

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang yang langka dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi. Dengan demikian bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi. Hal itu tampak jelas dari perbandingan antara definisi ekonomi dan definisi agama dimana yang disebut pertama membahas tatanan dari cakupan yang disebut belakangan. Karena itu, orang dapat berharap bahwa setiap agama memiliki ajaran sendiri mengenai cara manusia mengorganisasikan kegiatan-kegiatan ekonominya.¹

Setiap sistem ekonomi pasti didasarkan atas ideologi yang memberikan landasan dan tujuannya, disatu pihak, dan aksioma-aksioma serta prinsip-prinsipnya, di lain pihak. Proses yang diikuti dengan seperangkat aksioma dan prinsip yang dimaksudkan untuk lebih mendekatkan tujuan sistem tersebut merupakan landasan sistem tersebut yang bisa diuji.²

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai deriviasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), dimana

¹ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995),1-2.

² Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, 5.

Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi. Beberapa aturan ini bersifat pasti dan berlaku permanen, sementara beberapa yang bersifat kontekstual sesuai dengan situasi dan kondisi.³

Islam memandang aktivitas ekonomi secara positif. Semakin banyak manusia terlibat dalam aktivitas ekonomi maka semakin baik, sepanjang tujuan dari prosesnya sesuai dengan ajaran Islam. Ketakwaan kepada Tuhan tidak berimplikasi pada penurunan produktivitas ekonomi sebaliknya justru membawa seseorang untuk lebih produktif. Kekayaan dapat mendekatkan kepada Tuhan selama diperoleh dengan cara-cara yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁴

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hierarkisnya, kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah *modernity* dan *simplicity*.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yakni pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang

³ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi (P3EI) universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan bank Indonesia : *EKONOMI ISLAM* (JAKARTA:PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2008), 13.

⁴ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi (P3EI) universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan bank Indonesia : *EKONOMI ISLAM* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2008), 14.

dilakukan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga. Pengeluaran tipe kedua adalah pengeluaran yang bermotif mencari akhirat.

Penggerak utama kegiatan ekonomi masyarakat adalah kebutuhan manusia, yang semakin bertambah dan bervariasi seiring dengan peradaban manusia. Karakteristik kebutuhan manusia dalam analisis ekonomi adalah bahwa kebutuhan manusia tak terbatas dan setiap manusia memiliki kecenderungan memenuhinya.

Di sisi lain, sumber daya yang tersedia untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tidak terbatas itu bersifat langka. Oleh karena itu, manusia memerlukan cara tertentu agar dapat memenuhi kebutuhannya secara optimal. Disamping langka, sumber daya yang ada juga mengandung alternatif penggunaan. Penentuan penggunaan sumber daya untuk tujuan tertentu akan mengorbankan kesempatan penggunaan sumber daya tersebut untuk tujuan yang lain. Misalnya seorang mahasiswa memutuskan untuk menghadiri kuliah pada jam tujuh pagi, padahal pada jam itu biasanya masih tidur nyenyak. Kesempatan yang hilang karena memilih alternatif pilihan di dalam ilmu ekonomi disebut *opportunity cost*. Keterbatasan sumber daya yang dimiliki seseorang mengakibatkan orang tersebut tidak mampu untuk memenuhi apa saja yang diinginkan.

Dalam konsep ekonomi dibedakan antara istilah kebutuhan dan keinginan. Kebutuhan biasanya didasarkan pada kenyataan bahwa seseorang mempunyai kemampuan untuk memenuhinya atau membelinya, keinginan

biasanya tidak didasarkan pada kemampuan untuk memenuhinya. Konsep ekonomi fundamental menjadi sangat penting bagi manusia untuk mengelola sumber daya yang sifatnya terbatas agar dapat digunakan secara efisien. Hal ini akan mempengaruhi perilaku konsumsi manusia dalam hal memenuhi kebutuhannya. Manusia dalam berperilaku perlu kemampuan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu secara efisien dan efektif.⁵

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember (STAIN) merupakan sebuah perguruan tinggi negeri yang mempunyai misi salah satunya adalah untuk mencetak insan yang berwawasan dan berkepribadian, keulamaan dan keilmuan, selain itu misinya adalah siap mendakwakan dan mengajarkan nilai-nilai Islami ketengah-tengah masyarakat. Sesuai dengan misi tersebut sebagai mahasiswa yang telah mengenyam pendidikan dan mendapat ilmu dari STAIN dapat mendakwahkan dan mengajarkan apa yang telah didapatnya, salah satunya adalah

Mahasiswa adalah panggilan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi di sebuah universitas atau perguruan tinggi maupun swasta. Karena telah lama mengenyam pendidikan dari sekolah dasar sampai perguruan tinggi mahasiswa dinilai sebagai kaum intelektual atau akademisi.

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat, mahasiswa merupakan faktor pendorong dan pemberi semangat sekaligus menerapkan contoh perilaku terpuji. Sebagai pemberi contoh yang baik, seharusnya mahasiswa

⁵Endang Tri Wahyuni, "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta", 4 (tp), 1-2.

menjaga sikap dan perilakunya. Dalam kesehariannya mahasiswa dihadapkan pada pilihan-pilihan dalam melakukan berbagai kegiatan ekonomi.

Pola konsumsi mahasiswa saat ini yang mengikuti era globalisasi semakin terasa pada saat bermunculan pusat-pusat perbelanjaan yang baru, memudahkan untuk mencari produk barang dan jasa.

Dalam Islam perilaku konsumsi berdasarkan atas tuntunan Al-Qur'an dan Hadits, jadi setiap pengambilan keputusan konsumsi harus berdasarkan pertimbangan-pertimbangan antara masalah, kebutuhan dan kewajiban. Sebagai mahasiswa muamalah yang telah belajar tentang ekonomi Islam, seharusnya mahasiswa tahu dan menerapkan dalam kehidupannya sehari-sehari, tidak hanya dalam konsumsi saja namun juga dalam kegiatan ekonomi lainnya misalnya dalam produksi dan lain-lain.

Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) dalam sambutannya pada acara gerakan ekonomi Islam (Gres!) mengatakan bahwa masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang ekonomi Islam menjadi tantangan seluruh pemangku kebijakan ekonomi Islam ke depan. Karena itu, dia mengimbau agar seluruh *stakeholder* dapat bekerja sama dengan seluruh pihak untuk menyosialisasikan pentingnya nilai-nilai serta keuntungan perekonomian syariah bagi masyarakat.⁶

Oleh karena itu sebagai mahasiswa muamalah selain menerapkan ekonomi Islam dalam kehidupan sehari-hari juga mendakwahkan dan mengajarkan kepada masyarakat luas serta memberi pemahaman tentang

⁶<http://ekbis.sindonews.com/read/2013/11/17/33/806711/pemahaman-masyarakat-terhadap-ekonomi-syariah-minim.12> maret 2014.

ekonomi Islam serta keuntungan yang didapat tidak hanya di dunia saja melainkan diakhirat kelak. Disini penulis mencoba menggali lebih dalam lagi tentang korelasi pengetahuan ekonomi mahasiswa dengan perilaku konsumsi mahasiswa, karena sudah jelas bahwa mahasiswa muamalah telah mempelajari apa itu ekonomi Islam, sehingga penulis tertarik untuk membuat judul *“Korelasi Pengetahuan Tentang Ekonomi Islam dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Prodi Muamalah STAIN Jember angkatan 2011 sampai 2013”*.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang disebut dengan istilah fokus penelitian merupakan pengembangan dari uraian latar belakang masalah yang menunjukkan bahwa masalah yang ditelaah memang belum ditelaah atau belum terpecahkan secara memuaskan.⁷

Adapun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Pokok masalah
 - a. Bagaimana tingkat korelasi antara pengetahuan Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAINJember angkatan 2011 sampai 2013?
2. Sub Pokok Masalah
 - a. Apakah terdapat korelasi yang positif antara pengetahuan Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAINJember angkatan 2011 sampai 2013?

⁷ Pedoman penulisan karya ilmiah stain , 2012,47

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dari penelitian ini antara lain :

1. Pokok Tujuan
 - a. Mengetahui tingkat korelasi antara pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAIN Jember angkatan 2011 sampai 2013.
2. Sub Pokok Tujuan
 - a. Mengetahui korelasi yang positif antara pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAIN Jember angkatan 2011 sampai 2013.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan dari penelitian ini adalah meliputi manfaat teoritis dan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam pengembangan wawasan konseptual yang berkaitan dengan korelasi pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi peneliti
Sebagai sarana latihan yang tepat untuk mengembangkan dan menerapkan ilmu pengetahuan teoritis ke dalam praktik nyata dibidang ekonomi Islam dan perilaku konsumsi.

b. Bagi Lembaga

Dapat dijadikan salah satu referensi bagi peneliti selanjutnya dan memberikan masukan kepada lembaga yang diteliti.

E. Ruang Lingkup Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan terdiri dari dua macam, yaitu: variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel yang tergantung pada variabel yang lainnya, dan Variabel bebas (*Independent Variable*) atau variabel yang tidak tergantung pada variabel lainnya.

a. Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang diakibatkan oleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus/topik penelitian.⁸

Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah perilaku konsumsi mahasiswa (Y)

b. Variabel bebas

Variabel bebas adalah suatu variabel yang ada atau terjadi mendahului variabel terikatnya. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian.⁹

⁸ Bambang prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:GrafindoPersada:2005), 68

⁹ Bambang prasetyo, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta:GrafindoPersada,2005), 67-68.

Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu pengetahuan ekonomi mahasiswa (X)

2. Indikator Variabel

Indikator adalah ukuran yakni hal-hal yang menunjukkan keterwakilan dari nilai sebuah variabel. Indikator dalam penelitian ini adalah:

TABEL I.I
Indikator Penelitian

Judul	Variabel	Indikator
Korelasi pengetahuan ekonomi Islam dengan perilaku konsumsimahasiswa stain Jember	Pengetahuan ekonomi	a. Pengertian ekonomi Islam b. Pinsip-prinsip ekonomi Islam c. Ciri-ciri ekonomi Islam d. Tujuan ekonomi Islam
	Perilaku konsumsi	a. Teori perilaku konsumen b. Prinsip konsumsi muslim

F. Definisi Operasional

Definisi operasional dibuat agar tidak terjadi salah pengertian dengan istilah yang digunakan dalam penelitian.

1. Korelasi

Korelasi adalah mengukur derajat keeratan hubungan antara satu variabel dengan variabel-variabel lain. Hanya sekedar mengukur hubungan, dan sifat hubungan dalam korelasi bisa dua arah (bolak-balik), X berhubungan dengan Y atau Y berhubungan dengan X. Hubungan dalam korelasi bisa positif (hubungan searah), nol (tidak ada hubungan) atau

negatif (berlawanan arah). Simbol atau notasi korelasi : “r” dan besarnya –
 $1 \leq r \leq 1$.

2. Ekonomi Islam

Menurut Dawam Raharjo memilah istilah Ekonomi Islam ke dalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama yang dimaksud ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran islam. Kedua, yang dimaksud ekonomi islam adalah system, system yang menyangkut pengaturan yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau Negara berdasarkan suatu cara atau metode tertentu, adapun pilihan ketiga adalah ekonomi islam dalam pengertian perekonomian umat islam.

Ekonomi Islam merupakan implementasi sistem etika Islam dalam kegiatan ekonomi yang ditujukan untuk pengembangan moral masyarakat.

