

Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman

Widya Astuti Prasetya^{1✉}, Miftahul Huda¹

¹Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mulawarman, Samarinda

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa muslim FEB memilih, membeli, serta menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan dan triangulasi dengan jenis triangulasi sumber data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan perilaku konsumsi mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman memilih dan membeli barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya yaitu selalu mempertimbangkan untuk mendahulukan kebutuhan primer, memperhatikan kehalalan dan kebersihan produk, membeli pakaian menjadi rutinitas belanja setiap bulan, membeli produk perawatan kulit termasuk prioritas kebutuhan, selalu menyesuaikan kemampuan dalam memenuhi konsumsinya, melakukan pembelian suatu produk karena rasa penasaran, dan melakukan pembelian sesuai dengan rencana.

Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Konsumsi Islami, dan Mahasiswa Muslim

Abstract

This study aims to determine how the consumption behavior of Muslim FEB students chooses, buys, and uses goods or services to meet their needs and desires. This study uses qualitative methods with descriptive research types, data collection techniques used are observation, interviews, and documentation, data analysis techniques used are data reduction, data presentation, conclusion drawing, and triangulation with data source triangulation types. The results of this research show that the consumption behavior of Muslim students, Faculty of Economics and Business, Mulawarman University, choose and buy goods or services to full fill their needs and wants, namely always considering prioritizing primary needs, paying attention to halal and hygiene of product, buying clothes become as a shopping routine every month, buying skincare product become a prioritize of needs, always adjusting the ability to meet consumption, purchasing a product out of curiosity, and making purchases according to plan.

Keywords: Consumption Behavior, Islamic Consumption, and Muslim Students

Copyright © 2023 Widya Astuti Prasetya, Miftahul Huda

✉ Corresponding Author

Email Address: widyaaprasetya@gmail.com

DOI: -

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman yang semakin modern membuat perubahan pada cara manusia melakukan berkonsumsi. Konsumsi merupakan kegiatan memanfaatkan serta menghabiskan nilai guna barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan kepuasan (Suharyono, 2018). Konsumsi tidak hanya makan dan minum, konsumsi juga merupakan segala aktivitas yang dilakukan oleh seorang konsumen yang bertujuan untuk mendapatkan manfaat dari penggunaan suatu produk barang atau jasa.

Batasan konsumsi yang seharusnya dilakukan seorang muslim juga tidak hanya terbatas pada halal dan haram, namun juga pada hal seperti baik, bersih, sehat, serta tidak menjijikan (Septiana, 2016). Tidak hanya pada makanan dan minuman, batasan konsumsi Islami seorang muslim juga menyangkut kepada komoditi lainnya.

Sebagai seorang muslim yang patuh terhadap agama akan menyadari bahwa harta yang dimiliki seharusnya dibelanjakan tidak hanya untuk kebutuhan pribadi, tetapi juga dibelanjakan di jalan Allah SWT (Rionita & Widiastuti, 2019). Realitanya, masih ada saja muslim yang dalam kehidupan sehari-harinya masih cenderung menyamakan antara kebutuhan dengan keinginan. Fenomena yang terjadi saat ini sangat bertolak belakang dengan bagaimana seharusnya seorang muslim berkonsumsi (Kholidah, 2018).

Dari hasil penelitian awal terfokus pada angkatan 2017, terlihat beberapa perilaku mahasiswa muslim dalam berkonsumsi masih belum sepenuhnya menerapkan konsumsi Islami. Hasil wawancara sementara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa FEB angkatan 2017, bahwa mereka lebih sering mengabaikan manfaat akan hal yang dikonsumsi, serta ada juga yang membeli suatu barang bukan lagi karena kebutuhan semata, namun karena rutinitas setiap bulannya, seperti membeli pakaian setiap bulannya.

