

**IMPLEMENTASI PEMAHAMAN KONSUMSI ISLAM
PADA PERILAKU KONSUMSI KONSUMEN MUSLIM**

Zulfikar Alkautsar

Mahasiswa Program Studi S1 Ekonomi Islam–Fakultas Ekonomi dan Bisnis–Universitas Airlangga

Email : zalkautsar3@gmail.com

Meri Indri Hapsari

Departemen Ekonomi Syariah - Fakultas Ekonomi dan Bisnis - Universitas Airlangga

Email : meri.indri@gmail.com

ABSTRACT:

People does consumption to fulfill their needs in order to keeping their life. There are guidelines in Islam telling how a Moslem is supposed to consumed. A Moslem needs a comprehensive understanding about Islamic consumption in order to adjust their consuming behaviour with Islamic syaria. The understanding causes an implication of Moslem consumer behaviour in daily life.

This research uses case study method with descriptive qualitative approach. Author uses interview for primary data collection in this research. The scope of this research is limited in student of Islamic Economics of Economics and Business Faculty of Airlangga University and answer how to implement Islamic consumption understanding in Moslem consumption behavior.

The result of this research shows there are four elements of Islamic consumption which is used as a guideline for moslem while they do consumption, ie: halal products consumption, avoiding excessive consumption (israf), paying zakat, infaq, and charity, and making needs priority. The informen confess that there is a difference in their consuming behaviour before and after knowing the Islamic consumption theory.

Keywords: Islamic Economics Student, Islamic Consumption, Moslem Consumer behaviour

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah Negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia. Populasi Muslim yang sangat besar tersebut didominasi oleh konsumen muda dengan rentang umur 17-25 tahun berdasarkan sensus penduduk yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik tahun 2010 (BPS, 2013:14). Jumlah penduduk yang besar menimbulkan jumlah permintaan yang besar pula. Indonesia menjadi Negara yang potensial bagi para pelaku bisnis untuk memasarkan dan menjual produk-produknya karena

Indonesia memiliki jumlah populasi yang sangat besar dengan karakteristik konsumen yang bervariasi. Konsumen-konsumen tersebut dikelompokkan menjadi beberapa segmen. Segmen-segmen tersebut dikelompokkelompokkan berdasarkan pendapatan, jenis kelamin, dan umur.

Saat ini, banyak perusahaan mulai memprioritaskan segmen konsumen muda dalam strategi pemasarannya. Perusahaan-perusahaan tersebut menyadari bahwa segmen konsumen muda memiliki kecenderungan untuk mudah bosan terhadap suatu produk.

Konsumen muda atau biasa disebut generasi Y adalah mereka yang lahir pada tahun 1977-1994. Jenis konsumen ini berpandangan bahwa penerimaan sosial dan pengakuan oleh lingkungan adalah dua hal yang harus dicapai (Mayasari dan Maharani, 2011:84-85).

Generasi Y juga dikenal sebagai konsumen yang haus akan inovasi-inovasi. pada produk yang mereka gunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Permintaan yang tinggi terhadap produk-produk dengan inovasi yang terus berkembang, membuat siklus hidup suatu produk menjadi semakin pendek. Hal ini dikarenakan para konsumen, terutama konsumen muda cenderung untuk terus membeli produk-produk terbaru yang ditawarkan oleh produsen. Hal tersebut diperburuk dengan adanya iklan-iklan yang mempengaruhi konsumen untuk terus mengkonsumsi produk-produk yang sebenarnya tidak terlalu mereka butuhkan untuk segera diganti dengan produk yang lebih baru. Fenomena tersebut membuat konsumen menjadi konsumtif. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya IKK (Indeks Kepercayaan Konsumen) Indonesia yang meningkat 5 poin dari tahun sebelumnya.

Tabel 1.1
Tabel Indeks Kepercayaan dan Keinginan

No	IKK Tertinggi		IKK Terendah	
	Negara	Indeks	Negara	Indeks
1	Indonesia	122 (+5)	Rumania	59 (-2)
2	India	120 (-1)	Bulgaria	57 (-4)
3	Filipina	118 (-1)	Perancis	55 (-3)
4	Thailand	116 (+1)	Korea Selatan	51 (-13)
5	Brazil	111 (0)	Spanyol	47 (+1)
6	Cina	108 (0)	Italia	44 (+5)
7	Uni Emirat Arab	108 (-5)	Kroatia	44 (+2)
8	Hongkong	108 (0)	Hungaria	43 (+6)
9	Malaysia	107 (+4)	Yunani	40 (+5)
10	Norwegia	106 (+4)	Portugal	31 (-7)

Sumber: www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=7068 (diakses pada 18 Maret 2014).

