karena dampak positif dan asas manfaat yang dimiliki perekonomian islam. Anjuran adanya zakat, infaq dan shadaqah yang sangat membantu kehidupan masyarakat ekonomi lemah menjadi bukti atas hal itu.

Sebagai sistem ekonomi yang didasarkan moral dan spiritual yang berupa aqidah tauhid, ekonomi islam memandang bahwa alam semesta dan segenap isinya; manusia, hewan, tumbuhan, batu, gunung dan sebagainya, merupakan makhluk Tuhan. Ini berbeda dengan ekonomi materialisme yang memandang alam semesta sebagai sesuatu yang kekal dan kadim, ada sejak dulu. Benda-benda yang ada di

⁷⁹ Said sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam; di tengah krisis ekonomi global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2001), hlm. 29.

dalamnya pun dianggap sebagai produk alam, sebagaimana yang diyakini para penganut paham evolusionisme. Manusia tidak mempunyai bagi kehidupannya, keberadaannya bertujuan tidak lain adalah untuk sesuatu yang tidak ada di luar dari kehidupan empirisnya, dimana manusia menjadi *homo-economicus* yang menganggap tidak ada yang penting selain pemenuhan naluri empirismenya tanpa peduli dengan nilai-nilai kemanusiaan seperti kasih sayang, keadilan, tanggung jawab dan kemuliaan.⁸⁰

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya. Hal ini berarti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah penting dan hanya para ahli ekonomi yang mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami dan menjelaskan prinsip produksi dan konsumsi. Mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum, nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subjek tersebut. Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang.

Dalam bidang konsumsi, islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas. Norma islam adalah memenuhi meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, islam menyarankan agar

⁸⁰Dede nurohman, *memahami dasar-dasar ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm. 5.

manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderty*) dan sederhana (*simplity*). Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, diantaranya adalah *ishraf* dan *tabdzir*, juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan infak.

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban ruhiyah (*Spiritual*) dan *Maliyah* (*material*) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makan, tempat tinggal, maupun keamanan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan elemen kehidupan manusia. Akan tetapi, presentase kebutuhan yang dimiliki oleh manusia sangat beragam. Terkadang muncul tindakan ekstrim dalam mengakses kebutuhan. Pemenuhan kebutuhan bang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai *utility* yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (*dibelanjakan*) sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat.⁸¹

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi.

⁸¹ Said sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), hlm. 72.

Dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Ismail Saleh (2012) yang berjudul urgensi mempelajari Ekonomi Islam mengemukakan bahwa faktor motivasi belajar secara intrinsik terdiri dari faktor cita-cita, kemampuan, dan kondisi fisiologis maupun psikologis (persepsi, minat, sikap, intelegensi). Adapun faktor psikologis yang bersumber dari motif agama merupakan faktor yang paling mendasar dalam menumbuhkan motivasi belajar secara instrinsik. Sedangkan untuk faktor belajar secara ekstrinsik terdiri dari faktor lingkungan sosial, lingkungan non sosial (alamiah dan instrumental) serta upaya pengajar dalam pembelajaran. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak akan lepas dari persoalan-persoalan duniawi, baik yang berhubungan dengan diri pribadi maupun orang lain atau lingkungan sekitar. Sehingga setiap orang harus mempunyai suatu pemahaman yang dijadikan pegangan bagaimana seharusnya bertingkah laku, dan pegangan yang paling menjadi dasar adalah kepercayaan. Mengacu dari hasil penelitian yang dilakukan Ismail bahwa memang pemahaman akan suatu ilmu lebih mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu yang benar dari pada yang tidak mengetahui, sehingga perlunya suatu pemahaman yang baik untuk melakukan tindakan yang baik dan benar.

