

PENGARUH TINGKAT PENDIDIKAN, PENDAPATAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMSI RUMAH TANGGA MUSLIM DI SURABAYA (KAIDAH KONSUMSI ISLAMI MENURUT AL-HARITSY)

Dewi Rionita

Departemen Ekonomi Syariah – Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga
Email: dewirionita@gmail.com

Tika Widiastuti

Departemen Ekonomi Syariah – Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga
Email: widasus@yahoo.com

ABSTRACT:

This study aims to determine the influence of the level of education, income and religiosity on consumption behavior of Muslim households in Surabaya. This study uses quantitative analysis with multiple linear regression analysis. Primary data collection in this study uses a questionnaire. The sample of this research is 44 muslim households, especially fathers or housewives who were Muslim and were citizens who lived in Surabaya. Based on the results of the study indicate that level of education consisting of elementary school to college-level partially has a significant effect on the consumption behavior of Muslim households in Surabaya. Income partially has no significant effect on the consumption behavior of Muslim households in Surabaya. Religiosity consisting of dimensions of faith, knowledge of Islam, the intensity of ritual worship, religious experience, the practice of Islamic teachings partially have a significant effect on the consumption behavior of Muslim households in Surabaya. Level of Education, income and religiosity together (simultaneously) have a significant effect on the consumption behavior of Muslim households in Surabaya.

Keywords: Income, Religiosity, Level of Education, Consumption Behavior, Muslim Household

I. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Manusia adalah makhluk Allah yang diciptakan sebagai khalifah dimuka bumi. Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berusaha memenuhi berbagai kebutuhannya yang tiada henti, karena pada dasarnya manusia tidak dapat lepas dari kebutuhan. Pada dasarnya tujuan kegiatan ekonomi adalah memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan manusia yang tak terbatas. Pelaku ekonomi merupakan pihak-pihak yang melakukan kegiatan ekonomi, seperti rumah tangga, perusahaan, koperasi, masyarakat dan negara.

Setiap rumah tangga tidak akan terlepas dengan perilaku konsumsi, baik untuk memenuhi kebutuhan primer maupun kebutuhan sekunder dalam kelangsungan hidup berumah tangga. Perilaku konsumsi rumah tangga biasanya ditentukan oleh pendapatan, jumlah anggota keluarga, keagamaan, pendidikan, kedudukan sosial, pengaruh lingkungan, gaya hidup dan kebiasaan atau selera.

Surabaya merupakan kota terbesar kedua setelah Jakarta dengan populasi penduduk sekitar tiga juta jiwa. Surabaya telah menjadi kota metropolitan dengan berbagai keanekaragamannya dan telah menjadi pusat bisnis,

¹⁾ Jurnal ini merupakan bagian dari skripsi Dewi Rionita, NIM: 041411433038, yang diuji pada tanggal 23 Oktober 2018.

perdagangan, industri dan pendidikan di Indonesia.

Pendidikan dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Tingkat pendidikan formal yang dimiliki oleh konsumen akan menunjukkan wawasan dan tingkat pengetahuan dalam pengambilan keputusan. Selama periode 2011 hingga 2017, harapan lama sekolah di Surabaya telah meningkat dari 12,96 tahun (2011) menjadi 14,41 tahun (2017) atau naik sebesar 1,45 tahun. Sementara rata-rata lama sekolah juga meningkat dari 9,85 tahun (2011) menjadi 10,45 tahun (2017) atau naik 0,4 tahun. Di tahun 2017, harapan lama sekolah di Surabaya telah mencapai 14,41 tahun yang berarti bahwa anak-anak usia 7 tahun memiliki peluang untuk menamatkan pendidikan mereka hingga lulus Diploma 2. Rata-rata lama sekolah Surabaya tahun 2017 mencapai 10,45 tahun menunjukkan bahwa secara umum rata-rata penduduk Surabaya usia 25 tahun ke atas sebagian besar telah mengenyam pendidikan hingga kelas X (SMA kelas 1). Semakin tingginya tingkat pendidikan yang telah ditempuh oleh masyarakat di Kota Surabaya ini menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas serta memiliki pola pikir dan tindakan yang berbeda dibandingkan dengan orang yang berpendidikan rendah dalam menyikapi suatu masalah termasuk dalam mengambil keputusan konsumsi.