Dalam hal ini ekonomi Islam bukanlah sekadar member justifikasi hukum terhadap fenomena ekonomi yang ada, namun lebih menekankan pada pentingnya spirit Islam dalam setiap aktivitas ekonomi. Ekonomi Islam bukan hanya merupakan praktik kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh individu dan komunitas muslim yang ada, namun juga merupakan perwujudan perilaku ekonomi yang didasarkan pada ajaran Islam. Ia mencakup cara memandang permasalahan ekonomi, menganalisis dan mengajukan alternatif solusi atas berbagai permasalahan ekonomi.¹⁰

¹⁰ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi (P3EI) universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan bank Indonesia :*EKONOMI ISLAM*(JAKARTA:PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2008)

3. Perilaku Konsumsi

Menurut Walgito dalam jurnal Endang Tri Wahyuni – Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, “pembentukan perilaku sebagai hasil belajar dilakukan dengan tiga cara melalui: (1) pembiasaan (*conditioning*), (2) pengertian (*insight*), serta (3) model (*model*). Perilaku konsumsi mahasiswa juga merupakan hasil belajar, baik melalui pembiasaan, pengertian, dan *modeling* di rumah, kampus, maupun masyarakat. Perilaku yang dominan adalah perilaku yang dibentuk, diperoleh serta dipelajari melalui proses pembelajaran. Dengan demikian jika mahasiswa telah belajar konsep-konsep ekonomi, maka dapat mendorong untuk berperilaku rasional. Selanjutnya, Walgito menyatakan bahwa, perilaku dalam arti luas meliputi perilaku yang tidak tampak dikenal dengan sikap dan yang tampak dikenal dengan perilaku. Dalam kegiatan sehari-hari dapat diamati bahwa tingkah laku yang tampak (perilaku) terjadi setelah tingkah laku yang tidak tampak (sikap), psikologi memandang perilaku manusia (*human behavior*) sebagai reaksi yang dapat bersifat sederhana maupunkompleks.¹¹

G. Asumsi Penelitian

Dalam proses penelitian, penulisan skripsi ini perlu kiranya memaparkan asumsi dasar sebagai landasan teori dalam laporan hasil penelitiansehingga proses penelitian yang dilaksanakan sesuai dengan

¹¹Endang Tri Wahyuni, “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta,4 (tp),

paradigma dan profil objek penelitian. Asumsi dasar penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Dengan penelitian ini akan bisa bermanfaat seperti yang kami paparkan diatas.
2. Untuk memberikan suatu wacana yang transformatif dengan kerangka berfikir yang lebih jelas.

Akan tetapi dalam hal ini bukan berarti menyalahkan tanpa memberikan alasan yang minimal bisa diterima oleh rasio dan realitis. Dengan penelitian ini diharapkan adanya respon, saran dan kritik yang membekali peneliti dalam menyempurnakan penelitian ini.

H. Hipotesis

Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti melalui data yang terkumpul.¹² Secara teknik, hipotesis adalah pernyataan mengenai keadaan populasi yang akan di uji kebenarannya melalui data yang diperoleh dari sampel.

Ada dua jenis hipotesis yang digunakan dalam penelitian yaitu :

1. Hipotesis kerja, atau disebut dengan hipotesis alternatif, disingkat Ha. Hipotesis kerja menyatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y, atau adanya perbedaan antara dua kelompok. Kalimat yang digunakan biasanya kalimat positif.

¹²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta,2010),110.

2. Hipotesis nol (*Null hypotheses*) disingkat H_0 , Hipotesis ini sering juga disebut hipotesis statistik, karena biasanya dipakai dalam penelitian yang bersifat statistik, yaitu diuji dengan perhitungan statistik. Kalimat yang digunakan biasanya bersifat negatif.

Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. $H_{a.Mayor}$: Terdapat korelasi yang kuat positif antara pengetahuan ekonomi Islam dengan perilaku konsumen mahasiswa prodi muamalah stain Jember
2. $H_{a.Minor}$: Terdapat korelasi yang rendah positif antara pengetahuan ekonomi Islam dengan perilaku konsumen mahasiswa prodi muamalah stain Jember

Selanjutnya hipotesis kerja akan diuji dengan analisis statistik, sehingga terlebih dahulu di ubah menjadi hipotesis nol atau nihil. Hipotesis nol menyatakan adanya korelasi variabel X terhadap variabel Y. Pemberian nama “hipotesis nol” atau “hipotesis nihil” dapat dimengerti dengan mudah karena tidak ada perbedaan antara dua variabel.

Sehingga hipotesis nol dalam skripsi ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. H_0 . Mayor : Terdapat korelasi yang kuat positif antara pengetahuan ekonomi Islam dengan perilaku konsumen mahasiswa.
2. H_0 . Minor : Tidak terdapat korelasi yang kuat positif antara pengetahuan ekonomi Islam dengan perilaku konsumen mahasiswa.

I. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan data kuantitatif dan statistik melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel-sampel masyarakat yang diminta menjawab atas sejumlah pernyataan tentang survei untuk melakukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka.

2. Populasi dan sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.¹³ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan sampel karena seluruh populasi tidak akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi muamalah dari semester bawah sampai semester atas yang akan di wakili oleh beberapa orang dari tiap kelas.

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan sampel acak sederhana. Dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Siapa saja mahasiswa muamalah yang kebetulan bertemu dengan peneliti saat pengumpulan data melalui angket dapat digunakan menjadi sampel sebagai sumber data. Adapun alasan menggunakan teknik ini karena semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi muamalah angkatan 2011, 2012 dan 2013.

¹³ Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (hal 173

Tingkat kepercayaan kepada sampel sendiri adalah 90% sedangkan tingkat kesalahannya adalah 10%. Pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus slovin. Agar ukuran sampel yang diteliti dapat representatif.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, yakni 10%.

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, maka diperoleh banyaknya sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{343}{1 + 343 \cdot 0,01}$$

$$= 77,43$$

Meskipun hasil sebenarnya dalam rumus Slovin diperoleh 77,43 atau 78 responden, dalam penelitian ini jumlah responden dijadikan 80 responden. Hal ini dilakukan agar data yang diperoleh tidak bias, hasil rumus Slovin merupakan hasil minimal (batas minimal), oleh karena itu dibulatkan menjadi 80 responden.

3. Teknik dan Instrumen Pengumpulan data

Instrumen pengumpul data ialah alat yang digunakan untuk mengambil data dari sumber data.¹⁴ Untuk memperoleh data yang dapat diuji kebenarannya dan sesuai dengan masalah yang diteliti secara lengkap maka digunakan teknik sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi meliputi pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.¹⁵ Didalam artian penelitian observasi dapat dilakukan dengan tes, kuesioner, rekaman, gambar, rekaman suara. Peneliti akan melakukan observasi terhadap objek yang diteliti, observasi dilakukan secara langsung terhadap mahasiswa dan lokasi yang telah ditentukan oleh peneliti.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara dan terwawancara.¹⁶ Wawancara dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan Tanya jawab langsung. Menurut Patton, dalam proses wawancara dapat menggunakan pedoman umum wawancara, interview dilengkapi dengan pedoman wawancara yang

¹⁴ Moh. Kasiram, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (UIN-MALIKI PRES), 270

¹⁵ Jonathan Sarwono, *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2006), 224.

¹⁶ Lexy J. Moeleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 186.

sangat umum, serta mencantumkan isu-isu yang harus diliput tanpa menentukan urutan pertanyaan yang eksplisit.¹⁷

Peneliti akan mewawancarai secara langsung objek yang diteliti dengan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan oleh peneliti, sehingga peneliti mendapat informasi yang diperlukan. Wawancara ini dilakukan secara langsung dengan Ketua Jurusan Syariah yang menjadi nara sumber tentang berdirinya program studi muamalah serta struktur organisasi program studi muamalah.

c. Angket

Teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan / pernyataan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan/pernyataan dapat bersifat terbuka atau tertutup.¹⁸

Peneliti akan menyebarkan angket yang telah berisi pernyataan-pernyataan yang selanjutnya akan di jawab oleh objek yang diteliti kemudian jawaban atas pernyataan-pernyataan tersebut akan dijadikan data dan diolah oleh peneliti. Angket yang digunakan oleh peneliti adalah angket tertutup dengan instrument penelitian menggunakan skala *likert* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena

¹⁷ Afifuddin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia: 2009), 131.

¹⁸ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1996), 49-50.

sosial. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif.¹⁹

Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan yaitu :

- 1) Sangat setuju diberi skor 5
- 2) Setuju diberi skor 4
- 3) Ragu-ragu diberi skor 3
- 4) Tidak setuju diberi skor 2
- 5) Sangat tidak setuju diberi skor 1

d. Analisis Data

Kegiatan menganalisis data dalam penelitian ini meliputi beberapa tahap antara lain:

1) Proses scoring

Proses penentuan skor atas jawaban responden yang dilakukan dengan membuat klasifikasi dan kategori yang cocok tergantung pada anggapan atau opini responden.

2) Tabulasi

Menyajikan data-data yang diperoleh dalam tabel, sehingga diharapkan pembaca dapat melihat hasil penelitian dengan jelas. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan *software* statistik yaitu SPSS.

Agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat maka harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar

¹⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian kombinasi*. (Bandung : alfabeta, 2011), 136

pengambilan keputusan. Adapun metode analisis data yang digunakan.

3) Analisa data kuantitatif

Analisis data kuantitatif adalah suatu analisa yang berdasarkan pada data yang dapat dihitung (angka). Untuk mempermudah dalam menganalisis data maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

4) Alat analisis data

a) Uji validitas

Priyatno mengemukakan bahwa²⁰ Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala, apakah item-item pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing skor item dengan skor total. Skor total adalah penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan yang berkorelasi signifikan dengan skor total menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkap apa yang ingin diungkap.

²⁰ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, (Cetakan Pertama.Yogyakarta:Mediakom, 2010), 90

Pengujian validitas data dalam penelitian ini menggunakan metode korelasi *Bivariate Pearson* (Korelasi *Pearson Product Moment*). Metode ini sering digunakan dalam uji validitas. Berikut rumus korelasi pearson product moment sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

Y : Jumlah skor total seluruh item

X : Jumlah skor tiap item

Sebuah data dikatakan valid apabila validitas tersebut mencapai > 0.05

b) Uji Reliabilitas

Menurut Priyatno²¹ “ Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsisten sialat ukur, apakah pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang”. Uji reliabilitas digunakan untuk menilai apakah data hasil angket/kuesioner dapat dipercaya/reliabel atau tidak. Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha*²¹.

²¹ Duwi Priyatno, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, 97

Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 dengan mempergunakan tingkat signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$.

Rumus yang digunakan untuk menghitung koefisien Alpha adalah sebagai berikut :

$$\alpha = \frac{kr}{1+(k-1)r}$$

Dimana :

α = koefisien reliabilitas

r = mean korelasi item

k = jumlah variabel

1 = bilangan konstan

c) Uji normalitas data

Uji normalitas berguna untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Metode klasik dalam pengujian normalitas suatu data tidak begitu rumit. Berdasarkan pengalaman empiris beberapa pakar statistik, data yang banyaknya lebih dari 30 angka ($n > 30$), maka sudah dapat diasumsikan berdistribusi normal. Biasa dikatakan sebagai sampel besar.²²

Cara yang paling sering digunakan untuk menentukan apakah suatu model berdistribusi normal atau tidak dengan

²²<http://statistikian.blogspot.com/2013/01/uji-normalitas.html> 15 maret 2014

melihat histogram residual apakah memiliki bentuk seperti “lonceng” atau tidak. Cara ini menjadi fatal karena pengambilan keputusan data berdistribusi normal atau tidak hanya berpatok pada pengamatan gambar saja. Ada cara lain untuk menentukan data distribusi normal atau dengan menggunakan rasio skewness dan rasio kurtosis.

Rasio skewness dan rasio kurtosis dapat dijadikan petunjuk apakah data distribusi normal atau tidak. Rasio skewness adalah nilai skewness dibagi standar error skewness. Rasio kurtosis adalah nilai kurtosis dibagi standar error kurtosis. Sebagai pedoman apabila rasio kurtosis dan skewness beda diantara -2 dan +2 maka distribusi data adalah normal.²³

d) Analisis Korelasi Sederhana

Menurut Duwi Prtiyatno analisis korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain secara linier. Data yang digunakan berskala interval atau rasio. Nilai korelasi (r) adalah 0 sampai 1 atau 0 sampai -1 (untuk hubungan negatif), semakin mendekati 1/-1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat. Sebaliknya, nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

²³ Santoso, *Buku Latihan SPSS Statistik Multivariat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo: 2005), 350.

Pada analisis korelasi ini, variabel yang ingin diprediksi jumlahnya disebut dengan variabel terikat disimbolkan Y, sedangkan variabel tidak terikat disimbolkan dengan X, berdasarkan variabel penelitian yang telah ditentukan, yaitu :

(1) Variabel Independen (X) : pengetahuan ekonomi Islam

(2) Variabel Dependen (Y) : perilaku konsumsi mahasiswa

Setelah variabel ditentukan maka dapat ditentukan persamaan korelasi sederhana sebagai berikut

e) Uji koefisien determinasi r^2

Bahwa r^2 adalah koefisien determinasi yakni suatu nilai yang menggambarkan total variabel dari y (variabel terikat) dari suatu persamaan korelasi. Nilai koefisien determinasi yang besar menunjukkan bahwa korelasi tersebut mampu dijelaskan secara besar pula, misalkan ada suatu korelasi koefisien 92%, dengan variabel bebas X. Hal ini menunjukkan bahwa variasi dari nilai y mampu dijelaskan oleh X adalah sebesar 92%.