Penelitian ini juga memperkuat dari hasil penelitian sebelumnya yang dikemukakan oleh Rofi'ah (2008) yang berjudul perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam prespektif islam. Hasil penelitian tersebut yaitu kecenderungan dalam perilaku konsumsi yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, royal, dan suka menghambur-hamburkan uang yang dilakukan oleh sebagian remaja muslim, banyak dari mereka yang

menganggap bahwa uang yang mereka miliki memang sudah menjadi hak mereka yang dapat digunakan semauanya saja. Perilaku seperti ini merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam mengenai konsumsi, karena islam tidak membolehkan sikap kemewah-mewahan serata melarang sikap boros dan mubadzir. Permasalahan tersebut juga dirasakan oleh siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede, tetapi dengan pemahaman yang diberikan melewati ilmu pengetahuan maupun praktik dalam kehidupan sehari-hari akan mempengaruhi pola pikir remaja tersebut. Hal ini dibuktikan dengan perilaku konsumsi siswa-siswi yang sudah ditata melalui aturan yang ada, sebagian besar mereka berdomisili di asrama pesantren, sehingga dalam kesehariannya perilaku konsumsi mereka selalu dituntut agar sesuai dengan etika konsumsi islam dan sesuai dengan pengetahuan ajaran islam mereka mengenai konsumsi. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kesamaan dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya pemahaman yang positif lebih baik mengenai etika konsumsi pada mahasiswa yang belajar lebih dalam tentang Ekonomi Islam. Perbedaan karakteristik responden yang dipakai dalam penelitian serta fokus maupun metode yang digunakan yang membedakan penelitian ini, tetapi dari analisis data yang diperoleh menunjukkan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam dengan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam terdapat perbedaan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa semakin luas penguasaan ilmu yang diberikan kepada mahasiswa maka semakin bertambah pula pemahaman akan suatu ilmu tersebut

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dan deskripsi hasil penelitian yang telah dilakukan tentang perbandingan pemahaman etika konsumsi pada mahasiswa program studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh dan yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa Pendidikan IPS baik mahasiswa yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam maupun mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai pemahaman yang positif terhadap etika konsumsi. Meskipun mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah Ekonomi Islam mempunyai kecenderungan pemahaman yang lebih baik dibandingkan dengan mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam.

Perbandingan pemahaman etika konsumsi tersebut diukur melalui indikator yaitu tujuan konsumsi islam, rasionalisasi dalam konsumsi islam, dan prinsip-prinsip dasar dalam konsumsi islam. Dari hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,559$. Sementara itu, untuk t_{tabel} dengan $df=19$ dan taraf signifikansi 5% diperoleh nilai $t_{tabel} = 2,093$. Perbandingan antara keduanya menghasilkan: $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,559 > 2,093$) dengan tingkat signifikansi t sebesar 0,000. Artinya, pemahaman etika konsumsi mahasiswa program studi Pendidikan IPS UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang menempuh mata kuliah Ekonomi Islam lebih baik dari pada mahasiswa yang tidak menempuh mata kuliah Ekonomi Islam

B. Saran

Dengan memperhatikan hasil temuan dalam penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan agar penelitian ini memiliki kemanfaatan yang berarti bagi banyak pihak, antara lain:

1. Bagi Jurusan Pendidikan IPS Fakultas Ilmu Tarbiyah Dan Keguruan (FITK) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang hendaknya mengkaji kembali tentang kurikulum mata kuliah yang ada di Jurusan, kemungkinan mata kuliah Ekonomi Islam bisa dimasukkan dalam daftar mata kuliah wajib yang harus ditempuh mahasiswa program studi Pendidikan IPS untuk meningkatkan dan memberikan pemahaman yang lebih luas tentang keilmuan dan wawasan yang berhubungan dengan keislaman.
2. Bagi Mahasiswa diharapkan meningkatkan kemampuannya sebagai seorang calon pendidik yang profesional dengan meningkatkan dan memperdalam kualifikasi akademik dan kompetensi yang dimilikinya. Hal ini bisa dilakukan mahasiswa dengan mempelajari hal-hal baru yang memang sangat diperlukan serta memperluas hasanah keilmuan sebagai bekal untuk menghadapi kemajuan dunia dalam kehidupan yang akan datang.
3. Bagi Peneliti lain, mengacu pada keterbatasan populasi dan variabel peneliti ini disarankan pada pembaca yang berminat meneliti atau mengembangkan penelitian sejenis sebaiknya, mengembangkan permasalahan yang terkait dengan memperluas ruang lingkup dan menambahkan variabel-variabel yang lebih bervariasi agar didapatkan hasil yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M.Yatimin. 2006. *Pengantar Studi Etika*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya. 2010. Jakarta: Pustaka Al-Mubin.
- Al-Qaradawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, cet ke-1. Jakarta: Gema Insani Press.
- Amalia, Euis. 2010. *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*. Depok: Gramata Publishing.
- Arifin, Zaenal. 2009. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Lentera Cendikia.
- Aritansyah, Joni. 2007. *Perilaku Konsumsi Mahasiswa IPB Terhadap Daging Ayam Olahan*, Skripsi, Program Studi Sosial Ekonomi Peternakan, Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor.
- Arikunto, Suharsimi.2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (edisi Revisi VI)*. Jakarta: Asdi Mahasatya.
- Chapra, M.Umer. 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (terjemahan). Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Institut.
- Deliarnov. 2003. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Edisi Revisi, Cet. III. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Drs. Muhammad.M.Ag. 2004. *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta
- Edwin N, Mustafa. 2007. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta: kencana.
- Efendi, Masri Singarimbun, 1995. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Huda, Nurul. 2008. *Ekonomi makro Islam: Pendekatan Teoritis, Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- JF, Engel, dkk. 1994. *Perilaku Konsumen (Jilid 1) (Terj. F.X. Budiyanto)*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- J.N, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.