Surabaya menempati posisi kedua sebagai kota dengan pendapatan

perkapita tertinggi di provinsi Jawa Timur dan termasuk dalam daftar lima besar kota dengan pendapatan per kapita terbesar di Indonesia. Surabaya memiliki pendapatan per kapita sebesar 157,7 juta rupiah pada tahun 2016 dan terus mengalami peningkatan dari tahun 2011 hingga tahun 2016. Semakin tingginya pendapatan ini tentunya juga akan berpengaruh pada perilaku konsumsi masyarakat Surabaya, terutama yang berkaitan dengan pembelian serta bagaimana dan untuk apa mereka menggunakan pendapatannya.

Dalam Islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan religiusitas dirinya dengan Allah SWT. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi zikir dirinya atas nama Allah SWT. Kehidupan di kota besar menunjukkan gejala yang mudah mengutamakan aspek konsumtif. Apabila diamati nampaknya memang menjadi ciri masyarakat industrialis yang mengutamakan hidup dengan perilaku konsumtif, cenderung individualis bahkan egoistis dengan mengabaikan aspek religiusitas. Surabaya merupakan kota dengan penduduk Islam terbesar di Jawa Timur yakni sebanyak 2,56 juta jiwa pada tahun 2016 dimana terjadi kenaikan dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar 2,43 juta jiwa. Dan dari perkembangan jumlah pemeluk agama Islam di Jawa Timur yang terus meningkat dari tahun ke tahun ini apakah mempengaruhi perilaku

konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

Kurun waktu 10 tahun terakhir, porsi pengeluaran masyarakat Kota Surabaya yang diperuntukkan untuk kebutuhan makan terus menurun hingga 28 persen. Sedangkan untuk kebutuhan non-makanan jumlahnya mencapai 78 persen dari porsi pengeluaran. Jika dibandingkan dengan kondisi 10 tahun lalu, angka pengeluaran masyarakat untuk kebutuhan makanan sekitar 45-50 persen. Angka tersebut menjadi pertanda jika saat ini gaya hidup masyarakat telah berubah. Dari total 78 persen pengeluaran non-makanan yang dihabiskan oleh masyarakat Surabaya, yang paling tinggi pengeluaran untuk telekomunikasi. Perubahan konsumsi ini tentunya disebabkan oleh beberapa faktor, terutama faktor tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti bermaksud menganalisis mengenai perilaku konsumsi rumah tangga muslim dengan melihat pengaruh pendapatan, religiusitas dan tingkat pendidikan dengan studi kasus pada ibu rumah tangga muslim di Surabaya. Kajian ini selanjutnya akan diwujudkan dalam bentuk penelitian skripsi dengan judul, "Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Tingkat Pendidikan terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim di Surabaya".

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas berpengaruh secara parsial terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim Surabaya?
2. Apakah tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim Surabaya?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara parsial terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim Surabaya.
2. Mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim Surabaya.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Konsumsi dalam Islam

Perilaku konsumsi rumah tangga adalah proses pengambilan keputusan oleh seseorang dalam rumah tangga untuk mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau mengatur barang dan jasa. Konsumsi yang Islami selalu berpedoman pada ajaran Islam dimana perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani.

Konsumsi berperan sebagai pilar dalam kegiatan ekonomi rumah tangga, perusahaan maupun Negara. Tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mewujudkan masalah dunia dan akhirat. Masalah duniawi adalah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia, seperti makanan, minuman, pakaian, perumahan, kesehatan, dan pendidikan. Jika sebuah rumah tangga mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah, maka akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya rumah tangga tersebut mendapatkan pahala.

Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Dalam Islam keinginan identik dengan nafsu, sedangkan nafsu manusia mempunyai dua kecenderungan yaitu kecenderungan yang baik dan kecenderungan yang tidak baik.

Konsumsi Islami senantiasa memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur, agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharat baik bagi dirinya maupun orang lain. Islam telah memberikan batasan dan prinsip yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Prinsip dasar konsumsi inilah

yang menjadi indikator bagi penulis dalam meneliti perilaku konsumsi. Adapun prinsip dasar konsumsi Islami menurut Al Haritsy di dalam jurnal Teori Ekonomi Islam (Arif Pujiyono, 2006:199) adalah:

1. Prinsip Syariah

Prinsip syariah adalah prinsip dasar yang harus terpenuhi bila melakukan konsumsi, diantaranya:

a. Aspek Akidah

Perilaku konsumsi muslim dari segi tujuan, maksudnya konsumen muslim mengetahui hakikat konsumsi tidak hanya untuk mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi "ibadah" dalam rangka mendapat ridha Allah.

b. Aspek Ilmiah (Halal dan Tayyib)

Seorang muslim harus mengetahui hukum-hukum syariah yang berkaitan dengan apa yang dikonsumsinya, baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya. Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip halal dan kebersihan. Prinsip kebersihan mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, bernilai gizi, dan memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan.

c. Aspek Amaliah

Aspek ini merupakan aplikasi kedua aspek yang sebelumnya yaitu mengetahui bentuk barang

konsumsi. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal saja dan menjauhi yang haram atau syubhat. Hal ini tentu berhubungan dengan adanya batasan orang muslim dalam mengonsumsi suatu barang dan jasa.