Nilai koefisien determinasi r^2 dalam regresi ganda dapat diperoleh dengan perhitungan SPSS Windows. Nilai koefisien r berkisar antara -1 sampai +1 yang kriteria pemanfaatannya dijelaskan sebagai berikut:

(1) Jika nilai $r > 0$ artinya telah terjadi hubungan yang linier positif, yaitu makin besar nilai variabel X (independen) maka semakin besar pula Y (dependen). Begitupun

sebaliknya, apabila nilai X semakin kecil maka nilai Y juga akan semakin kecil.

- (2) Jika nilai $r < 0$ artinya telah terjadi hubungan yang linear negative, yaitu makin kecil nilai X maka akan semakin besar nilai Y, atau semakin besar nilai X maka semakin kecil nilai Y.
- (3) Jika $r = 0$ artinya tidak ada hubungan sama sekali antara variabel X dengan variabel Y.
- (4) Jika nilai $r = 1$ atau $r = -1$ telah terjadi linear sempurna, yaitu berupa garis lurus, sedangkan untuk nilai r yang makin mengarah ke angka 0, maka garis makin tidak lurus.

J. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan gambaran secara global tentang isi dari satu bab ke bab yang lain sehingga akan lebih memudahkan dalam meninjau dan menanggapi isinya. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan dari bab satu hingga terakhir.²⁴

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latarbelakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

²⁴*Ibid*,50

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN

Bab ini menguraikan tentang landasan teori (Ekonomi Islam, perilaku konsumsi,), penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, serta hipotesis.

BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini menguraikan tentang variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis.

BAB IV PENUTUP DAN KESIMPULAN

Bab ini menguraikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.

Bagian akhir : Daftar Pustaka dan Lampiran – lampiran.



BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh hasil belajar pengantar ilmu ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNTAN. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hasil belajar pengantar ilmu ekonomi terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian asosiatif dan bentuk penelitiannya survey. Populasi pada penelitian ini berjumlah 305 orang mahasiswa dan sampelnya berjumlah 85 orang mahasiswa. Hasil pengujian hipotesis dengan Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t) bahwa terdapat pengaruh hasil belajar pengantar ilmu ekonomi terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak dengan nilai t hitung $>$ t tabel ($1,957 > 1,664$), maka H_a diterima dan dengan Uji Koefisien Determinasi (R^2) bahwa, hasil belajar pengantar ilmu ekonomi mempengaruhi perilaku konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak sebesar 21 %.²⁵
2. Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN yang di tulis oleh Juliana, Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNTAN.

²⁵ Hamzah, "Pengaruh Hasil Belajar Pengantar Ilmu Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN"(Artikel Penelitian, FIKIP UNTAN, Pontianak,2013)

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan teknik analisis data regresi linier sederhana. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang mahasiswa pendidikan ekonomi reguler A dan reguler B FKIP UNTAN. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) yang ditunjukkan dengan persamaan $Y = 31,679 + 0,368X$ dan uji hipotesis yaitu $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $4,256 > 1,985$. Adapun besarnya pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah sebesar 16,2%, sedangkan selebihnya 83,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diikutsertakan pada penelitian ini.²⁶

TABEL 2.1
Persamaan dan perbedaan
Penelitian terdahulu dan sekarang

No	Nama Peneliti	Judul	Keterangan	
			Persamaan	Perbedaan
1	Hamzah	<i>Pengaruh hasil belajar pengantar ilmu ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi FKIP UNTAN(2013)</i>	Menguraikan perilaku konsumsi mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Objek yang diteliti • Variabel yang digunakan • Alat yang digunakan regresi linear
2	Juliana	<i>Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN (2013)</i>	Menguraikan perilaku konsumsi mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Objek yang diteliti • Variabel yang digunakan • Alat yang digunakan regresi linear

²⁶ Juliana, "Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN" (Artikel Penelitian, FIKIP UNTAN, Pontianak, 2013)

3	Peneliti Sekarang	Korelasi pengetahuan tentang ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAIN Jember tahun angkatan 2011 sampai 2013	Menguraikan perilaku konsumsi mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Objek yang diteliti • Variabel yang digunakan • Menggunakan alat analisis korelasi sederhana
---	-------------------	---	---	--

B. Kajian Teori

1. Ekonomi Islam

a. Pengertian Ekonomi Islam

Definisi ilmu ekonomi adalah ilmu yang mempelajari cara manusia dalam memanfaatkan, mengelola dan menggunakan sumberdaya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Ekonomi Islam yang tengah berkembang saat ini baik tataran teori maupun praktik merupakan wujud nyata dari upaya operasionalisasi Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*, melalui proses panjang dan akan terus berkembang sesuai dengan perkembangan zaman. Dawam raharjo dalam buku teori mikro ekonomi memilah istilah ekonomi Islam kedalam tiga kemungkinan pemaknaan, pertama yang dimaksud ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran Islam. Kedua, yang dimaksud ekonomi Islam adalah sistem baik yang menyangkut pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau Negara dalam berdasarkan suatu cara atau

metodee tertentu. Ketiga adalah ekonomi Islam dalam pengertian perekonomian umat Islam.²⁷

Monzer kahf dalam bukunya *The Islamic Economy* menjelaskan bahwa ekonomi adalah subset dari agama, ekonomi Islam adalah bagian dari ilmu ekonomi yang bersifat interdisiplener dalam arti kajian ekonomi Islam tidak dapat berdiri sendiri, tetapi perlu penguasaan yang baik dan mendalam terhadap ilmu-ilmu syariah dan ilmu pendukungnya seperti matematika, statistic, logika, dan *ushul fiqh*.

M. M. Metwally mendefinisikan ekonomi Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti al-Qur'an, As-Sunah, *qiyas* dan *ijma'i*.

Etika dan Rasionalitas Ekonomi Islam

Aspek moral atau etika dalam ekonomi konvensional dianggap sebagai batas ilmu ekonomi karena perilaku etis dipandang sebagai perilaku tidak rasional. Tindakan etis seringkali diartikan sebagai pengorbanan kepentingan individu atau material untuk mengedepankan kepentingan sosial atau nonmaterial. Dengan demikian ketika perilaku rasional ekonomi diartikan sebagai upaya untuk mewujudkan masalah materi semata, maka perilaku etis dipandang sebagai perilaku yang tidak rasional dan karenanya dikeluarkan dari pokok bahasan ilmu ekonomi.

²⁷ M. nur rianto Al Alif dan Euis Amalia, *teori mikro ekonomi*, (Jakarta: kencana 2010),7

Secara umum, moral didefinisikan sebagai standar perilaku yang dapat diterima oleh masyarakat (benar) atau tidak (salah). Filosofi atas suatu standar moral setiap masyarakat dapat berbeda-beda, dan alasan inilah yang dikenal dengan istilah etika. Suatu perilaku yang dianggap rasional oleh paham konvensional dapat dianggap tidak rasional dalam pandangan Islam, demikian pula sebaliknya.

Ekonomi Islam mempelajari perilaku ekonomi pelaku ekonomi yang rasional Islami. Oleh karena itu, standar moral suatu perilaku ekonomi didasarkan atas nilai-nilai yang dibangun oleh kesepakatan sosial. Moralitas Islam ini tidak diposisikan sebagai suatu batasan ilmu ekonomi, namun justru sebagai pilar atau patokan dalam menyusun ekonomi Islam.²⁸

b. Prinsip ekonomi Islam

Menurut kamus besar bahasa Indonesia prinsip adalah asas (kebenaran yang menjadi pokok dasar berpikir, bertindak dan sebagainya).

Ekonomi Islam berbeda dengan ekonomi konvensional, ada beberapa karakteristik ekonomi Islam sebagaimana disebutkan dalam

²⁸ Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerjasama dengan Bank Indonesia, *EKONOMI ISLAM* (Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA, 2008), 32-33

AL-Mawasu'ah Al-ilmiah wa al-amaliyah al-Islamiah²⁹ yang dapat diringkas sebagai berikut:

- 1) Harta kepunyaan Allah dan manusia merupakan khalifah atas harta
Karakteristik yang pertama yakni semua harta baik benda maupun alat produksi adalah milik Allah, yang kedua adalah manusia adalah khalifah atas harta miliknya. Dapat disimpulkan bahwa semua harta yang ada ditangan manusia pada hakikatnya kepunyaan Allah, karena Dia-lah yang menciptakannya. Akan tetapi, Allah memberikan hak kepada manusia untuk memanfaatkannya. Dalam Islam kepemilikan pribadi sangat dihormati walaupun hakikatnya tidak mutlak dan, dan pemanfaatannya tidak boleh bertentangan dengan kepentingan orang lain dan tentu saja tidak bertentangan dengan ajaran Islam.
- 2) Ekonomi terikat dengan akidah, syariah (hukum), dan moral
Hubungan ekonomi Islam dengan akidah Islam tampak jelas dalam banyak hal, seperti pandangan Islam terhadap alam semesta yang ditundukkan (disediakan) untuk kepentingan manusia. Hubungan ekonomi Islam dengan akidah dan syariah tersebut memungkinkan aktivitas ekonomi dalam Islam menjadi ibadah.
- 3) Keseimbangan antara kerohanian dan kebendaan
Sesungguhnya Islam tidak memisahkan antara kehidupan dunia dengan akhirat. Setiap aktivitas manusia di dunia akan berdampak

²⁹ Mustafa Edwin Nasution dkk. *Pengenalan eksklusif ekonomi islam* (Jakarta: kencana prenada media group, 2007), 17-30

pada kehidupannya kelak di akhirat. Oleh karena itu, aktivitas keduniaan tidak boleh mengorbankan kehidupan akhirat. Islam menghendaki adanya keseimbangan antara dunia dan akhirat. Apa yang kita lakukan di dunia ini hakikatnya adalah untuk mencapai tujuan akhirat. Prinsip ini jelas berbeda dengan prinsip ekonomi kapitalis maupun sosialis yang hanya bertujuan untuk kehidupan dunia saja.

- 4) Ekonomi Islam menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu dengan kepentingan umum

Arti keseimbangan dalam system sosial Islam adalah, Islam tidak mengakui hak mutlak dan kebebasan mutlak, tetapi mempunyai batasan-batasan tertentu, termasuk dalam bidang hak milik.

Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh seseorang untuk mensejahterakan dirinya, tidak boleh dilakukan dengan mengabaikan dan mengorbankan kepentingan orang lain dan masyarakat secara umum. Prinsip ini harus tercermin pada setiap kebijakan individu maupun lembaga, ketika melakukan kegiatan ekonomi.

- 5) Kebebasan individu dijamin dalam Islam

Individu-individu dalam perekonomian Islam diberikan kebebasan untuk beraktivitas baik secara perorangan maupun kolektif untuk mencapai tujuan. Namun kebebasan tersebut tidak boleh melanggar aturan-aturan yang telah digariskan oleh Allah Swt. Prinsip

kebebasan ini sangat berbeda dengan prinsip kebebasan system ekonomi kapitalis maupun sosialis. Dalam kapitalis, kebebasan individu dalam berekonomi tidak dibatasi norma-norma ukhrowi, sehingga tidak ada urusan halal atau haram. Sementara dalam sosialis justru tidak ada kebebasan sama sekali, karena seluruh aktivitas ekonomi masyarakat diatur dan ditujukan hanya untuk Negara.

6) Negara diberi wewenang turut campur dalam perekonomian

Islam memperkenankan negara untuk mengatur masalah perekonomian agar kebutuhan masyarakat baik secara individu maupun sosial dapat terpenuhi secara proporsional. Dalam Islam Negara berkewajiban melindungi kepentingan masyarakat dari ketidakadilan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, ataupun dari Negara lain. Negara juga berkewajiban memberikan jaminan sosial agar seluruh masyarakat dapat hidup secara layak. Peran Negara dalam ekonomi Islam sangat berbeda dengan kapitalis maupun sosialis. System ekonomi kapitalis sangat membatasi peran Negara begitupun sebaliknya dengan sosialis yang memberikan kewenangan Negara untuk mendominasi perekonomian secara mutlak.

7) Bimbingan konsumsi

Dalam hal bimbingan konsumsi ini dilarang berlebih-lebihan dalam hal ibadah maupun melakukan kegiatan ekonomi, tidak

boleh melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak boleh melampaui batas-batas makanan yang diharamkan. Selain itu ada juga larangan suka kemewahan dan bersikap angkuh terhadap hukum kekayaan.