Beberapa mahasiswa berasumsi bahwa sarana perkuliahan dapat ditunda pemenuhannya, karena sarana untuk perkuliahan dianggap tidak semua penting untuk dibeli, dan mereka menggunakan uang guna pemenuhan sarana perkuliahan tersebut untuk hal yang lainnya. Ada pun yang mengurangi pengeluaran untuk makan demi membeli sesuatu yang diinginkan, seperti kebutuhan untuk game online dan belanja pakaian atau barang lainnya. Dengan uang saku maupun pemasukan yang mereka peroleh tergolong cukup untuk memenuhi keinginan yang demikian. Namun dengan kecukupan dalam memenuhi konsumsinya, beberapa mahasiswa muslim masih merasa belum dapat dengan cermat mengontrol diri dalam hal berbelanja terutama berbelanja hal-hal yang tidak terlalu dibutuhkan.

Selain belum dapat mempertimbangkan secara rasional antara keinginan dengan kebutuhan. Mahasiswa muslim FEB juga sering kali tidak wajar dalam penggunaan suatu barang. Seperti yang sering dilakukan beberapa mahasiswa ketika mereka telah membeli suatu produk barang yang belum tuntas dalam penggunaannya, mereka akan mencoba produk baru yang lain walaupun fungsi dan manfaatnya sama dengan produk yang telah dimiliki sebelumnya. Hal inilah yang melatar belakangi untuk dilakukannya penelitian pada mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis

KAJIAN PUSTAKA

Perilaku Konsumsi

Perilaku dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Perilaku juga diartikan sebagai bentuk tindakan yang dilakukan oleh individu maupun organisasi. Konsumsi secara etimologi diartikan sebagai pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya atau barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita (Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), n.d.), Menurut Mardani (2011) konsumsi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari perilaku tiap manusia dalam hal memenuhi kebutuhan hidupnya.

Perilaku Konsumsi Islami

Konsep berperilaku konsumsi Islami tidak diperbolehkan untuk mengonsumsi suatu barang atau jasa secara berlebih-lebihan dan harus memperhatikan batasan-batasan dalam konsumsi, karena dalam ekonomi Islam hendaknya memperhatikan tujuan dari ekonomi Islam itu sendiri yaitu masalah untuk mencapai falah (Liling, 2019). Tujuan perilaku konsumsi Islami yakni seorang konsumen muslim lebih memperhatikan masalah daripada untuk memuaskan nafsu (maximize utility) (Mardani, 2011). Tujuan konsumsi Islami, yaitu untuk memaksimalkan masalah, yakni memaksimalkan kebaikan dan berkah.

Konsep Kebutuhan Dalam Islam

Teori konsumsi dalam Islam mengarahkan umatnya untuk membuat urutan prioritas dalam pemenuhan kebutuhan, urutan prioritas kebutuhan meliputi dharuriyat (primer), hajjiyat (sekunder), dan tahsiniyat (tersier) (Kholidah, 2018). Kebutuhan manusia tidak hanya berupa makan, minum, pakaian, rumah atau tempat tinggal, tetapi juga kendaraan, sarana komunikasi serta alat-alat teknologi lainnya yang saat ini cukup penting untuk melakukan berbagai aktivitas seperti laptop. Dalam hal pemenuhan kebutuhan, manusia hendaknya mempunyai skala prioritas, yaitu harus dapat memilih mana yang merupakan kebutuhan utama dan mendesak dengan kebutuhan yang dapat ditunda.

Prinsip-Prinsip Konsumsi Dalam Islam

Prinsip konsumsi dalam Islam menurut kitab tafsir Al-Misbah karya Shihab (2002) yang dikutip oleh Putra dkk (2019) menjelaskan lima prinsip Konsumsi dalam Islam yaitu:

1. Prinsip keadilan

Prinsip ini memiliki arti mengenai bahwa dalam mencari rezeki haruslah halal dan tidak dilarang hukum, serta memperhatikan halal dan thayib suatu barang atau jasa yang akan dikonsumsi. Halal dapat dilihat dari beberapa hal, seperti zat atau materi dari barang atau jasa, kemudian proses mendapatkannya atau proses pengolahannya. Sedangkan thayib berkaitan dengan kesehatan dari konsumen.