2. Prinsip Kuantitas

Sisi kuantitas juga harus dalam batas-batas syariah yang dalam etika konsumsi Islam dapat dibagi menjadi tiga yaitu:

a. Sederhana

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi wajar adalah sederhana. Maksudnya berada di antara boros dan pelit dan menghindari sikap berlebihan (*israf*) termasuk pemborosan. Sikap berlebihan (*israf*) merupakan perilaku konsumen yang jauh dari nilai-nilai syariah, bahkan merupakan indikator yang merusak tatanan hidup masyarakat serta sangat dibenci oleh Allah SWT (Marthin, 2007)¹.

b. Kesesuaian antara pemasukan dan pengeluaran

Sebaiknya dalam mengonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.

c. Menabung dan Investasi

Tidak semua kekayaan yang diperoleh digunakan untuk konsumsi tetapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri. Menabung untuk keperluan konsumsi di masa medatang jelas diperbolehkan dan dianjurkan. Bahkan dalam ajaran Nabi Muhammad SAW. bahwa, jika seseorang meninggal, adalah lebih baik meninggalkan keturunan yang berkecukupan daripada yang miskin.

3. Prinsip Prioritas

Dalam perilaku konsumsi seorang muslim perlu memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan. Urutan prioritas jenis kebutuhan tersebut yaitu: *dharuriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier) (Muflih, 2006:66-70)².

Kebutuhan *dharuriyat* adalah kebutuhan yang harus terpenuhi untuk menegakkan kemaslahatan agama dan dunia, yang apabila tidak terpenuhi maka akan mengancam keselamatan umat manusia baik di dunia maupun di akhirat.

Kebutuhan *hajjiyat* berfungsi sebagai kebutuhan pelengkap kebutuhan *dharuriyat*. Apabila kebutuhan *hajjiyat* tidak terpenuhi

¹ Nawab Haider, Syed. 1985. Etika dan Ilmu Ekonomi Suatu Sintesis Islami. Bandung: Mizan. Hlm 1

² Jamaa, La. 2011. Dimensi Ilahi dan Dimensi Insani dalam *Maqashid al-Syari'ah*. Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum Vol. 45 No. II

tidak akan mengancam keselamatan, namun akan mengalami kesulitan.

Kebutuhan *tahsiniyat*/tersier merupakan kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak akan mengancam keselamatan dan tidak pula menimbulkan kesulitan. Tingkat kebutuhan ini sebagai kebutuhan pelengkap dan hiasan.

4. Prinsip Sosial

Dalam berkonsumsi seorang muslim perlu memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, diantaranya:

a. Aspek Umat (Kepentingan Umat)

Memperhatikan tetangga dan umat muslim. Diharamkan bagi seorang muslim hidup dalam keadaan serba berlebihan sementara ada tetangga yang menderita kelaparan. Hal ini sesuai dengan tujuan konsumsi itu sendiri, di mana seorang muslim akan lebih mempertimbangkan masalah (manfaat dan berkah) daripada utility.

b. Aspek Keteladanan

Memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi apalagi jika dia adalah seseorang yang mempunyai peran penting dalam keluarganya atau tokoh yang banyak mendapat sorotan di masyarakat. Sebab larangan ini adalah karena mereka sebagai panutan rakyat, yang perilaku konsumsi mereka akan

berpengaruh terhadap rakyat mereka.

c. Aspek Tidak Membahayakan Orang Lain

Seorang muslim wajib menjauhi perilaku konsumsi yang mendatangkan mudharat dan kerugian terhadap orang lain, baik secara langsung maupun tidak, terlebih jika bermudharat bagi banyak orang.

5. Prinsip Lingkungan

Dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan. Perilaku konsumsi dalam islam juga mengajarkan kita bersikap murah hati dengan mempertimbangkan kondisi lingkungan sekitar kita (sarwono, 2009:41-53)³.