8) Petunjuk investasi

Ada lima kriteria yang sesuai dengan Islam untuk dijadikan pedoman dalam menilai proyek investasi, yakni:

- a) Proyek yang baik menurut Islam
- b) Memberikan rezeki seluas mungkin kepada anggota masyarakat
- c) Memberantas kekafiran, memperbaiki pendapatan, dan kekayaan.

d) Memelihara dan menumbuhkembangkan harta

e) Melindungi kepentingan anggota masyarakat

9) Zakat

Zakat adalah salah satu karakteristik ekonomi Islam mengenai harta yang tidak terdapat dalam perekonomian lain. System perekonomian di luar Islam tidak mengenal tuntutan Allah kepada pemilik harta, agar menyisihkan sebagian harta tertentu sebagai pembersih jiwa dari sifat kikir, dengki, dan dendam.

10) Larangan riba

Islam menekankan pentingnya memfungsikan uang pada bidangnya yang normal yaitu sebagai fasilitas transaksi dan alat

penilaian barang. Diantara faktor yang menyelewengkan uang dari bidangnya yang normal adalah bunga (riba).³⁰

c. Ciri-ciri ekonomi Islam

Menurut Mohammad dalam buku *Ekonomi Islam: pendekatan ekonomi makro Islam dan konvensional*, ciri-ciri ekonomi Islam adalah:

- 1) Pemilikan. Oleh karena manusia itu berfungsi sebagai khalifah yang berkewajiban untuk mengelola alam ini guna memenuhi kebutuhan dan bertanggung jawab atas pengelolaan sumber daya alam. Namun tidak dapat dipungkiri pemilik sejatinya ialah Allah Swt, maka manusia tidak diperkenankan untuk merusaknya, melantarkannya.
- 2) Atau dijadikan modal untuk suatu perusahaan swasta, atau ikut ambil bagian dari modal yang ditawarkan untuk investasi. Bisa saja perusahaan member keuntungan, bahkan mungkin kerugian. Karena tidak mau memikul bersamakerugian, maka pemilik memikulkan bunga modal perusahaan. Jelas dalam Islam tidak diperkenankan. Karena tidak diperkenankan memiliki sesuatu sebagai milik pribadi, pemilik ingin menimbunnya untuk kebutuhan sewaktu-waktu atau juga untuk spekulasi pasar. Ini tidak diridhoi Allah Swt yang memrintahkan untuk membelanjakan agar tercipta pendapatan baru bagi kalangan masyarakat.

³⁰ Mustafa Edwin Nasution dkk. *Pengenalan eksklusif ekonomi islam* (Jakarta: kencana prenatal media group, 2007), 17-30

- 3) Pelaksanaan perintah untuk berlomba-lomba berbuat baik. Ini dapat dimengerti dalam dua hal. Pertama berbuat baik atau amal, dan kedua perbaikan mutu atau kualitas.
- 4) Thaharah atau suci, kebersihan. Tidak hanya individu, tetapi juga masyarakat, pemerintah, perusahaan diwajibkan menjaga kebersihan.
- 5) Produk barang dan jasa harus halal.
- 6) Keseimbangan. Antara keduniawian dan akhiratnya.
- 7) Upah tenaga kerja diupayakan sesuai dengan prestasi kerjanya, selain itu upah juga harus dibayarkan sebelum menunggu kering mereka kering.
- 8) Bekerja baik adalah ibadah.
- 9) Kejujuran dan tepat janji
- 10) Kelancaran pembangunan.

d. Tujuan ekonomi Islam

Tujuan ekonomi Islam membawa konsep *al-falah* (kejayaan) di dunia dan akhirat, sedangkan ekonomi konvensional hanya kebahagiaan di dunia saja. Ekonomi Islam meletakkan manusia sebagai khalifah di muka bumi ini di mana segala bahan-bahan yang ada di bumi dan di langit adalah diperuntukkan untuk manusia. Kesemuanya bertujuan untuk beribadah kepada Allah, manusia merupakan makhluk sosial

karena itu soal kepemilikan harta milik individu dan juga terdapat harta milik masyarakat umum.³¹

2. Teori Konsumsi

a. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap yaitu tahap sebelum pembelian, pembelian, dan setelah pembelian.

Selain jumlah konsumen sebagai penentu perkembangan ekonomi ada hal yang lebih esensi yang berkaitan langsung dengan konsumen yakni perilaku konsumen. Karena dari perilaku konsumen tersebut dapat ditentukan apakah konsumen akan kembali melakukan pembelian suatu barang di tempat semula ia membeli, hal ini tergantung oleh pemikiran seorang konsumen yang akan membeli.

Konsumen membuat banyak keputusan pembelian setiap harinya. Menurut Kotler ada banyak karakter yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu barang, yakni³²:

³¹ Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2007), 9.

³² Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2008), 159-176.

1) Faktor budaya

a) Budaya

Budaya (*culture*) adalah penyebab keinginan dan perilaku seseorang yang paling dasar. Perilaku manusia dipelajari secara luas. Tumbuh di dalam suatu masyarakat, seorang anak mempelajari nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan, dan perilaku dari keluarga dan institusi penting lainnya.

b) Subbudaya

Masing-masing budaya mempunyai subbudaya (*subculture*) yang lebih kecil, atau kelompok orang berbagi system nilai berdasarkan pengalaman hidup dan situasi yang umum. Subbudaya meliputi kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.

c) Kelas sosial

Social class adalah pembagian masyarakat yang relative permanen dan berjenjang di mana anggotanya berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan hanya oleh suatu faktor, seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi dari pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekeayaan, dan variabel lain.

2) Faktor sosial

a) Kelompok

Perilaku seseorang dipengaruhi oleh banyak kelompok (*group*) kecil. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung dan tempat di mana seseorang menjadi anggotanya disebut kelompok keanggotaan. Sebaliknya, kelompok referensi bertindak sebagai titik perbandingan atau titik referensi langsung (berhadapan) atau tidak langsung dalam membentuk sikap atau perilaku seseorang.

b) Keluarga

Anggota keluarga bisa sangat mempengaruhi perilaku pembeli. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat. Anggota keluarga, sebagai lingkungan terdekat, dapat mendorong atau menghalangi pembelian kita.

c) Peran dan Status

Seseorang menjadi anggota banyak kelompok-keluarga, klub dan organisasi. Posisi seseorang dalam masing-masing kelompok dapat didefinisikan dalam peran dan status. Masing-masing peran membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan kepadanya oleh masyarakat.

3) Faktor pribadi

a) Usia dan tahap siklus hidup

Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang hidup mereka. Selera makanan, pakaian, perabot, dan rekreasi sering berhubungan dengan usia.

b) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang mereka beli. Pekerja kerah biru cenderung membeli pakaian kerja yang kuat, sementara eksekutif membeli pakaian bisnis.

c) Situasi Ekonomi

Situasi ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang akan mereka beli.

d) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam keadaan psikografisnya. Gaya hidup melibatkan pengukuran dimensi AIO utama pelanggan-*activities/kegiatan* (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, acara sosial), *interest/minat* (makanan, pakaian, keluarga, rekreasi), dan *opinions/pendapat* (tentang diri mereka, masalah sosial, bisnis, produk). Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

e) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respon yang relative konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan orang itu sendiri. Kepribadian biasanya digambarkan dalam karakteristik perilaku seperti kepercayaan diri, dominasi, kemampuan bersosialisasi, otonomi dan cara mempertahankan diri, kemampuan beradaptasi, dan sifat agresif.

4) Faktor Psikologis

a) Motivasi

Motif (*motive*) atau dorongan adalah kebutuhan dengan tekanan kuat yang mengarahkan seseorang mencari kepuasan.

b) Persepsi

Persepsi (*perception*) adalah proses dimana orang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang berarti.

c) Pembelajaran

Ketika orang bertindak, mereka belajar. Pembelajaran (*learning*) menggambarkan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

d) Keyakinan dan Sikap

Keyakinan (*belief*) adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. Keyakinan bisa didasarkan

pada pengetahuan nyata, pendapat, atau iman dan bisa membawa muatan emosi maupun tidak. Sikap (*attitude*) menggambarkan evaluasi, perasaan dan tendensi yang relative konsisten dari seseorang terhadap sebuah objek atau ide.

b. Model Perilaku Konsumen

Kotler mengemukakan bahwa³³ perilaku konsumen dalam membeli barang/jasa dipengaruhi oleh stimuli pemasaran, stimuli lain dan karakteristik konsumen. Dari ketiga stimuli itu kemudian terjadi proses pembelian yang tahapannya meliputi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian. Sedangkan keputusan membeli terdiri dari pilihan produk, merk, toko, waktu dan jumlah.

Masalah dasar Ekonomi

Ketika kebutuhan masyarakat masih bisa dipenuhi oleh sumber daya yang ada, maka tidak akan terjadi persoalan, bahkan juga tidak akan terjadi persaingan. Namun manakala kebutuhan seseorang atau masyarakat akan barang dan jasa tersebut, maka akan terjadi apa yang disebut kelangkaan. Pada saat seperti itulah manusia akan menghadapi suatu pilihan untuk mengalokasikan sumber daya yang dikuasainya agar kebutuhannya terpenuhi secara optimal. Baik individu atau masyarakat secara keseluruhan akan menghadapi masalah alokasi sumber daya ini.

³³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga,2008), 185.

Mengakui adanya relativitas kelangkaan barang bukan berarti menyatakan bahwa sumber daya yang ada tidak mampu mencukupi kebutuhan individu masyarakat. Bisa saja terjadi suatu sumber daya langka di masyarakat karena suatu tekanan kondisi tertentu. Namun sesungguhnya kelangkaan juga bisa dilihat dengan cara lain. Umat Islam yakin bahwa Allah menciptakan langit dan bumi dan segala apa yang ada diantara keduanya untuk kesejahteraan umat manusia, dan untuk itu manusia harus memanfaatkannya seoptimal mungkin tanpa menimbulkan kerusakan dan ketidakadilan di muka bumi. Selanjutnya, umat Islam pun percaya bahwa Allah menjamin rezeki setiap makhluk-Nya. Tidak ada yang sia-sia dalam penciptaan Allah SWT.

Maka apabila dikaitkan dengan konsep kelangkaan, implikasi dari prinsip di atas adalah “tidak ada kelangkaan absolute di muka bumi ini”. Menurut Masadul Alam Choudhury dalam bukunya, *Contributions to Islamic Economic Theory*, yang dikutip oleh Mustafa Edwin dkk, “manusia menduga adanya kelangkaan karena adanya keterbatasan pengetahuan tentang bagaimana cara memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya”. Dengan demikian, dalam konsep Islam tentang ekonomi, barang-barang yang dapat diolah oleh manusia dapat digolongkan sebagai barang yang memiliki kelangkaan, dan termasuk ‘barang ekonomi’. Sedangkan barang-barang yang masih

diluar jangkauan kapasitas produktif manusia, bukanlah barang-barang yang langka, dengan demikian tergolong ‘bukan barang ekonomi’.³⁴

c. Teori konsumsi Islam

Menurut Mannan dalam buku Ekonomi Islam yang ditulis oleh Eko Suprayitno, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyedia/penawaran. Kebutuhan konsumen, yang kini telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatnya, tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya. Hal ini mengandung arti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer dan hanya bila para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami, dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi sajalah, juga dapat dianggap kompeten untuk menembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subjek tersebut. Menurut Manan, perbedaan antar ilmu ekonomi modern dan ilmu ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern.³⁵

Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang

³⁴ Mustafa Edwin nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 54-55

³⁵ Eko suprayitno, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: graha ilmu,2005),91-92

dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya (*resource*) yang dimilikinya.³⁶

Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme. Betham mengatakan yang dikutip oleh Mustafa Edwin Nasution dkk dalam buku pengenalan eksklusif: Ekonomi Islam, bahwa secara umum tidak seorang pun dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingan dirinya kecuali orang itu sendiri. Dengan demikian pembatasan terhadap kebebasan individu, baik oleh individu lain maupun oleh penguasa, adalah kejahatan dan harus ada alasan kuat untuk melakukannya.

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spiritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang berlebihan dan materialistic. Perilaku konsumen dalam system kapitalisme dan sosialisme cenderung didominasi oleh nilai-nilai materialism. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya merupakan kebutuhan materialis dan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spiritualis. Hasilnya kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa hanya berorientasi pada nilai-nilai materialisme.

Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai utility yang diterima harus sebanding dengan apa yang dikeluarkan sehingga terjadi

³⁶ Mustafa Edwin nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, 56

keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat. Utility merupakan sebuah konsep abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Utility akan didapat oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. tingkat utility yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan.³⁷

Dalam analisis ekonomi, preferensi seorang konsumen terhadap sebuah komoditas sangat dipengaruhi oleh kecerdasan orang tersebut dalam memahami konsep *preference function* (preferensi) dan *utility function* (nilai guna). Dalam perkembangannya, preferensi seorang terhadap sebuah komoditas sangat beragam di mana sangat dipengaruhi oleh keyakinan dan pemahaman manusia terhadap kehidupan. Preferensi seorang muslim akan sangat jauh berbeda dengan preferensi seorang non-Muslim, dan seterusnya. Karena itu, ada tiga unsur yang dapat mempengaruhi perilaku seorang konsumen dalam mengkonsumsi yakni rasionalitas, kebebasan ekonomi dan utility.³⁸

d. Rasionalitas dalam Islam

Rasionalisme adalah salah satu istilah yang paling bebas digunakan dalam ekonomi, karena sesuatu dapat dirasionalisasikan sekali kita mengacunya kepada beberapa perangkat aksioma yang relevan.

³⁷ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta-Timur: Zikrul Hakim, 2007), 72-73.

³⁸ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, 72.

Teori perilaku konsumen yang dikembangkan di Barat setelah timbulnya kapitalisme merupakan sumber dualitas, yakni rasionalitas ekonomik yang menafsirkan perilaku manusia sebagai sesuatu yang dilandasi dengan “perhitungan cermat, yang diarahkan dengan pandangan ke depan dan persiapan terhadap keberhasilan ekonomik”. Utilitarianisme adalah sumber nilai-nilai dan sikap-sikap moral.³⁹

Dari dua sumber inilah timbul teori perilaku konsumen. Teori ini mempertimbangkan maksimisasi pemanfaatan sebagai tujuan consumer yang dipostulasikan. Pemanfaatan yang dimaksimisasikan adalah pemanfaatan “*homo-economicus*” yang tujuan tunggalnya adalah mendapatkan kepuasan ekonomik pada tingkat tertinggi dan dorongan satu-satunya adalah “kesadaran akan uang”.

Dalam membahas teori perilaku konsumen dalam berkonsumsi, diasumsikan bahwa seorang konsumen merupakan sosok yang cerdas. Dalam artian, konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang income dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya serta pengetahuan terhadap jenis, karakteristik, dan keistimewaan komoditas yang ada.

Dalam konsep ekonomi Islam, kecerdasan yang dimiliki oleh konsumen tidak bersifat mutlak. Allah telah memberikan beberapa kenikmatan dan kemampuan kepada manusia, diantaranya yang paling agung adalah kenikmatan akal dan nalar. Kedua elemen otak manusia ini dapat digunakan untuk membedakan sebuah kemaslahatan dan

³⁹Monzer Kahf, “*Ekonomi Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995), 18-19

kemudharatan. Selain itu, Allah juga telah menurunkan beberapa petunjuk dan kaidah serta jalan menuju kebaikan dan kebenaran. Pengetahuan dan pemahaman manusia yang sangat terbatas membutuhkan hidayah rabbaniyyah (hidayah Tuhan) yang telah dibawa oleh para rasul dan dituliskan dalam kitab samawiyyah. Dengan akal pikiran dan hidayah dari Allah, konsumen dapat lebih cerdas dalam menentukan pilihannya.

Konsumsi yang dilakukan oleh konsumen bisa berubah karena disebabkan oleh berbagai factor. Terkadang, konsumsi yang dilakukan tidak rasional dan tidak ekonomis, bahkan menimbulkan distorsi.

Konsep rasionalitas yang terdapat dalam ekonomi kontemporer (konvensional) berbeda dengan konsep rasionalitas ekonomi Islam.

Konsep rasionalitas dalam ekonomi Islam berdasarkan atas nilai-nilai syariah dan berusaha untuk mengakomodasikan kebutuhan materi dan spiritual demi tegaknya sebuah kemaslahatan.⁴⁰

Ada beberapa aturan yang dapat dijadikan sebagai pegangan untuk mewujudkan rasionalitas dalam berkonsumsi:⁴¹

1) Tidak boleh hidup bermewah-mewah

Dalam buku ekonomi Islam yang ditulis oleh said sa'ad marathon yang dikutip dalam Majma' al-lughoh al-A'rabiyyah, Mu'jam Alfâzh al-Quran al-Karim, *Tarf* adalah sebuah sikap berlebihan dan berweha-mewahan dalam menikmati keindahan dan

⁴⁰ Said sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global* (Jakarta-Timur: Zikrul Hakim,2007),74-75

⁴¹ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global*,76-84

kenikmatan dunia. *Tarf* juga merupakan sebuah perilaku konsumen yang jauh dari nilai-nilai syariah, bahkan merupakan indikator terhadap rusak dan goncangnya tatanan hidup masyarakat.

2) Pelarangan *israf*, *tabdzir*, dan *safih*

Israf adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. *Tabdzir* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional. Syariah Islam melarang perbuatan tersebut karena dapat menyebabkan distorsi dalam distribusi harta kekayaan yang seharusnya dapat tetap terjaga demi kemaslahatan hidup masyarakat.

3) Keseimbangan dalam berkonsumsi

Aturan dan kaidah berkonsumsi dalam system ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Larangan atas sikap *tarf* dan *israf* bukan berarti mengajak seorang muslim untuk bersikap kikir. Akan tetapi, mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah tengah-tengahnya.

4) Larangan berkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan

Syariah mengharamkan konsumsi atas barang dan jasa yang berdampak negatif terhadap kehidupan sosial dan ekonomi yang didalamnya sarat dengan kemudharatan bagi individu dan

masyarakat serta ekosistem masyarakat bumi. Konsumsi terhadap komoditas dan jasa yang dapat membahayakan kesehatan dan tatanan kehidupan sosial, sangat berdampak bagi kehidupan ekonomi. Misalnya narkoba, minuman keras, judi dan penyakit sosial lainnya dapat menimbulkan tindakan criminal yang dapat meresahkan kehidupan masyarakat.

Dengan begitu, alokasi dana dalam kegiatan ekonomi akan sedikit terkuras untuk menangani tindakan criminal dan memulihkan stabilitas keamanan sehingga kehidupan ekonomi tidak akan berjalan secara optimal.

Komoditas dan jasa yang dikonsumsi seorang muslim harus sesuai menurut syariah. Dalam artian, barang dan jasa tersebut masuk dalam kategori baik lagi bermanfaat.

e. Kebebasan Berekonomi

Dalam analisis ekonomi kapitalisme, ⁴² perilaku seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh nilai kebebasan dalam berekonomi dan kondisi pasar yang *perfect competition* (persaingan sempurna).

Dalam konsep ekonomi Islam, seorang konsumen diberi kebebasan untuk melakukan tawar menawar dan menentukan kesepakatan dalam sebuah transaksi, tetapi tidak bersifat mutlak. Karena kebebasan dalam Islam terikat pada norma dan kaidah syariah sehingga apabila transaksinya melanggar norma dan kaidah syariah maka transaksi

⁴² Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, 81.

tersebut batal. Karena hal tersebut dianggap menimbulkan kemudharatan.

f. Maksimilisasi Nilai Guna (*Maximize Utility*)

Perilaku seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh nilai-nilai dan keyakinan dalam menjalani kehidupan. Dalam syariah, tidak ada larangan untuk melakukan kegiatan ekonomi selama bertujuan untuk sebuah kemaslahatan dan kehidupanyang layak. Namun segala upaya yang dilakukan untuk meraih tujuan tersebut tidak boleh bertentangan dengan pemahaman dan nilai-nilai syariah. Dalam berkonsumsi, seorang muslim bisa memaksimalkan nilai *utility* yang ingin ia dapatkan dari sebuah komoditas dengan catatan tidak melampaui batas-batas yang telah ditentukan syariah.

Perilaku seorang konsumen muslim terkadang tidak rasionalis dan ekonomis menurut pandangan kapitalisme. Namun, tindakan tersebut justru mendatangkan tingkat *utility* yang besar dalam pandangan seorang muslim. Seperti membayar zakat, melakukan infaq, membantu fakir miskin, mungkin tidak akan mempunyai nilai materi dalam kehidupan di dunia, tetapi dalam syariah hal itu berdimensi pahala (dalam pandangan Allah) sehingga nilai *utility* yang akan didapatkan oleh seorang muslim sangat besar di kehidupan akhirat melebihi yang telah ia korbakan.⁴³

⁴³ Said sa'ad marathon, *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global*, 84.

g. Prinsip Konsumsi Muslim⁴⁴

Ada beberapa prinsip dalam berkonsumsi bagi seorang muslim yang membedakannya dengan perilaku konsumsi nonmuslim, yakni:

1) Prinsip syariah

a) Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi “ibadah” dalam rangka mendapat ridha Allah Swt.

b) Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip kebersihan artinya barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran ataupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan.

c) Memperhatikan bentuk konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum, terlepas dari keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal tuhan. Sedangkan untuk orang muslim sendiri harus memperhatikan apapun yang dikonsumsi. Karena hal ini berhubungan dengan adanya batasan yang telah ditetapkan, barang dan jasa yang dikonsumsi harus halal.

⁴⁴Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga,2012),93-100.

2) Prinsip Kuantitas

a) Sederhana, tidak bermewah-mewah

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana, sifat ini berada diantara sifat boros dan pelit. Prinsip kesederhanaan ialah menghindari sifat berlebihan (*ishraf*). Dalam berkonsumsi juga harus menghindari bermewah-mewahan (*tarf*).

b) Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang memengaruhi permintaan konsumen individu. Permintaan bertambah apabila pemasukan bertambah, begitu pula sebaliknya disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

3) Prinsip prioritas

a) Untuk nafkah diri, istri, anak, dan saudara

b) Untuk memperjuangkan agama Allah

4) Prinsip Moralitas

Perilaku konsumsi seorang muslim dalam berkonsumsi juga memerhatikan nilai prinsip moralitas, di mana mengandung arti ketika berkonsumsi harus menjaga adab dan etika, misalnya ketika makan menggunakan tangan kanan, membaca do'a dan sebagainya.

BAB III

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Prodi Muamalah

Menurut Bapak Sutrisno selaku ketua jurusan syariah apabila berbicara tentang sejarah berdirinya Program studi Muamalah tidak lepas dari sejarah berdirinya Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember karena merupakan satu kesatuan yang tidak bisa dipisahkan⁴⁵. Semenjak IAIN Alih status menjadi STAIN Jember membuka studi baru selain tarbiyah yakni Dakwah dan Syari'ah, yang mana Jurusan Syariah pada waktu itu hanya memiliki 1 Prodi yakni Al-ahwal As Syahsiyah pada Tahun 1997 Prodi ini merupakan prodi tertua dalam Jurusan Syariah, baru pada waktu tahun 1999 Jurusan Syariah mendirikan Program Studi baru yakni Muamalah. Yang mana Ketua jurusan pertama yakni bapak Sayfuddin sekaligus merangkap menjadi ketua prodi Al-ahwal As Syahsiyah serta Bapak Sutrisno pada waktu itu sebagai sekertaris jurusan sekaligus merangkap sebagai ketua prodi Muamalah pertama kali.⁴⁶

Pengalihan status IAIN menjadi STAIN Jember dimulai dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 11 tahun 1997 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) dan ditindaklanjuti dengan Surat Keputusan Menteri Agama Republik Indonesia nomor 291 tahun 1997 tentang Organisasi dan Tata

⁴⁵Sutrisno, *wawancara*, Jember, 26 Juni 2014.

⁴⁶ Sutrisno

Kerja STAIN Jember, sehingga secara Yuridis Fakultas Tarbiyah Jember IAIN Sunan Ampel telah berubah status secara resmi menjadi STAIN Jember.

Dengan alih status itu, STAIN mempunyai peran yang semakin penting, mantap dan dinamis pada era reformasi dalam upaya meningkatkan kecerdasan, harkat dan martabat bangsa dengan menghasilkan tenaga ahli/sarjana Islam yang memiliki wawasan luas, terbuka, mempunyai kemampuan manajemen, teknologi dan profesional yang sesuai dengan tuntutan kebutuhan masyarakat dan zaman era globalisasi dan informasi saat ini.