2. Prinsip kebersihan

Makanan atau minuman yang dikonsumsi harus dalam keadaan baik untuk dikonsumsi, tidak kotor atau menjijikkan. Dalam hal makanan dan minuman, yang dilarang adalah

darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang disembelih diserukan nama selain Allah SWT.

3. Prinsip kesederhanaan

Islam memberi kebebasan dalam berkonsumsi tetapi tidak boleh berlebihan atau kekurangan. Kekurangan dalam hal konsumsi akan membawa mudharat bagi konsumen, karena tidak terpenuhinya kebutuhan secara sempurna. Begitu sebaliknya bila konsumsi dilakukan berlebihan akan menyebabkan kemubaziran, dapat mengurangi kebutuhan orang lain serta sumber daya alam yang terbuang sia-sia.

4. Prinsip kemurahan hati

Dengan mematuhi perintah Islam maka tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan atau meminum yang halal. Serta meyakini bahwa seluruh makanan dan minuman yang halal dan thayib diciptakan oleh Allah karena kemurahan hati-Nya.

5. Moralitas

Kewajiban moral seorang muslim diajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah baik ketika sebelum dan sesudah makan atau minum sebagai bentuk terima kasih kepada-Nya. Kemudian ada kewajiban moral pula terhadap sesama manusia untuk saling membantu.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif. Informan dalam penelitian adalah mahasiswa muslim FEB UNMUL. Informan berjumlah 10 orang. Data yang digunakan berasal dari data primer yang diperoleh langsung dari mahasiswa muslim FEB UNMUL dan data sekunder yang diperoleh melalui situs Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka digunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Penelitian kepustakaan

Yaitu dengan mempelajari berbagai literatur baik buku, artikel, jurnal dan sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

2. Penelitian lapangan

Yaitu dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi.

a. Wawancara dilakukan kepada 10 informan dan dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara terstruktur yaitu dengan menggunakan pedoman wawancara.

b. Pengamatan (observasi) yaitu mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap proses wawancara yang berlangsung pada informan. Peneliti juga mengamati keadaan situs penelitian.

c. Dokumentasi yaitu mengumpulkan data berupa catatan hasil wawancara dan foto kegiatan penelitian. Foto yang diambil berupa kegiatan saat melakukan wawancara dengan peneliti.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Sugiyono (2007) adalah proses mencari dan menyusun data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, yaitu dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa

menyusun kedalam pola, untuk memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, serta membuat kesimpulan sehingga data mudah dipahami. Teknik analisis data ini ada tiga tahapan yaitu:

1. Reduksi Data

Data yang terkumpul diolah dan diorganisasikan menurut tema dan polanya. Pengolahan data tersebut dilakukan dengan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya tentang informasi yang berkenaan dengan perilaku konsumsi mahasiswa muslim FEB UNMUL melalui wawancara. Setelah data dikumpulkan maka dipilih data yang penting dan membuang data yang tidak diperlukan.

2. Penyajian data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan data yang diperoleh selama proses penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isi.

2. Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh. Simpulan merupakan temuan dan gambaran dari fokus penelitian yang terdapat di lapangan. Kesimpulan dilakukan untuk menemukan inti dari isi dan makna yang terkandung dalam data.

3. Triangulasi

Teknik pemeriksaan data yang digunakan adalah dengan triangulasi sumber. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data yang telah didapat dari berbagai sumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara upaya yang dilakukan dengan mahasiswa muslim FEB UNMUL maka diperoleh data sebagai berikut:

1. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim FEB Memilih dan Membeli Produk Barang Atau Jasa Dalam Memenuhi Kebutuhan Serta Keinginannya

a. Selalu mempertimbangkan untuk mendahulukan kebutuhan primer

Berdasarkan hasil dari penelitian dapat diketahui bahwa mahasiswa muslim FEB selalu memilih untuk memprioritaskan kebutuhan dharuriyat atau primer hal ini selaras dengan penelitian Kholidah (2018) yaitu para mahasiswa telah memahami prioritas konsumsi dengan mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, dan berbanding terbalik dengan hasil penelitian Septiana (2016) yaitu pemenuhan kebutuhan yang dilakukan mahasiswa masih belum dapat memenuhi kebutuhan berdasarkan skala prioritas dan lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan yang bersifat senang-senang seperti berbelanja, hiburan, dan sebagainya

b. Memperhatikan kehalalan serta kebersihan produk makanan atau minuman

Pemilihan produk halal dan bersih selalu dilakukan oleh para mahasiswa muslim, hal ini dilakukan dengan melihat label halal pada kemasan serta kebersihan lingkungan produk dijual. Hal ini sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip keadilan dan prinsip kebersihan,

c. Membeli pakaian menjadi rutinitas belanja setiap bulan

Melakukan pembelian barang seperti pakaian dilakukan mahasiswa muslim FEB bukan hanya berlandaskan kebutuhan, tetapi karena telah menjadi suatu rutinitas, dan bagi beberapa

mahasiswa muslim mempunyai anggaran khusus untuk berbelanja pakaian tiap bulannya. Hal seperti ini tidak sesuai dengan prinsip kesederhanaan konsumsi dalam ajaran Islam.

- d. Membeli produk perawatan kulit saat ini termasuk dalam prioritas kebutuhan
Hasil penelitian ini masih belum sesuai dengan prinsip kesederhanaan karena mahasiswa muslim FEB Universitas Mulawarman melakukan pembelian produk perawatan kulit tidak hanya karena kebutuhan, terkadang masih atas dasar keinginan mencoba-coba produk perawatan kulit lainnya yang dianggap paling tepat untuk jenis kulit mereka, sehingga mengeluarkan biaya yang tidak sedikit.
- e. Selalu menyesuaikan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan
Perilaku mahasiswa muslim FEB yang selalu menyesuaikan kemampuan dalam berkonsumsi telah sesuai dengan prinsip kesederhanaan
- f. Membeli produk karena rasa penasaran.
Saat ini beberapa mahasiswa muslim FEB membeli suatu produk bukan hanya berlandaskan pada kebutuhan semata, namun dikarenakan kemasan produk yang menarik, rasa penasaran, atau produk tersebut sedang ramai diperbincangkan. hal ini bertolak belakang dengan prinsip konsumsi dalam Islam yaitu prinsip kesederhanaan, dan dapat dikategorikan dalam sifat israf (berlebihan).

2. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Muslim FEB Menggunakan Produk Barang Atau Jasa Dalam Memenuhi Kebutuhan Serta Keinginannya

- a. Masih berlebihan dalam menggunakan barang (terutama elektronik)
Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa muslim FEB masih cenderung berlebihan dalam menggunakan barang. Hal ini tidak sesuai dengan prinsip kesederhanaan, dan tergolong pada sifat yang konsumtif, ini terlihat dari perilaku mahasiswa muslim dalam menggunakan barang-barang secara terus-menerus hingga lupa waktu dan berlebihan sehingga tidak sesuai dengan kebutuhan.
- b. Tidak membuang-buang makanan dan minuman (tidak mubazir)
Berdasarkan hasil penelitian, perilaku mahasiswa dalam mengonsumsi dilakukan secara wajar dan sesuai dengan prinsip kesederhanaan, yaitu konsumsi dilakukan secara tidak berlebihan.
- c. Selalu menyebut nama Allah SWT sebelum dan sesudah makan atau minum
Mahasiswa muslim FEB selalu menyebut nama Allah SWT dengan berdoa sebelum dan sesudah makan atau minum, hal ini telah sesuai dengan prinsip moralitas, yaitu sebagai seorang muslim senantiasa menyebut nama Allah SWT ketika sebelum dan sesudah makan atau minum.
- d. Menggunakan layanan jasa ojek online dengan wajar (hanya saat keadaan tertentu).
Berdasarkan hasil penelitian yaitu menggunakan layanan jasa ojek online secara wajar. Hal ini terlihat dari pendapat para mahasiswa yang menggunakan layanan jasa dari ojek online hanya saat-saat tertentu atau ketika dibutuhkan saja. Hal ini telah sesuai dengan prinsip kesederhanaan dan QS Al A'raf ayat 31 yang membahas agar umat muslim senantiasa tidak berlebih-lebihan.
- e. Konsumsi untuk ibadah mahdah (sedekah/belanja untuk orang lain)