6. Prinsip Anti Konsumerisme

Dilarangnya seorang muslim mengikuti pola konsumtif yang buruk yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami seperti suka pamer (*i'tad*), boros (*israf*), suka bermewah-mewahan sementara tetangga maupun orang di sekitarnya dalam kekurangan (*itraf*), dan suka menghambur-hamburkan harta tanpa guna (*tabzir*).

Tingkat Pendidikan

Pendidikan adalah aktivitas atau usaha manusia untuk mengembangkan

³ Sarwono. 2009. Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. INNOFARM: Jurnal Inovasi Pertanian Vol.8, No. 1, 41 -53

potensi-potensi dalam dirinya baik jasmani, rohani, maupun keterampilan-keterampilan untuk meningkatkan kepribadian dan kualitas hidup sesuai dengan nilai dan kebudayaan yang ada di dalam masyarakat.

Menurut UU RI Nomor 20 tahun 2003 BAB VI pasa 13 point (1) pendidikan terdiri atas tiga jalur, yaitu pendidikan formal, nonformal, dan informal (Yustisia, 2013:8). Pendidikan formal, merupakan pendidikan yang mempunyai bentuk atau organisasi tertentu dengan jalur pendidikan yang terstruktur dan berjenjang seperti di sekolah atau universitas. Pendidikan formal terdiri atas pendidikan dasar, pendidikan menengah, dan pendidikan tinggi. Setiap jenjang pendidikan formal ini memiliki tujuan, antara lain:

1. Pendidikan dasar memberikan bekal kemampuan dasar kepada peserta didik untuk mengembangkan kehidupannya
2. Pendidikan menengah meningkatkan pengetahuan siswa dan untuk mengembangkan diri sejalan dengan perkembangan iptek
3. Pendidikan tinggi menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik, dan/atau professional yang dapat menerapkan, mengembangkan dan/atau menciptakan iptek.

Islam mengharuskan umatnya untuk menghilangkan kebodohan karena dapat membawa mereka kepada kesesatan.

Pendapatan

Pendapatan rumah tangga dapat didefinisikan sebagai pendapatan dari seluruh anggota rumah tangga yang diperoleh dari sumber-sumber pendapatan. Hal-hal yang dapat diklasifikasikan sebagai pendapatan rumah tangga antara lain, (Badan Perencanaan Pembangunan Kota Surabaya, 2004:5-6):

1. Pendapatan dalam bentuk upah atau gaji bagi anggota rumah tangga yang bekerja sebagai buruh atau karyawan.
2. Pendapatan lain (laba, sewa) yang diterima oleh anggota rumah tangga yang mempunyai usaha
3. Penerimaan dari sumber lainnya yang diterima oleh anggota rumah tangga, seperti tunjangan pemerintah dan bonus.

Pemenuhan kebutuhan pokok merupakan kewajiban yang harus dilakukan individu melalui upaya-upaya individu itu sendiri. Islam menekankan keadilan distribusi dan menerapkannya dalam program redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar kehidupan karena semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.

Religiusitas

Religiusitas adalah seberapa jauh pengetahuan, penghayatan, keyakinan atas agama islam yang ada di dalam diri seseorang yang mendorongnya bertingkah laku, bersikap dan bertindak

sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

Aktivitas beragama bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual (beribadah) saja, tetapi juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supra natural. Glock dan Stark dalam Ancok dan suroso (2001:80) mengemukakan lima dimensi penting dalam penilaian religiusitas yaitu:

1. Dimensi Keyakinan (Kaidah/Ideologis)

Dimensi ini menunjuk pada seberapa tingkat keyakinan muslim terhadap kebenaran ajaran-ajaran agamanya, terutama terhadap ajaran-ajaran yang bersifat fundamental menyangkut keyakinan pada Allah SWT, Malaikat, Rasul, Al-Qur'an, hari kiamat, qada dan qadar.

2. Dimensi Praktik Agama (Syariah/Ritualistik)

Dimensi ini berkaitan dengan perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya. Praktik agama mencakup perilaku ibadah, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang dianutnya.

3. Dimensi Pengalaman atau Penghayatan (Ihsan/Eksperensial)

Dimensi ini berkaitan dengan pengalaman keagamaan, perasaan-perasaan, persepsi-persepsi, dan sensasi-sensai yang dialami seseorang atau diidentifikasi oleh suatu kelompok keagamaan (atau suatu

masyarakat) yang melihat komunikasi, walaupun kecil, dalam suatu esensi ketuhanan, yaitu dengan tuhan.