Pada awalnya sebelum menjadi STAIN Jember, Fakultas Tarbiyah Jember memiliki 3 jurusan, yaitu : (1) Jurusan Pendidikan Agama Islam (PAI) (2) Jurusan Pendidikan Bahasa Arab (3) dan Jurusan Kependidikan Islam (KI). Pada tahun akademik 1997/1998 STAIN Jember melakukan refleksi ke arah perlunya dibuka program studi baru selain Tarbiyah, sehingga sejak tahun akademik itu pula STAIN Jember membuka dua jurusan baru, yaitu Syari'ah dan Dakwah. Dengan demikian menjadi kian jelas, bahwa sejarah STAIN Jember adalah sejarah perjalanan dan perjuangan panjang, bukan sekedar sejak penamaan STAIN Jember melalui Keppres Nomor 11 tahun 1997 tentang Pendirian STAIN, tetapi harus runtut sejak sejarah berdirinya. STAIN Jember berdiri secara formal pada hari Senin 30 Syawal 1385 H bertepatan dengan tanggal 21 Pebruari 1966 M. Ibarat menelusuri kapan seharusnya STAIN Jember berulang

tahun, maka rentangannya harus dihitung sejak ia dilahirkan, bukan sejak penamaannya yang terakhir. Karena, nama bisa berubah setiap saat tapi kelahiran itu sendiri adalah hal yang takkan pernah berubah dan memang tidak bisa dirubah rubah, karena ia merupakan momentum dan fakta sejarah. Oleh karena itu, ke depan STAIN Jember harus selalu intens mengembangkan dinamika dalam merealisasi program program strategis, sedikitnya karena dua alasan. Pertama, karena keberadaannya, STAIN Jember harus selalu berkompetisi dengan sejumlah 14 (empat belas) kompetitor perguruan tinggi negeri dan swasta di Jember, dengan cara lebih mengedepankan peningkatan mutu atau kualitas. Kedua, pengembangan STAIN merupakan amanah para pendiri yang harus dikembangkan oleh semua warga civitas akademika, khususnya pimpinan STAIN Jember. Lebih dari itu, karena secara geografis STAIN Jember bisa disebut sebagai pusat penyanggah pengembangan Islam dari pintu Timur. Sepanjang sejarah, untuk mengambil 'ibrah dari jejak tradisi yang dilakukan oleh para tokoh yang ikut mengembangkan STAIN, karena mereka pernah memimpin STAIN Jember (sejak awal sejarah IAID dan Fakultas Tarbiyah Jember IAIN Sunan Ampel) dengan langkah-langkah tertentu, untuk selanjutnya digunakan sebagai pemacu langkah guna merancang upaya upaya strategis pengembangan STAIN ke depan. Tokoh tokoh yang pernah memimpin STAIN Jember dimaksud adalah sebagai berikut: KH. Sodiq Machmud, SH. (1965 -1973), Drs. H. M. 11jas Bakri (1973- 1983), Drs. H. Sahilun A. Nasir (1983-1991), Drs. H. A. Nizar

Hasjim (1991-1997), Drs. H. Satral (1998-2000), Drs. Mahjuddin (2000-2004), Dr. Moh. Khusnuridlo, M.Pd (2004-2008), dan Prof. Dr. H. Moh. Khusnuridlo, M.Pd (2008 – 2013), Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE,MM. (2013- Sekarang).

Tujuan didirikannya program studi muamalah tidak lepas dari perkembangan dunia luar, pada tahun 1999 perkembangan bank syariah dan lembaga syariah yang semakin menjamur di tengah-tengah masyarakat kita, sehingga STAIN Jember merespon keadaan tersebut untuk mendirikan program studi baru yakni Muamalah. Selain itu kesiapan sumber daya manusia yang saat itu sudah bermunculan Magister Ekonomi Islam di dalam STAIN Jember sehingga memperkuat didirikannya program studi Muamalah.

Berdirinya prodi dalam rangka memenuhi tuntutan dari Undang-undang yang ada yang berbicara tentang Perguruan Tinggi Bahwasanya perkembangan prodi itu sepenuhnya diserahkan kepada lembaga perguruan Tinggi yang mengelola dengan mengacu kepada UU No. 25 Tahun yang ada.

Adapun alasan- alasan STAIN Jember Membuka Prodi Muamalah yakni Sebagai Berikut:

- a. Dalam rangka memenuhi tuntutan pasar didaerah Tapal Kuda khususnya dan hal itu didukung oleh UU yang ada. Karena dengan munculnya Bank Syariah yang diawali dengan Bank Muamalah serta bermunculan bank-bank syariah lainnya, memicu maju akan adanya

prodi yang bisa mengeluarkan lulusan yang telah mempelajari ekonomi islam dan transaksi-transaksi yang digunakan dalam bank syariah.

b. Sumber Daya Manusia (SDM)

2. Visi, Misi dan Tujuan

Adapun Visi, Misi dan Tujuan Prodi Muamalah di Lembaga Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember.

a. Visi

Terselenggaranya pendidikan, pengajaran, dan penelitian hukum ekonomi syariah yang kompetitif dan berdaya saing Global.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran hukum ekonomi syariah yang berwawasan global
- 2) Mengembangkan budaya riset dalam bidang ekonomi syariah secara multi disiplin yang bermanfaat bagi kepentingan akademik dan masyarakat.
- 3) Memberdayakan masyarakat melalui penyuluhan serta bantuan hukum ekonomi syariah.
- 4) Mengembangkan kerja sama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan pelaksanaan tridharma Perguruan tinggi dalam bidang hukum ekonomi syariah.

c. Tujuan

- 1) Meyiapkan Sarjana Hukum Islam yang berpikir dan bersikap mandiri, terbuka, tanggap terhadap kemajuan ilmu dan teknologi khususnya yang berkaitan dengan hukum ekonomi syariah.
- 2) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang menguasai dasar-dasar ilmiah serta pengetahuan dan metodologi sehingga mampu menentukan, memahami, menjelaskan, dan merumuskan segala hal yang berkait dengan hukum ekonomi syariah.
- 3) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang menguasai dasar-dasar ilmiah dan kelahiran kerja untuk mengembangkan hukum ekonomi syariah.
- 4) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang mampu menganalisis masalah-masalah hukum ekonomi syariah.
- 5) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang menggunakan hukum sebagai sarana untuk memecahkan masalah kemasyarakatan dengan bijaksana berdasarkan prinsip-prinsip hukum.
- 6) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang mempunyai kemampuan untuk mengetahui tenaga juris- hakim atau advokad dilingkungan peradilan.
- 7) Menyiapkan Sarjana Hukum Islam yang mempunyai kemampuan untuk menjadi konsultan Hukum di bidang usaha ekonomi syariah.⁴⁷

⁴⁷ Pedoman Pendidikan., 33-34.

3. Letak Geografis

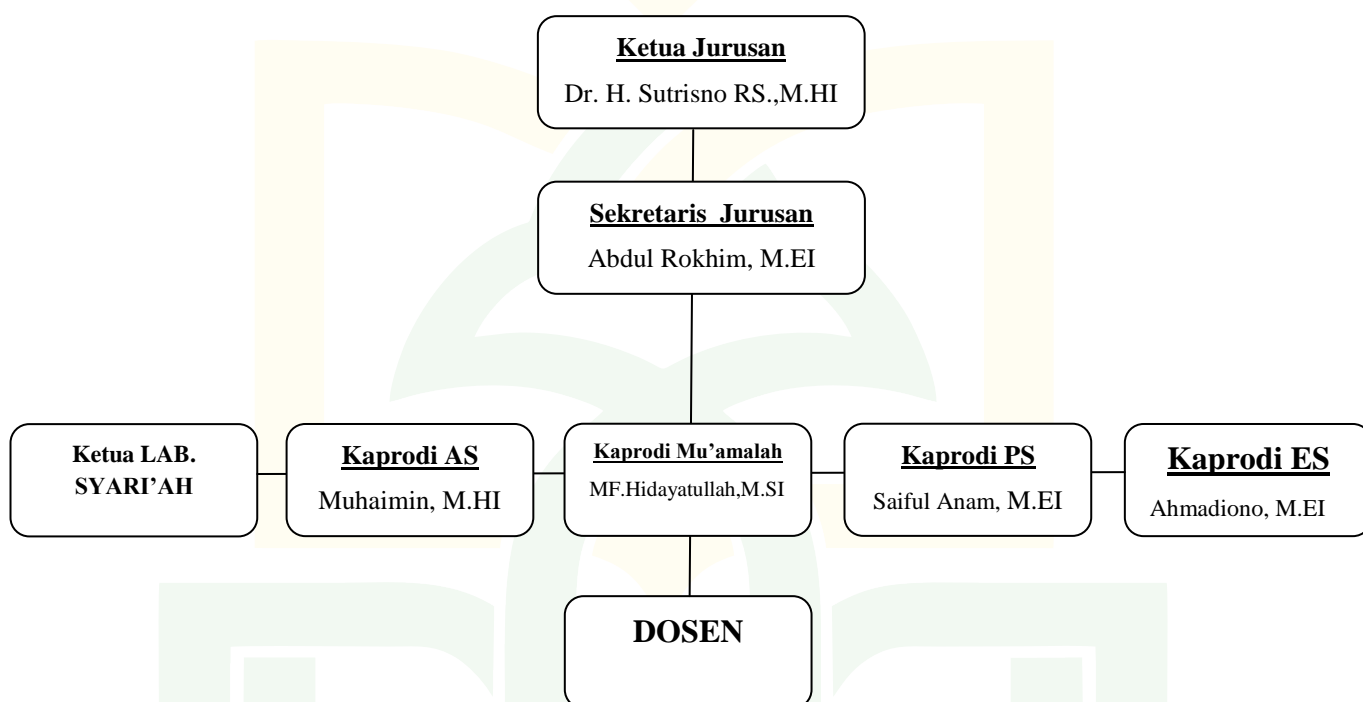
Secara geografis letak gedung Prodi Muamalah yang dibawah Lembaga STAIN JEMBER, Kabupaten Jember Propensi Jawa Timur ini sangat strategis untuk dijadikan sebagai tempat lembaga perguruan tinggi. Karena berada dipinggir jalan tepatnya di Jumat Magli No. 94 Jember belakang Polsek Kaliwates yang jalanannya tidak terlalu ramai dan suasana yang kondusif. Lembaga STAIN ini memiliki pagar yang mengelilingi gedung STAIN serta ada beberapa petugas keamanan dilembaga STAIN ini.

4. Stuktur Organisasi

Stuktur Organisasi merupakan sesuatu yang penting bagi sebuah lembaga karena memudahkan dalam proses bekerja, dan juga sebagai pedoman sehingga tidak ada tumpang tindih profesi antar Dosen dan karyawan. Adapun struktur organisasi Jurusan Syariah Prodi Muamalah sebagai berikut:

IAIN JEMBER

Bagan 1
STRUKTUR ORGANISASI JURUSAN SYARIAH
Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember
Keputusan Menteri Agama RI No. 57 Tahun 2008
JEMBER Tentang STATUTA STAIN



B. Mahasiswa Muamalah

Jumlah mahasiswa muamalah pada tahun 2011 sampai dengan 2013 adalah 343⁴⁸ mahasiswa dengan keterangan sebagai berikut:

1. Tahun 2011 = 126 mahasiswa (Perempuan = 74, Laki - laki = 52),
2. Tahun 2012 = 136 mahasiswa (Perempuan = 73, Laki – laki = 63),
3. Tahun 2013 = 81 mahasiswa (Perempuan = 50, Laki – laki = 31).

⁴⁸Kasubag akademik, tahun 2014.

C. Penyajian Data

Angket yang diberikan kepada mahasiswa prodi muamalah stain jember digunakan untuk mengetahui hubungan pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa. Pengetahuan ekonomi islam (X) dan perilaku konsumsi mahasiswa (Y). Maka diberikan Dua belas pertanyaan mengenai pengetahuan ekonomi islam, dan empat pertanyaan mengenai perilaku konsumen.

D. Analisis Data

Pada bab bahasan tentang metode penelitian telah disinggung tentang metode apa yang dipakai dalam penggunaan instrumen untuk mengukur dimensi serta pengujian terhadap instrumen, pengujian terhadap kualitas data serta metode statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis. Adapun dalam bab ini akan membahas analisis data secara konkrit yang terdiri dari statistik pengujian hipotesis.

1. Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya indikator atau kuesioner dari masing-masing variabel. Pengujian dilakukan dengan program SPSS. Pada program SPSS didapat dua output yaitu Variabel keberadaan (X) dan variabel Motivasi (Y). Dari output tersebut dapat diketahui nilai korelasi antara tiap *item* dengan skor total *item*. Nilai korelasi ini dibandingkan dengan r_{tabel} . Nilai R_{hitung} merupakan hasil korelasi jawaban responden pada masing-masing pertanyaan di setiap variabel yang dianalisis Sedangkan untuk mendapatkan r_{tabel} dicari pada

signifikan 0,05 dengan uji 2 sisi dan jumlah data (n) = 80 maka didapat tabel r_{tabel} 0,220. Tingkat kevalidan indikator atau kuesioner dapat ditentukan, apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid dan $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak Valid.