Islam telah memberikan tuntunan kepada umatnya mengenai cara-cara berkonsumsi yang baik. Islam membagi konsumsi menjadi dua, yaitu: konsumsi untuk kebutuhan diri sendiri dan konsumsi untuk kebutuhan sosial.

Konsumen Muslim yang taat, dirinya akan menyadari bahwa harta yang dimilikinya seharusnya dibelanjakan untuk kebutuhan individual dan untuk dibelanjakan di jalan Allah. (Muflih, 2006:16-17)

Konsumsi yang dilakukan oleh seorang Muslim seharusnya mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Hal tersebut merupakan pembeda antara konsep konsumsi Islam dengan konsep konsumsi ilmu ekonomi lainnya. Islam mengajarkan umatnya untuk berkonsumsi dengan cara menjauhi produk-produk yang haram, tidak kikir, dan tidak tamak. Hal tersebut dijelaskan oleh Allah dalam Q.S. Al A'raf ayat 31 :

﴿ يَبْنَیْ ءَادَمَ خُدُوْا زِبْنَیْكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا

وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا یُحِبُّ الْمُسْرِفِیْنَ ﴿۳۱﴾

"Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan." (QS. Al A'raf:31).

Fenomena yang terjadi kini sangat bertolak belakang dengan bagaimana seharusnya seorang muslim berkonsumsi.

Informasi gaya hidup dan tren yang sangat mudah untuk diakses menjadikan konsumen muda kini memiliki penafsiran bahwa trend an gaya hidup di media massa tersebut harus diikuti karena menyangkut penerimaan mereka di lingkungan tempat mereka bergaul. Hal tersebut dalam ilmu psikologi disebut konformitas.

Konformitas adalah perubahan perilaku dan sikap seseorang untuk memenuhi standar yang dibentuk oleh suatu kelompok agar seseorang dapat diterima sebagai bagian dari kelompok tersebut. (Hotpascaman, 2010:16).

Mahasiswa adalah elemen masyarakat yang diharapkan dapat berpikir kritis terhadap apa yang terjadi dengan lingkungan sekitarnya. Mahasiswa yang memiliki pemahaman konsumsi Islam, tentu memahami bahwa tuntunan Islam dalam berkonsumsi harus didasari dengan motivasi untuk mencapai *masalah* bukan untuk maksimalisasi utilitas. Sebagai akademisi, mahasiswa berkewajiban untuk mengaplikasikan teori yang didapat dari proses perkuliahan untuk diterapkan dalam kehidupan, dalam hal ini mahasiswa ekonomi Islam memiliki kewajiban untuk menerapkan ilmu ekonomi Islam, terutama teori konsumsi Islam untuk dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti dampak implementasi pemahaman konsumsi Islam pada perilaku konsumsi konsumen Muslim. Konsumen muslim yang dimaksud dalam

penelitian ini adalah mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya. Seorang Muslim yang berakal (memahami) seharusnya dapat mengamalkan ilmu yang dimilikinya dalam kehidupan sehari-hari sebagai wujud ketaatan seorang hamba kepada Allah SWT.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana implementasi pemahaman konsumsi Islam pada konsumen Muslim?”

II. Landasan Teori

A. Pemahaman

Pemahaman memiliki kata dasar paham yang mendapat imbuhan pe- dan -an. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) paham memiliki makna pengertian, pendapat, atau mengerti benar akan suatu hal. Menurut Kamus Kata-Kata Serapan Asing Dalam Bahasa Indonesia yang disusun oleh J.S. Badudu, kata paham merupakan kata serapan dari bahasa Arab, yaitu kata فهم. Menurut Kitab Lisan Al Arab yang disusun oleh Ibnu Mandzur, kata فهم memiliki makna mengerti, memahami, dan pemahaman.