4. Dimensi Pengetahuan Agama (Ilmu/Intelektual)

Dimensi ini menunjuk sejauh mana individu mengetahui, memahami tentang ajaran-ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci dan sumber lainnya. Orang-orang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar keyakinan dan tradisi-tradisi agama.

5. Dimensi Pengamalan (Akhlaq)

Berarti sejauh mana perilaku individu dimotivasi oleh ajaran agamanya didalam kehidupan sosial. Dimensi ini mengarah pada akibat-akibat keyakinan agama, praktik agama, pengalaman, pengetahuan seorang dari hari ke hari. Menunjuk pada tingkatan perilaku muslim yang dimotivasi oleh ajaran-ajaran agamanya, seperti suka menolong, adab bekerjasama, bersedekah, berlaku adil pada orang lain, jujur dan sebagainya.

Hubungan Antar Variabel

1. Seseorang yang memiliki pendidikan tinggi akan memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, dimana semakin tinggi pendidikan maka akan semakin tinggi pula kemampuannya dalam mengambil keputusan. Tingkat pendidikan seseorang baik itu ibu rumah tangga, kepala rumah tangga suatu keluarga dapat merubah sikap

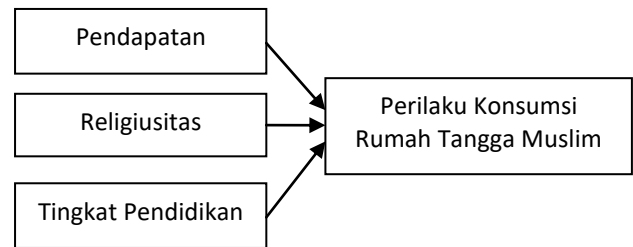
atau perilaku seseorang dalam memenuhi kebutuhannya. Tingkat pendidikan seseorang juga akan menentukan kebijakan-kebijakan yang akan mereka ambil dalam setiap persoalan, baik itu untuk kepentingan dunia maupun kepentingan akhirat.

2. Pendapatan dan konsumsi cenderung sangat berhubungan satu sama lain karena konsumsi berasal dari pendapatan dan pendapatan sangat penting bagi konsumsi. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Sukirno (2005:7)⁴ bahwa salah satu pilihan yang digunakan dalam memaksimalkan pendapatan adalah pilihan dalam mengkonsumsi. Perilaku konsumsi setiap individu berhubungan dengan sikap lingkungan hidup dan cara hidupnya serta pendapatan.
3. Religiusitas memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian oleh konsumen muslim. Seorang muslim yang mengamalkan Al-Qur'an dan Hadits dalam berbagai aspek kehidupannya dapat dilihat dari aktivitas dalam keberagamaannya (religiusitas). Religiusitas ini tidak hanya diwujudkan dalam bentuk peribadatnya saja tetapi juga dalam aktivitas hidup yang dimotivasi oleh pengamalan Al-Qur'an dan Hadits baik yang tampak mata maupun yang tidak tampak mata.

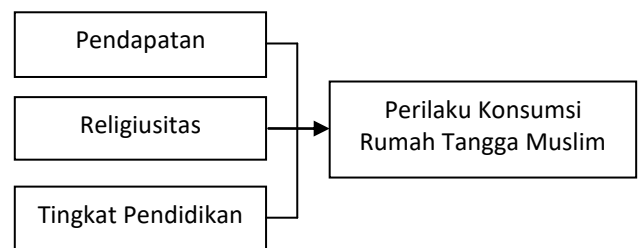
⁴ Bawono, Anton. 2014. Religiusitas sebagai Moderating Variabel Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim. *Islamica*, Vol. 8, No. 2, Hal 506

Model Analisis

Model analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda yang menggunakan data *cross section*. Model analisis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Analisis Secara Parsial



Gambar 2. Model Analisis Secara Simultan

Hipotesis

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim, studi di Surabaya Jawa Timur. Sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya, maka penelitian ini mempunyai dua hipotesis, yaitu:

H_0 : Tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara parsial maupun simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim

H_1 : Tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara parsial maupun simultan berpengaruh

signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim

III. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang menitikberatkan pada pembuktian hipotesis, dan melakukannya melalui berbagai pengujian.

Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat atau dependen. Adapun variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas. Variabel dependen adalah variabel terikat yang perubahannya dipengaruhi oleh variabel bebas atau independen. Adapun dalam penelitian ini variabel dependen yang digunakan adalah perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

Definisi Operasional

1. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan tertinggi yang telah ditempuh oleh seorang anggota rumah tangga muslim, terutama ayah atau ibu yang dilihat pada kondisi *real*. Tingkat pendidikan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan delapan tingkatan.

Tabel 1.
Skor Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Skor
Tidak Tamat SD/MI	1
Tamat SD/MI	2
Tidak Tamat SMP/MTS	3
Tamat SMP/MTS	4
Tidak Tamat SMA/SMK/MA	5
Tamat SMA/SMK/MA	6
Tidak Tamat Perguruan Tinggi	7
Tamat Perguruan Tinggi	8

Sumber: Diolah Penulis, 2018

2. Pendapatan

Pendapatan yang diterima baik yang berasal dari pendapatan kepala rumah tangga maupun pendapatan anggota-anggota rumah tangga yang sudah bekerja, dihitung selama satu bulan dengan satuan ribu rupiah. Pendapatan rumah tangga diukur berdasarkan jawaban responden dalam kuesioner terbuka.

Tabel 2.
Skor Tingkatan Jawaban Variabel Pendapatan

Pendapatan	Skor	Kategori
2.000.000 - 3.503.999,5	1	Sangat Rendah
> 3.503.999,5 - 4.647.999,5	2	Rendah
> 4.647.999,5 - 5.787.999,5	3	Sedang
> 5.787.999,5 - 9.025.999,5	4	Tinggi
> 9.025.999,5 - 10.000.000	5	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah Penulis, 2018

Penggolongan pendapatan rumah tangga ditentukan dengan

menggunakan ukuran letak oktil. Oktil adalah membagi data menjadi lima bagian sama besar. Penggolongan pendapatan akan diukur dengan menggunakan skala ordinal dengan lima tingkatan.

3. Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat kesadaran keberagaman rumah tangga muslim yang merupakan suatu hal yang menyangkut hubungan manusia dengan Allah yang kemudian mempengaruhi tindakan rumah tangga muslim di kehidupan sehari-harinya dalam berperilaku dan mengambil keputusan. Religiusitas diukur berdasarkan jawaban konsumen rumah tangga muslim dalam kuesioner yang dipilih yang didasarkan atas lima macam dimensi religiusitas Islam menurut Ancok dan Suroso (2001: 80). Indikator tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert yang berisi empat tingkatan jawaban.

Tabel 3.
Skor Tingkatan Jawaban Pernyataan Positif Variabel Religiusitas

Pernyataan positif	Skor
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Sumber: Diolah Penulis, 2018

4. Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim

Perilaku konsumsi rumah tangga muslim adalah suatu sikap

yang diambil oleh seorang rumah tangga muslim untuk mengambil keputusan dalam mengonsumsi dan membelanjakan hartanya. Definisi keluarga muslim itu sendiri adalah siapa saja yang terlibat dalam mengambil keputusan rumah tangga baik itu kepala rumah tangga maupun ibu rumah tangga dan memiliki anggota keluarga yang beragama Islam. Perilaku konsumsi rumah tangga muslim diukur berdasarkan jawaban konsumen rumah tangga muslim terhadap kuesioner yang didasarkan atas enam prinsip dasar konsumsi islami menurut Al-Haritsy. Indikator tersebut akan diukur dengan menggunakan skala Likert yang berisi empat tingkatan jawaban.

Penentuan Populasi dan Sampel

Adapun yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah semua orang yang telah berumah tangga, yakni siapa saja yang terlibat dalam mengambil keputusan rumah tangga (ayah/ibu) dan beragama islam yang berdomisili di Surabaya, Jawa Timur. Pada penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah nonprobability sampling dengan menggunakan accidental sampling. Dalam menentukan besarnya sampel, penelitian ini menggunakan cara penentuan sampel menurut Roscoe sebagaimana yang dikutip oleh Sugiyono (2014:74)⁵, yang

⁵ Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta

mengatakan bahwa bila di dalam penelitian akan dilakukan analisis dengan multivariat (korelasi atau regresi ganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 44 orang rumah tangga muslim.