- Kotler, P. 2002. *Managemen Pemasaran Edisi Millennium. Alih Bahasa Hendra Teguhdkk.* Jakarta: PT Prenhallindo.
- Mu'arifah. 2004. *Uji Beda Terhadap Pemahaman Etika Bisnis dan Profesi pada Mahasiswa Akuntansi yang Belum dan yang Sudah Memprogram Mata Kuliah Ekonomi Islam.* Skripsi. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.
- Nurohman, Dudu. 2011. *Memahami Dasar-Dasar Ekonomi Islam.* Yogyakarta: Teras.
- Rahman, Afzalur. 2002. *Doktrin Ekonomi Islam, Jilid II, cet ke-2.* Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa.
- Reksoatmodjo, Tedjo N. 2007. *Statistika Untuk Psikologi dan Pendidikan.* Bandung: PT Refika Aditama.
- Rofi'ah. 2008. *Perilaku konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kota Gede Yogyakarta dalam prespektif hukum islam.* Skripsi. fakultas Syari'ah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Sa'ad, Sa'id M. 2007. *Ekonomi Islam; di tengah krisis ekonomi global, Cet 3.* Jakarta: Zikrul Hakim.
- Salam, Burhanuddin. 1997. *Etika Sosial (asas moral dalam kehidupan manusia).* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Saleh, Ismail. 2012. *Urgensi mempelajari Ekonomi Islam (studi motivasi belajar ekonomi islam pada anggota kelompok studi ekonomi islam Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas diponegoro Semarang).* Skripsi. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Santosa, Heru. 2007. *Etika dan Teknologi.* Yogyakarta: Tiara Wacana
- Singarimbun, Masri dan Sofyan, Efendi. 1995. *Metode Penelitian Survei.* Jakarta: LP3ES.
- Soeharno. 2009. *Teori Ekonomi Mikro.* Yogyakarta: Andi.
- Subama, Rahadi H. & sudrajat. 2000. *Statistik Pendidikan.* Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2006. *Statistik untuk Penelitian.* Bandung: ALFABETA.

- Sukandarrumudi. 2006. *Metodologi Penelitian: Petunjuk Praktis untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajdah Mada University Perss.
- Suprpti, S.W.N. 2010. *Perilaku Konsumen Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. Bali: Udayana University press.
- Syaodih, Nana S. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT remaja Rosdakarya.
- Wahidmurni. 2008. *Cara Mudah Menulis Proposal dan Laporan Penelitian Lapangan Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif (Skripsi, Tesis, dan Desertasi)*. Malang: UM Press.
- Zainul, Aan A. *Mikro Ekonomi Islam-Teori Perilaku konsumsi islami* (<http://aanzainul-belajar.blogspot.com/2012/10/mikro-ekonomi-islam-5-teori-perilaku.html>, diakses 22 Oktober 2013)