Lebih lanjut, menurut Partowisastro (1983: 22-24) seperti yang dikutip dari <http://dirman-djahura.blogspot.com/2012/09/pemahaman-sebagai-pernyataan-hasil.html> mengemukakan bahwa terdapat empat macam pengertian pemahaman, yaitu :

1. Melihat hubungan yang belum nyata pada pandangan pertama
2. Mampu menerangkan atau dapat melukiskan tentang aspek-aspek, tingkatan, sudut pandangan-pandangan yang berbeda
3. Memperkembangkan kesadaran akan faktor-faktor yang penting
4. Berkemampuan membuat ramalan yang beralasan mengenai tingkah lakunya.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemahaman menurut Partowisastro adalah kemampuan seseorang dalam mengerti atau mengetahui suatu hal dengan benar. Kemampuan memahami sesuatu menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran yang dilakukan oleh seseorang. Mempelajari suatu hal tidak cukup hanya dengan mengetahui hal tersebut saja, dibutuhkan pemahaman agar apa yang dipelajari oleh seseorang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Pemahaman memiliki tingkatan yang lebih tinggi dari pengetahuan. Seseorang yang mengetahui suatu hal belum tentu memahami hal tersebut, berbeda dengan seseorang yang memahami suatu hal, dapat dipastikan dirinya mengetahui hal tersebut (Diakses melalui <http://www.dirman-djahura.blogspot.com> pada 18 April 2014).

Carl Bereiter mengemukakan dalam bukunya *Education and Mind in the Knowledge Age* bahwa: "understanding was seen, not as some entity in the head

but as an aspect of how we deal with the world." Dari pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa pemahaman bukan hanya sebatas pada teori saja, namun juga bagaimana seseorang merespon fenomena yang ada di sekitarnya menggunakan konsep/teori yang telah didapat sebelumnya dalam sebuah proses pembelajaran.

B. Teori Konsumsi Islam

Islam berpandangan bahwa hal terpenting yang harus dicapai dalam aktifitas konsumsi adalah *masalahah*. "Maslahah adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia" (P3EI, 2011:43). *Maslahah* memiliki dua kandungan, yaitu manfaat dan berkah. *Maslahah* hanya bisa didapatkan oleh konsumen saat mengkonsumsi barang yang halal saja.

Halal memiliki definisi "tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan oleh syara'" (Sholihin,2010:301). Halal dibagi menjadi tiga yaitu halal menurut sifat zat, cara memperolehnya, dan cara pengolahannya. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al Baqarah:173

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا
أَهْلَ بِهٖ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ
فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ١٧٣

"Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan

terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang" (Q.S. Al Baqarah:173).

Keimanan seorang Muslim dapat diukur dengan bagaimana seorang Muslim menjalani kehidupannya sehari-hari sesuai dengan tuntunan Al Qur'an dan hadits. Dalam konteks ekonomi, seorang Muslim diwajibkan untuk mengkonsumsi hal-hal yang baik saja. Yaitu halal baik halal menurut sifat zat, cara pemrosesan, dan cara mendapatkannya.

Mengkonsumsi barang dan jasa yang halal saja merupakan bentuk kepatuhan manusia kepada Allah SWT, sebagai balasannya, manusia akan mendapatkan pahala sebagai bentuk berkah dari barang dan jasa yang dikonsumsi. (P3EI, 2011:129).

Teori konsumsi Islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. "Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah: *dharuriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier)" (Muflih, 2006:66-70).

Kebutuhan *dharuriyat* mencakup: agama (*din*), kehidupan (*nafs*), pendidikan (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*). Tingkatan kebutuhan manusia menurut Islam selanjutnya adalah kebutuhan *hajjiyat*. Kebutuhan *hajjiyat* ini berfungsi sebagai pelengkap kebutuhan

dharuriyat. Kebutuhan *hajjiyat* hanya bisa dipenuhi apabila kebutuhan *dharuriyat* sudah terpenuhi. Tidak terpenuhinya kebutuhan *hajjiyat* sebenarnya tidak mengancam aspek *dharuriyat* selama kebutuhan *dharuriyat* masih terpenuhi. Tingkatan kebutuhan selanjutnya adalah *tahsiniyat*. Tingkatan kebutuhan ini memiliki fungsi sebagai penambah keindahan dan kesenangan hidup. Kebutuhan *tahsiniyat* hanya boleh dipenuhi setelah kebutuhan *dharuriyat* dan *hajjiyat* terpenuhi lebih dulu (Muflih, 2006: 66-70).

Prioritas konsumsi seorang Muslim harus mengutamakan kebutuhan *dharuriyat* dibandingkan dengan kebutuhan *hajjiyat* dan *tahsiniyat*. Kebutuhan *hajjiyat* dan *tahsiniyat* hanya boleh dipenuhi setelah semua kebutuhan *dharuriyat* terpenuhi.