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Data primer, yakni data diperoleh langsung melalui observasi serta hasil dari penyebaran kuesioner yang telah diisi oleh responden.
- b. Data Sekunder, yakni data yang diperoleh dari literatur maupun dokumen, jurnal, atau website yang berhubungan dengan penelitian ini.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Angket (Questionnaire), yakni daftar pertanyaan yang dipakai untuk mengumpulkan data dan informasi dengan menyampaikan sejumlah daftar pertanyaan tertulis yang berisi pilihan dengan skor tertentu untuk dijawab oleh responden.
- b. Studi dokumentasi, yakni pengumpulan data dan informasi melalui buku (kepuustakaan), literatur, penelitian sebelumnya, atau website yang berhubungan dengan wilayah populasi penelitian.
- c. Data Cross Section adalah data yang terdiri atas beberapa atau banyak objek, atau sering disebut responden

yang terkumpul pada suatu titik waktu tertentu.

Metode Analisis Data

- a. Uji Kuesioner

Pengujian terhadap kuesioner dilakukan dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas instrument. Pengujian validitas dilakukan dengan terlebih dahulu menentukan nilai r hitung dan r tabel. Data kuesioner dapat dikatakan valid bila nilai r hitung $>$ r tabel. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien (cronbach) alpha dari masing-masing instrumen dalam satu variabel. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach's Alfa $>$ 0,60.

- b. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas. Uji normalitas menggunakan analisis Kolmogrov-Smirnov test. Uji multikolinearitas dilakukan dengan melihat nilai tolerance serta Variance Inflation Factor (VIF). Uji heterokedastisitas dengan menggunakan grafik scatterplot.

- c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menguji hipotesis. Uji ini dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji signifikansi simultan (Uji Statistik F), dan uji signifikansi parameter individual (Uji Statistik t).

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Kuesioner

a. Hasil Uji Validitas

Kuesioner yang telah diisi oleh 44 responden, diuji validitasnya untuk menunjukkan ukuran ketepatan instrumennya. Sebuah instrumen dikatakan sah apabila dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Berdasarkan pengujian validitas pada variabel religiusitas dan variabel perilaku konsumsi rumah tangga muslim diperoleh nilai *corrected item total correlation* atau *r* hitung pada tiap item pertanyaan lebih besar dari pada nilai *r* tabel 0,2512. Oleh karena itu, setiap pertanyaan pada variabel religiusitas dan variabel perilaku konsumsi rumah tangga muslim dinyatakan sah.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach's Alfa > 0,60. Berdasarkan hasil perhitungan dari variabel religiusitas, Cronbach's Alfanya sebesar 0,923 dan pada variabel perilaku konsumsi rumah tangga muslim Cronbach's Alfanya sebesar 0,926. Oleh karena nilai tersebut lebih besar dari 0,60 maka instrumen penelitian ini dapat dikatakan *reliable* digunakan sebagai alat ukur.

Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogrov Smirnov Test. Berdasarkan pengujian

normalitas, diperoleh nilai Asymp. Sig (2 tailed) 0,575. Angka tersebut lebih besar daripada 0,1. Hal ini membuktikan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian diperoleh nilai *tolerance* pada ketiga variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (sepuluh) atau disekitar angka 1 (satu). Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

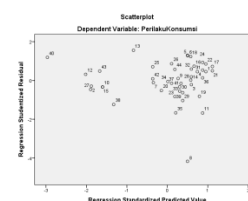
Tabel 4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Tingkat Pendidikan	0,749	1,335
Pendapatan	0,798	1,254
Religiusitas	0,903	1,108

Sumber: Diolah Penulis, 2018

c. Hasil Uji Heterokedastisitas

Gambar 4.1 menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas dan menyebar di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi.



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2018

Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dengan program SPSS for Windows Release 21 mengenai pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas dan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya, maka hasilnya diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = (0,587) + 0,071X_1 + (-0,021) X_2 + 0,655 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Variabel Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim

X₁ : Variabel tingkat pendidikan

X₂ : Variabel pendapatan

X₃ : Variabel religiusitas

e : *Standard error*

b. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil uji regresi didapatkan angka koefisien determinasi sebesar 0,484. Nilai 0,484 dapat di artikan bahwa 48,4% variabel perilaku konsumsi rumah tangga muslim (Y) pada model regresi penelitian ini dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu tingkat pendidikan (X₁), pendapatan (X₂) dan religiusitas (X₃). Sedangkan sisanya yaitu 51,6% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel religiusitas (X₂) dan pendidikan (X₃).

c. Uji Signifikansi Simultan

Hasil uji signifikansi simultan (uji statistik F) mengenai pengaruh religiusitas dan tingkat pendidikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di