Hasil uji validitas selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.2

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indicator	Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
Pengetahuan ekonomi islam	Pengertian ekonomi islam	Item 1	0,416	0,220	Valid
		Item 2	0,403		
	Prinsip ekonomi islam	Item 1	0,600		
		Item 2	0,436		
		Item 3	0,349		
		Item 4	0,390		
		Item 5	0,432		
	Ciri-ciri ekonomi islam	Item 1	0,390		
		Item 2	0,506		
		Item 3	0,430		
	Tujuan ekonomi islam	Item 1	0,310		
		Item 2	0,369		
Teori perilaku konsumsi	Teori perilaku konsumen	Item 1	0,701	0,220	Valid
		Item 2	0,733		
		Item 3	0,569		
	Prinsip konsumsi muslim	Item 1	0,466		

Dari tabel hasil uji validitas memperlihatkan nilai r hitung setiap indikator variabel bebas (X), dan variabel terikat (Y) diketahui rata-rata indikator adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan semua nilai hasil r_{hitung} pada indikator variabel tersebut diperoleh melebihi nilai r_{tabel} sebesar 0,220 sehingga dengan demikian masing – masing indikator pada variabel tersebut dapat dilakukan langkah perhitungan selanjutnya.

2. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah indikator atau kuesioner yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel. Reliabilitas suatu indikator atau kuesioner dapat dilihat dari nilai *cronbach's alpha*(α), yaitu apabila nilai *cronbach's alpha*(α) lebih besar ($>$) 0,60 maka indikator atau kuesioner adalah reliabel, sedangkan apabila nilai *cronbach's alpha*(α) lebih kecil ($<$) 0,60 maka indikator atau kuesioner tidak reliabel. Secara keseluruhan hasil uji reliabilitas dapat dilihat hasilnya pada tabel berikut :

Tabel 3.3

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i> (α)	Standar Reabilitas	Keterangan
Korelasi pengetahuan ekonomi islam	0,680	0,60	Reliabel
Dengan perilaku konsumen mahasiswa prodi muamalah stain jember	0,733	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) mempunyai nilai r alpha (*Cronbach's*

$alpha (\alpha) > 0,60$. Ini berarti bahwa hasil uji reabilitas terhadap seluruh variabel dinyatakan reliable.

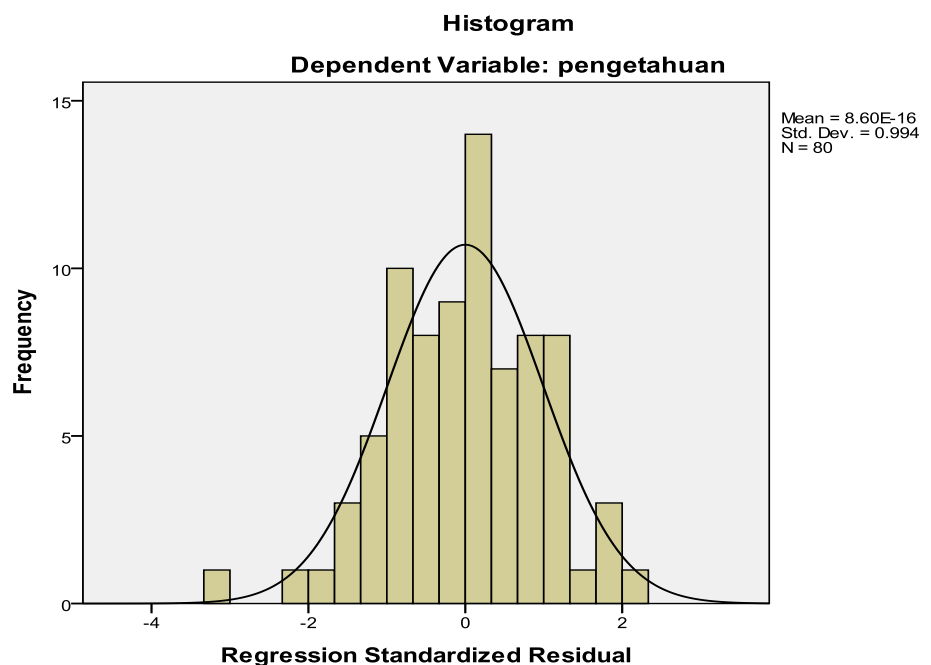
1.1 Uji normalitas data

Uji normalitas digunakan untuk melihat normalitas model regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik yaitu histogram dan normal p-p plot.

a) Kurva Histogram

Pada kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris atau tidak melenceng ke kiri maupun ke kanan. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan kurva histogram :

Gambar3.1
Uji normalitas data



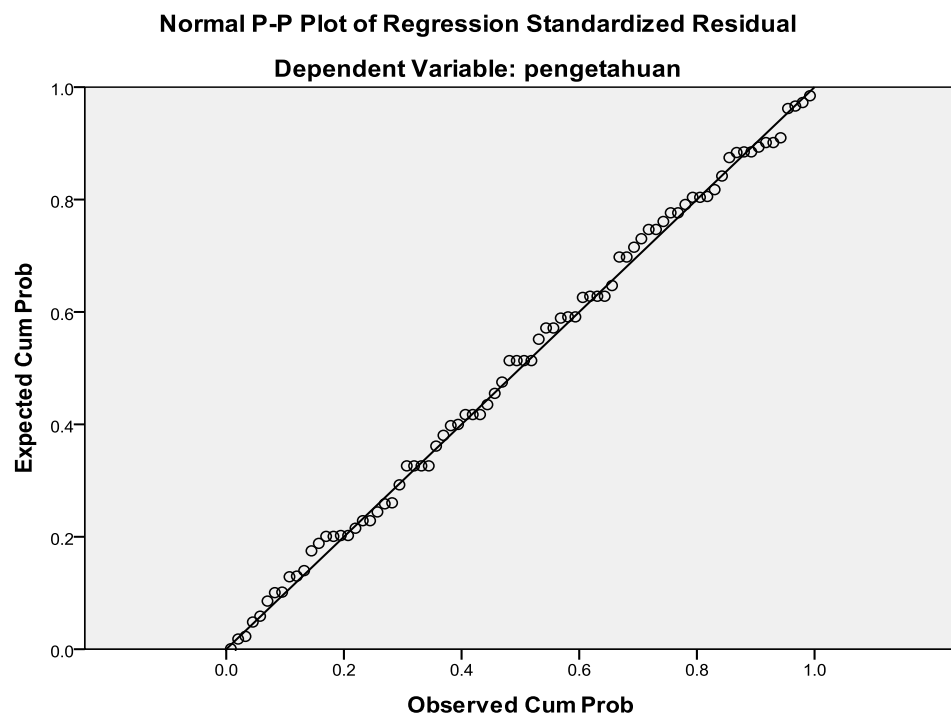
Sumber: data diolah (terlampir)

b) Grafik Normal P-P Plot

Pada grafik normal p-p plot, model memenuhi asumsi normalitas jika titik-titik pada kurva berhimpit mengikuti garis diagonalnya. Berikut ini hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal p-p plot :

Gambar3.2

Uji normalitas data



Sumber: data diolah (terlampir)

Berdasarkan grafik normal plot diatas terlihat titik – titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model korelasi layak dipakai karena memenuhi asumsi normalitas.

3. Analisis Korelasi Sederhana

Analisis korelasi pearson digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel dengan variabel lain secara linear. Data yang digunakan berskala interval atau rasio. Nilai korelasi (r) adalah 0 sampai 1 atau 0 sampai -1 (untuk hubungan negatif), semakin mendekati 1/-1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat. Sebaliknya, nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.⁴⁹

Menurut Sugiyono pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0	- 0,199	= sangat rendah
0,20	- 0,399	= rendah
0,40	- 0,599	= sedang
0,60	- 0,799	= kuat
0,80	- 1,000	= sangat kuat

Tabel 3.4
Analisis Korelasi Sederhana

		Correlations	
		pengetahuan	perilaku
pengetahuan	Pearson Correlation	1	.186
	Sig. (2-tailed)		.099
	N	80	80
perilaku	Pearson Correlation	.186	1
	Sig. (2-tailed)	.099	
	N	80	80

⁴⁹ Duwi prayitno, *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), 100.

Berdasarkan tabel diatas mengenai hasil estimasi korelasi sederhana dengan program program *SPSS for windows 20*, maka dapat disimpulkan bahwa korelasi pearson antara variabel pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa sebesar 0,186. Karena nilai korelasi berada di *range* 0 – 0,199, maka korelasinya rendah. Nilai korelasi positif artinya terjadi hubungan positif, yaitu jika pengetahuan ekonomi islam meningkat maka perilaku konsumsi mahasiswa juga meningkat atau semakin tinggi.

1.2 Uji koefisien determinasi r^2

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Koefisien determinasi tersebut ditunjukkan dengan nilai *Adjusted R Square* pada tabel berikut :

Tabel 3.5

**Hasil uji koefisien determinasi
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,186 ^a	,305	,022	1,712

a. Predictors: (Constant), perilaku

b. Dependent Variable: pengetahuan

Sumber : data diolah (terlampir)

Besarnya presentase variabel perilaku konsumsi mahasiswa mampu dijelaskan oleh variabel bebas. Koefisien determinasi ditunjukkan dengan nilai model summary *Adjust R Square* besarnya 0,022 dengan std.error of the estimate 1,712. Sedangkan sisanya ($100\% - 2,2 = 97,8\%$) berkorelasi sebab- sebab lain diluar model yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

1.3 Uji hipotesis (r hitung)

Hipotesis yang di gunakan ini terdiri dari hipotesis dua arah yaitu Hipotesis alternative dan Hipotesis Nol. Hipotesis Benar jika Hipotesis alternative (H_a) terbukti kebenarannya.

H_a : Terdapat korelasi yang sangat kuat positif antara pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah stain jember

H_o : Tidak terdapat hubungan yang sangat kuat positif antara pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah stain jember

a) $\alpha = 5\%$

Kriteria pengujian :

H_o diterima jika
 $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$

$\text{sig} > \alpha (\alpha)$

H_a diterima jika
 $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$

$\text{sig} \leq \alpha (\alpha)$

Tabel 3.7
Korelasi
Correlations

		pengetahuan	perilaku
pengetahuan	Pearson Correlation	1	.186
	Sig. (2-tailed)		.099
	N	80	80
perilaku	Pearson Correlation	.186	1
	Sig. (2-tailed)	.099	
	N	80	80

Pada Output Correlations:

1. Dari hasil korelasi sederhana didapat besar r sebesar 0,186. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan pengetahuan tentang Ekonomi Islam dan perilaku konsumsimahasiswa sangat rendah seperti yang di paparkan di atas.
2. Hasil analisis korelasi di atas diketahui bahwa r hitung = 0,186 dan r tabel di ketahui = 0,220 maka dapat diambil kesimpulan bahwa $0,186 < 0,220$ berarti H_0 diterima dan H_a di tolak.
3. Hasil sig (2tailed) di atas diketahui = 0,099 dan taraf signifikansi yang digunakan $5\% = 0,05$, $\text{sig} > \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak.

IAIN JEMBER

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang peneliti lakukan terhadap Korelasi Pengetahuan Ekonomi Islam dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis korelasi sederhana, dapat disimpulkan bahwa Pengetahuan ekonomi islam berhubungan positif dengan perilaku konsumsi mahasiswa. Hal ini didasarkan perhitungan melalui spss dengan hasil r sebesar 0,186. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan pengetahuan ekonomi islam dan perilaku konsumsi mahasiswa sangat rendah. Hasil analisis korelasi di atas diketahui bahwa r hitung = 0,186 dan r table di ketahui = 0,220 maka dapat diambil kesimpulan bahwa $0,186 < 0,220$ berarti H_0 diterima dan H_a di tolak. Hasil sig (2tailed) di atas diketahui sig = 0,099 dan taraf signifikansi yang digunakan 5%, apabila sig $\geq \alpha$ maka H_0 diterima. Sedangkan sig $0,099 \geq 0,05$, H_0 diterima dan H_a di tolak.
2. Dapat di simpulkan bahwa korelasi pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumen mahasiswa sangat rendah ini dibuktikan dengan nilai korelasi pearson antara variabel pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumen mahasiswa prodi muamalah sebesar 0,186. Karela korelasi berada di *range* 0,00-0,199 , maka dapat disimpulkan bahwa korelasi antara pengetahuan ekonomi islam dengan perilaku konsumen mahasiswa prodi muamalah adalah sangat rendah. Nilai korelasi positif

artinya terjadi hubungan positif, yaitu jika pengetahuan ekonomi islam meningkat satu satuan maka perilaku konsumen mahasiswa semakin tinggi.