Sepintas, prioritas pemenuhan kebutuhan tersebut tidak berbeda dengan prioritas pemenuhan kebutuhan yang ada di dalam teori konsumsi ekonomi sekuler, namun jika diperhatikan lagi, kebutuhan *dharuriyat* (primer) mengandung unsur-unsur yang berbeda dengan kebutuhan primer yang ada di teori konsumsi ekonomi sekuler. Perbedaan tersebut adalah kebutuhan seseorang untuk beribadah. Teori konsumsi ekonomi sekuler hanya mencakup kebutuhan sandang, pangan, papan, dan pendidikan. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup selaras, yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan duniawi dan *ukhrawi*. Sehingga kebutuhan untuk beribadah termasuk dalam kebutuhan

dharuriyat (primer). Allah berfirman dalam Q.S. Adz Dzariyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

Artinya "Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku" (Q.S. Adz Dzariyat:56).

Terdapat dua hal yang mendasari seseorang dalam berkonsumsi, yaitu kebutuhan dan keinginan. Pemenuhan terhadap sesuatu yang dibutuhkan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan psikis di samping manfaat lainnya (P3EI, 2011:130).

Tabel 2.1
Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Sumber: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta:Rajawali Pers.

Islam mengajarkan bahwa konsumsi atau pembelanjaan uang tidak sebatas hanya untuk kepentingan pribadi namun juga untuk kepentingan sosial yang terwujud dalam bentuk zakat dan sedekah (Muflih, 2006:16). Konsumsi sosial sebagai bentuk redistribusi kekayaan merupakan salah satu pembeda perilaku konsumen muslim dengan perilaku konsumen ekonomi sekuler.

C. Pemahaman Konsumsi Islam

Dalam penelitian ini, pemahaman yang dimaksud adalah pemahaman seorang muslim terhadap teori konsumsi Islam (sebagai bagian dari ajaran agama

Islam). Pemahaman konsumsi Islam tidak terlepas dari pemahaman seorang Muslim mengenai ajaran agama Islam itu sendiri. Allah SWT memberikan petunjuk kepada orang-orang yang mau memahami dan mengamalkan ajaran agama Islam. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Ar Ra'ad ayat 19-22:

﴿أَفَمَنْ يَعْلَمُ أَنَّمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ الْحَقُّ كَمَنْ هُوَ أَعْمَىٰ إِنَّمَا يَنْذَرُ أَولُوا الْأَلْبَابِ ١٩ الَّذِينَ يُوفُونَ بِعَهْدِ اللَّهِ وَلَا يَنْفُضُونَ الْمِيثَاقَ ٢٠ وَالَّذِينَ يَصِلُونَ مَا أَمَرَ اللَّهُ بِهِ أَنْ يُوصَلَ وَيَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ وَيَخَافُونَ سُوءَ الْحِسَابِ ٢١ وَالَّذِينَ صَبَرُوا ابْتِغَاءَ وَجْهِ رَبِّهِمْ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنْفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً وَيَدْرَءُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ أُولَئِكَ لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ ٢٢﴾

19. Adakah orang yang mengetahui bahwasanya apa yang diturunkan kepadamu dari Tuhanmu itu adalah kebenaran sama dengan orang yang buta? Hanyalah orang-orang yang berakal saja yang dapat mengambil pelajaran. 20. (yaitu) orang-orang yang memenuhi janji Allah dan tidak merusak perjanjian. 21. dan orang-orang yang menghubungkan apa-apa yang Allah perintahkan supaya dihubungkan, dan mereka takut kepada Tuhannya dan takut kepada hisab yang buruk. 22. Dan orang-orang yang sabar karena mencari keridhaan Tuhannya, mendirikan shalat, dan menafkahkan sebagian rezeki yang Kami berikan kepada mereka, secara sembunyi atau terang-terangan serta menolak kejahatan dengan kebaikan; orang-orang itulah

yang mendapat tempat kesudahan (yang baik).

Menurut Tafsir Ibnu Katsir, ayat di atas menunjukkan bahwa seorang Muslim yang "berakal" (memahami) apa yang disampaikan Allah melalui Al Qur'an adalah orang yang menjalankan perintah dan menjauhi larangan-Nya, menjaga tali persaudaraan, mendirikan shalat, dan menafkankah sebagian harta yang dimiliki di jalan Allah. Hal-hal tersebut dapat merupakan indikator-indikator yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman seseorang mengenai konsumsi Islam (sebagai bagian dari ajaran agama Islam) dan bagaimana seorang Muslim tersebut mengamalkan pemahamannya dalam kehidupan sehari-hari.