Surabaya, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Nilai F	Sig.
12,526	0,000

Sumber: Diolah Penulis, 2018

Penelitian ini terdapat dua hipotesis pada uji statistik F, yaitu:

H₀ : Tidak ada pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

H_a : Ada pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

Pada tabel di atas, nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil daripada 0,1. Hal ini berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara simultan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

d. Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial, yaitu dengan melihat nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel

dependen. Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis pada uji t, yaitu:

H_0 : Tidak ada pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara parsial terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

H_a : Ada pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas secara parsial terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

Hasil pengujian dilakukan dengan program SPSS 21 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6.
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual

Variabel	Nilai <i>t</i>	Sig.
(Constant)	1,298	0,202
Tingkat Pendidikan	2,070	0,045
Pendapatan	-0,676	0,503
Religiusitas	4,856	0,000

Sumber: Data Diolah Penulis, 2018

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel tingkat pendidikan dan religiusitas berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim, sedangkan variabel pendapatan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim.

Pembahasan Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat pendidikan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya. Hal

tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,045 dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,10 sehingga H_0 ditolak.

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,503 dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,10 sehingga H_0 diterima.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya. Hal tersebut ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai signifikansinya lebih besar dari 0,10 sehingga H_0 ditolak.
- Hasil penelitian tentang pengaruh tingkat pendidikan, pendapatan dan religiusitas terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya secara simultan menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil daripada 0,10 ($0,000 < 0,10$). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pendapatan, religiusitas dan tingkat pendidikan secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

V. SIMPULAN

1. Hasil dari uji *F* pada model regresi adalah variabel pendapatan, religiusitas dan tingkat pendidikan secara simultan berpengaruh

terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

2. Hasil Uji Parsial pada model regresi adalah variabel pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya, sedangkan variabel religiusitas dan tingkat pendidikan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi rumah tangga muslim di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alkautsar, Zulfikar dan Meri Indri Hapsari. Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim. 2014. *JESTT*, Vol 1, No 10.
- Al-Haritsy. 2014. *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Amir, amri. 2016. Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan). *Jurnal perspektif pembiayaan dan pembangunan daerah*, Vol 4, No 2, 77.
- Ancok dan Suroso (penterjemah). 2001. *Psikologi Islami*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arifuddin, Azwita. 2012. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Komputer di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Manajemen FEB UNHAS Makasar, 10.
- Asra, Abuzar dkk. 2009. *Metode Penelitian Survei*. Bogor: In Media
- Bawono, Anton. 2014. Religiusitas Sebagai Moderating Variabel Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim. *Islamica*, vol 8, No 2, 506.
- Chapra, Umer. 2000. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Depok: Gema Insani
- Hermawan, andrew. 2015. Deskripsi Penerapan Kaidah Konsumsi Islami Menurut Al-Haritsy pada Anggota Paguyuban Cak dan Ning Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, Vol. 4, No. 2, 128-143.
- Ibnu, Juliana Mubarak. 2012. *Kamus Istilah Ekonomi*. Bandung: Yrama Widya.
- Ihsan, fuad. 2008. *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jamaa, La. 2011. Dimensi Ilahi dan Dimensi Insani dalam Maqashid al-Syari'ah. *Asy-Syir'ah: Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum*, Vol. 45, No. II.
- Khasanah, Arinal. 2016. Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan, Motivasi dan Promosi terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Lembaga Keuangan Syariah. *IAIN Salatiga*, 9.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho bramulya ikhsan. 2015. *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta selatan: salemba emapat.
- Misanam, Munrokhim dkk. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Nashiruddin, Muhammad. 2007. *Shahih Muslim*. Jakarta : Pustaka Azzam.
- Oktavianti, Henny dan Zakik. 2017. Perilaku Konsumsi Rumah Tangga dan Pengaruhnya terhadap Kebijakan Makro Ekonomi Kabupaten Bangkalan. *Media trend*, Vol 12, No 1, 90-97.
- Pujjiono, Arif. 2006. Prinsip Dasar Konsumsi Islami Menurut Al Haritsy. *Jurnal Teori Ekonomi Islam*, 199.
- Pusat Pengkajian dan pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Rozalinda. 2014. *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Raharja, Prathama. 1994. *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Klaten: PT. Intan Pariwara,.
- Sarwono. 2009. Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam. *INNOFARM: Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol 8, No 1, 41 -53.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Wigati, Sri. 2011. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Maliyah*, Vol 01, No. 01, 26