Konsumsi dilakukan tidak hanya untuk diri sendiri, tetapi konsumsi juga dapat dilakukan untuk kegiatan sosial seperti zakat, infaq, dan sedekah. Hal ini juga dilakukan oleh para mahasiswa muslim FEB yang menyadari dan membiasakan diri untuk saling berbagi kepada orang lain, dan dilakukan dengan cara mereka masing-masing

SIMPULAN

1. Perilaku konsumsi mahasiswa muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mulawarman memilih dan membeli barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan serta keinginannya yaitu selalu mempertimbangkan untuk mendahulukan kebutuhan primer, memperhatikan kehalalan dan kebersihan produk, membeli pakaian menjadi rutinitas belanja setiap bulan, membeli produk perawatan kulit termasuk prioritas kebutuhan, selalu menyesuaikan kemampuan dalam memenuhi konsumsinya, melakukan pembelian suatu produk karena rasa penasaran, dan melakukan pembelian sesuai dengan rencana.
2. Perilaku konsumsi mahasiswa muslim saat menggunakan barang atau jasa masih berlebihan dalam menggunakan suatu barang, terutama barang elektronik, tidak membuang-buang makanan atau minuman, selalu menyebut nama Allah SWT sebelum dan sesudah makan atau minum, penggunaan jasa ojek online masih dalam batas wajar, dan melakukan konsumsi untuk kegiatan sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Alam, S. S., Mohd, R., & Hisham, B. (2011). Is Religiosity An Important Determinant On Muslim Consumer Behaviour In Malaysia? *Journal of Islamic Marketing*, 2(1), 83–96. <https://doi.org/10.1108/17590831111115268>

Alkautsar, Z., & Hapsari, M. I. (2015). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 1(10), 736. <https://doi.org/10.20473/vol1iss201410pp736-754>

Amaliah, I., Riani, W., & Julia, A. (2015). Relevansi Nilai Religiusitas Islam dalam Berkonsumsi dengan Kebahagiaan. *Prosiding SNaPP*, 113–120.

Baidhowi, B., & Zaki, I. (2014). Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantren Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang). 1(9), 610–621. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.20473/vol1iss20149pp610-621>

Baining, M. E., & Ekawati. (2018). Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penerima Beasiswa Bidikmisi Di Kota Jambi. VI, 88– 112.

Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif; Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Farian Kontemporer*. PT Raja Grafindo Persada.

Cahyorini, A., & Rusfian, E. Z. (2011). The Effect of Packaging Design on Impulsive Buying. *Journal of Administrative Science & Organization*, 18(1), 11–21.

Corinna, A. N., & Cahyono, E. F. (2019). Pola Perilaku Konsumsi Generasi Millennial Terhadap Produk Fashion Perspektif Monzer Kahf: Studi Kasus Mahasiswi Universitas Airlangga. 6(2), 319–330.

Dikria, O., & Mintarti, S. U. (2016). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2013. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 09(2), 128–139.

Kholidah, N. (2018). Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Muhammadiyah Pekalongan). 14, 1–19.

Mardani. (2011). *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*. Rajawali Pers.

Martinelli, I. (2019). Ajaran Islam Tentang Prinsip Dasar Konsumsi Oleh Konsumen. *Jurnal EduTech*, 5(1), 76–83

Rionita, D., & Widiastuti, T. (2019). Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Di Surabaya (Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsi). 6(9), 288–304

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian; Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (25th ed.). Alfabeta.

Suharyono. (2018). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. 4(2), 308–327.