B. Saran

1. Khusus untuk mahasiswa prodi muamalah dalam kehidupannya sehari-hari diharapkan mampu dan dapat menerapkan pengetahuan yang telah didapat di dalam bangku kuliah, khususnya dalam perilaku konsumsi.
2. Kepada lembaga pendidikan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember, khususnya Program Studi Muamalah agar menerapkan pendidikan berkarakter kepada mahasiswanya agar mahasiswa muamalah dapat menerapkan dan mempratekkan ilmu yang didapat kedalam kehidupan sehari-hari.
3. Dari penelitian yang telah peneliti lakukan ini, diharapkan dilakukan penelitian lebih lanjut guna memperjelas mengenai korelasi pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan aspek-aspek yang belum diteliti serta mengembangkan ilmu pengetahuan yang sejalan dengan perkembangan kehidupan.

IAIN JEMBER

**KORELASI PENGETAHUAN TENTANG EKONOMI ISLAM DENGAN
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PROGRAM STUDI MU'AMALAH
STAIN JEMBER ANGKATAN 2011 SAMPAI 2013**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) Fakultas Syariah
Jurusan Mu'amalah



Oleh:

Ifa Yuni Budiyantri
NIM. 083 102 009

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER

FAKULTAS SYARIAH

FEBRUARI 2015

**KORELASI PENGETAHUAN TENTANG EKONOMI ISLAM DENGAN
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PROGRAM STUDI MU'AMALAH
STAIN JEMBER ANGKATAN 2011 SAMPAI 2013**

SKRIPSI

Diajukan kepada Institut Agama Islam Negeri Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi Islam (S.EI) Fakultas Syariah
Jurusan Mu'amalah

Oleh:

Ifa Yuni Budiyantri
NIM. 083 102 009

Disetujui Pembimbing

Khamdan Rifai'I, SE, M.Si
NIP. 1968807200003.1.001

IAIN JEMBER

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI JEMBER

FAKULTAS SYARIAH

FEBRUARI 2015

**KORELASI PENGETAHUAN TENTANG EKONOMI ISLAM DENGAN
PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PROGRAM STUDI MU'AMALAH
STAIN JEMBER ANGKATAN 20 11 SAMPAI 2013**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.EI)
Fakultas Syariah
Jurusan Mu'amalah

Hari : Kamis
Tanggal : 29 Januari 2015

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Abdul Rokhim, S.Ag, M.EI
NIP. 197308301999031002

Toton Fanshurna, M.EI
NIP. 198112242011011008

Anggota:

1. Dr. Muniron, M.Ag ()
2. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si ()

Menyetujui
Rektor IAIN Jember

Prof. Dr. H. Babun Suharto, SE.,MM
NIP. 19660322 199303 1 002

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ^{١١}

Artinya : Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum sehingga mereka Merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri (QS. ArRa'd : 11).



KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang mengajarkan kepada manusia apa yang tidak diketahuinya dan membukakan akal pikiran dan pemahaman kepada segenap makhluk-Nya. Shalawat dan salam terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang diutus sebagai rahmat bagi seluruh alam.

Atasanugerah iman dan ilmu yang diberikan sehingga mengantarkan penulis mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul “Korelasi Pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Muamalah STAIN Jember tahun angkatan 2011 sampai 2013” dengan baik dan sesuai yang diharapkan. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Strata-Satu (S1) di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Jember Jurusan Syariah Program Studi Muamalah. Dalam penulisan Tugas Akhir Skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan serta saran dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor IAIN Jember, Prof. Dr. H. Babun Suharto. SE.,MM. yang telah memberikan izin dalam pelaksanaan penelitian untuk menyusun skripsi ini
2. Bapak Dr. H. Sutrisno selaku Ketua Jurusan Syariah
3. Bapak M.F Hidayatullah M. EI, selaku Ketua Program Studi Mu’amalah
4. Bapak Khamdan Rifa’i, SE, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dalam menyusun tugas akhir Skripsi ini.

5. Bapak, Ibu dan Saudara-saudaraku tercinta yang telah memberikan bantuan dan dorongan baik material maupun spiritual selamaini.
6. Teman-teman Program Studi Muamalahkelas C angkatan 2010 yang selalu member dukungan untuk menyelesaikan tugas akhir Skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah banyak memberikan bantuan, dukungan serta doa untuk terselesaikannya tugas akhir Skripsi ini. Semoga kebaikan kalian menjadi amal ibadah yang bernilai.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir Skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharap kritik dan saran yang membangun dari para pembaca, semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Jember, Februari 2015

Penulis

Ifa Yuni Budiyantri

IAIN JEMBER

ABSTRAK

Ifa Yuni Budiyantri, 2015, *KORELASI PENGETAHUAN TENTANG EKONOMI ISLAM DENGAN PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA PROGRAM STUDI MU'AMALAH STAIN JEMBER ANGKATAN 2011 SAMPAI 2013*

Setiap system ekonomi pasti didasarkan atas ideologi yang memberikan landasan dan tujuannya, Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Ditengah era globalisasi saat ini nilai-nilai Islam sangat diperlukan dalam menjalankan kehidupan, karena semakin banyak informasi dari luar yang masuk tanpa disaring terlebih dahulu informasi yang seperti apa membuat kita melakukan hal-hal yang tidak pada tempatnya.

Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat, mahasiswa merupakan faktor pendorong dan pemberi semangat sekaligus menerapkan contoh perilaku terpuji. Anggapan masyarakat bahwa mahasiswa itu berbeda karena mahasiswa telah mendapatkan pengetahuan yang lebih dari masyarakat sehingga mahasiswa mempunyai nilai plus di mata masyarakat. Mahasiswa mu'amalah yang telah mempelajari Ekonomi Islam diharapkan bisa dan mampu memberikan contoh yang baik bagaimana berperilaku ekonomi secara islami lebih khusus lagi perilaku konsumsi.

Dalam penelitian ini rumusan masalahnya adalah bagaimana tingkat korelasi pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi Mu'amalah tahun angkatan 2011 sampai 2013. Sedangkan, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat korelasi pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi Mu'amalah angkatan 2011 sampai 2013.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa jurusan syariah program studi mu'amalah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember pada tahun 2014, pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Populasinya adalah seluruh mahasiswa prodi mu'amalah dari tahun 2011, 2012, dan 2013. Sampel yang diambil sebesar 80 mahasiswa dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa angket pengetahuan tentang Ekonomi Islam mahasiswa dan angket perilaku konsumsi dengan menggunakan model skala Likert. Analisis korelasional menggunakan teknik analisis korelasi product moment dengan reabilitas sebesar 0,680 untuk x dan 0,733 untuk y, yang artinya bahwa data yang digunakan reliable.

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang sangat rendah antara pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa. Ini di buktikan dengan hasil analisis korelasi diketahui bahwa r hitung = 0,186 dan r tabel = 0,220 maka dapat diambil kesimpulan bahwa $0,186 < 0,220$ yang berarti H_0 di terima dan H_a di tolak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin, 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung:CV.Pustaka Setia.
- Al Alif, M. Nur Rianto dan Amalia, Euis. 2010. *teori mikro ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Hamzah. *Pengaruh Hasil Belajar Pengantar Ilmu Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN*. 2013.
- Juliana. 2013 *Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FIKIP UNTAN*.
- Kahf, Monzer. 1995. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang: UIN-MALIKI PRES.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- _____. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Marthon, Said Sa'ad. 2007. *Ekonomi Islam: Di Tengah Krisis Ekonomi Global* Jakarta: Zikrul Hakim.
- Moeleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. 2007. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Pasetyo, Bambang. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Grafindo Persada,
- Priyatno, Duwi. 2010. *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Pusat pengkajian dan pengembangan ekonomi (P3EI) universitas islam Indonesia Yogyakarta atas kerjasama dengan bank Indonesia. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Santoso. 2005. *Buku Latihan SPSS statistik Multi variat*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian kombinasi*. Bandung : alfabeta.

Suprayitno, Eko. 2005. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tim Penyusun STAIN. 2012. *Pedoman Penulisan*. Jember: STAIN Jember Press.

Umar, Husein. 1996. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers

Wahyuni, Endang Tri. 2013. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta*. Yogyakarta: 1-2.

<http://ekbis.sindonews.com/read/2013/11/17/33/806711/pemahaman-masyarakat-terhadap-ekonomi-syariah-minim,12> maret 2014.

<http://statistikian.blogspot.com/2013/01/uji-normalitas.html> 15 maret 2014



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN
 LOKASI JURUSAN SYARIAH/MUAMALAH
 KABUPATEN JEMBER TAHUN 2014

NO	HARI/TGL	JENIS KEGIATAN	TANDA TANGAN
1	2	3	4
1	Kamis/22 mei 2014	Menyerahkan surat penelitian kepada kasubbag	
2	Kamis/26 juni 2014	Silaturahmi + Wawancara dengan Ketua Jurusan Syariah mengenai sejarah berdirinya program studi mu'amalah	
3	Jum'at/18 juli 2014	Menyebarkan angket	
4	Senin/18 agustus 2014	Penarikan angket	
5			

IAIN JEMBER

Tabel 1

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indicator	Item	A	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan				
Pengetahuan ekonomi islam	Pengertian ekonomi islam	Item 1	0,5	0,416	0,220	Valid				
		Item 2		0,403						
	Prinsip ekonomi islam	Item 1		0,600						
		Item 2		0,436						
		Item 3		0,349						
		Item 4		0,390						
		Item 5		0,432						
	Ciri-ciri ekonomi islam	Item 1		0,390						
		Item 2		0,506						
		Item 3		0,430						
	Tujuan ekonomi islam	Item 1		0,310						
		Item 2		0,369						
	Teori perilaku konsumsi	Teori perilaku konsumen		Item 1			0,5	0,701	0,220	Valid
				Item 2				0,733		
Item 3			0,569							
Prinsip konsumsi muslim		Item 1	0,466							

Tabel 2

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach alpha	Standarisasi	Keterangan
1	Pengetahuan ekonomi islam (X)	0,680	0,60	RELIABEL
2	Perilaku konsumsi mahasiswa (Y)	0,733	0,60	RELIABEL



IAIN JEMBER

Tabel 3

Hasil Uji Analisis Korelasi Sederhana

		pengetahuan ekonomi islam (x)	perilaku konsumsi mahasiswa (y)
pengetahuan ekonomi islam (x)	Pearson Correlation	1	.186
	Sig. (2-tailed)		.099
	N	80	80
perilaku konsumsi mahasiswa (y)	Pearson Correlation	.186	1
	Sig. (2-tailed)	.099	
	N	80	80



Tabel 4

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,186 ^a	,305	,022	1,712



MATRIK PENELITIAN

Judul	Variabel	Indikator	Sumber data	Metodologi Penelitian	Rumusan Masalah
Korelasi Pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan Perilaku Konsumsi Mahasiswa prodi Muamalah STAIN Jember Tahun Angkatan 2011 sampai 2013	a. Pengetahuan Ekonomi Islam b. Perilaku Konsumsi	a. Pengertian Ekonomi Islam b. Pinsip-prinsip Ekonomi Islam c. Ciri-ciri Ekonomi Islam d. Tujuan Ekonomi Islam a. Teori perilaku konsumsi dalam islam b. Prinsip perilaku konsumsi muslim	1. Informan a. Mahasiswa muamalah tahun 2011, 2012,2013 2. Dokumentasi a. Buku b. Jurnal c. Internet	1. Metode dan Prosedur Penelitian Menggunakan Pendekatan Kuantitatif 2. Penentuan populasi dan sample 3. Metode pengumpulan data: a) Observasi b) Angket c) Interview 4. Metode Analisis data: a) Memakai rumus korelasi sederhana b) Dengan uji adjust R square	1. Bagaimana tingkat korelasi antara pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAIN Jember tahun angkatan 2011 sampai 2013? 2. Apakah terdapat korelasi yang positif antara pengetahuan tentang Ekonomi Islam dengan perilaku konsumsi mahasiswa prodi muamalah STAIN Jember tahun angkatan 2011 sampai 2013?