Berikut ini adalah penjelasan dari kelima unsur pemahaman konsumsi Islam di atas:

1. Menjalankan perintah Allah SWT

Menjalankan perintah Allah dalam konteks berkonsumsi adalah melalui konsumsi pada produk-produk yang halal saja, baik halal zatnya dan cara mendapatkannya. Karena konsumsi produk yang halal akan mendatangkan *masalahah* dan berkah yang tidak didapat dari konsumsi produk yang haram. (Hidayat, 2010: 232-234)

2. Menjauhi larangan Allah SWT

Allah SWT telah menjelaskan hal-hal apa saja yang diharamkan bagi seorang Muslim untuk dikonsumsi.

Pelarangan tersebut memiliki alasan-alasan tertentu yang dapat memberikan dampak buruk bagi diri seorang Muslim, baik bagi kesehatan jasmani dan rohaninya. Sebagai contoh, adalah pelarangan konsumsi bangkai. Bangkai mengandung berbagai macam mikroorganisme yang dapat menimbulkan penyakit bagi manusia. (Hidayat, 2010: 234-236)

Selain pelarangan konsumsi produk-produk yang haram, pelarang untuk berkonsumsi secara berlebihan juga dilarang dalam Islam. *Israf* atau berlebih-lebihan dalam Islam didefinisikan sebagai kegiatan konsumsi yang melebihi kebutuhan diri seseorang. Untuk menghindari *Israf*, Imam Al Ghazali seperti yang dikutip oleh Karim (2010: 62) mengemukakan bahwa membuat skala prioritas konsumsi merupakan salah satu upaya untuk mengurangi *israf* dalam berkonsumsi bagi seorang Muslim.

3. Mendirikan shalat

Salah satu indikator utama keimanan seorang Muslim, adalah pelaksanaan shalat. Shalat menjadi ibadah yang esensial dikarenakan shalat merupakan tiang agama.

الصَّلَاةُ عِمَادُ الدِّينِ ، مَنْ أَقَامَهَا فَقَدْ أَقَامَ الدِّينَ ، وَمَنْ هَدَمَهَا فَقَدْ هَدَمَ الدِّينَ

Artinya: "Salat adalah tiang agama, barangsiapa yang menegakkannya, maka ia telah menegakkan agamanya dan barangsiapa yang merobohkannya, berarti ia telah

merobohkan agamanya" (HR. Imam Baihaqi).

4. Menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah
Seorang muslim yang hartanya telah mencapai *nisab*, diwajibkan untuk menunaikan zakat maal. Selain zakat maal, dalam Islam juga dikenal bentuk konsumsi lainnya seperti infaq, sedekah, dan hibah. Seorang Muslim yang menunaikan ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah), akan memperoleh keberkahan pada hartanya. Penunaian ZIS juga merupakan bentuk menjaga tali persaudaraan melalui pengurangan kesenjangan antara si miskin dan si kaya yang berimplikasi pada peredaman kecemburuan sosial yang marak terjadi karena adanya kesenjangan kekayaan di masyarakat. (Muflih, 2006: 127).

D. Teori Perilaku Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumen Muslim sangat berbeda dengan teori perilaku konsumen yang ditemui pada teori perilaku konsumen ekonomi sekuler. Perbedaan tersebut terletak pada nilai dasar teori, motif dan tujuan konsumsi, serta teknik pemilihan dan pengalokasian anggaran untuk berkonsumsi (Wigati, 2011:31). Terdapat tiga nilai yang menjadi dasar perilaku konsumen Muslim, yaitu:

1. Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al Baqarah:4

وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمَا أُنزِلَ مِنْ قَبْلِكَ
وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ ٤

Wallaziina yu'minuuna bimaa unzila ilaika wamaa unzila min qabluka wabil aakhirati hum yuuqinuuna.

"Dan mereka yang beriman kepada Kitab (Al Quran) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat." (Q.S. Al Baqarah:4).

Seorang Muslim yang senantiasa beriman pada hari kiamat dan adanya kehidupan akhirat dapat dipastikan akan selalu berusaha menjaga konsumsinya agar tetap sesuai dengan tuntunan Islam.

2. Tingkat kesuksesan seorang Muslim diukur dengan moral agama yang dimilikinya, bukan dari seberapa banyak harta yang dimilikinya sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al Hujurat:13

... إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ َ ...

Artinya: "...Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling takwa diantara kamu...".

3. Memiliki kekayaan bukanlah sesuatu yang buruk, namun pemanfaatan kekayaan itu harus sesuai dengan tuntunan Islam sebagaimana dalam Q.S. Al Baqarah ayat 262:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا
أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا
خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ ٢٦٢

Artinya: "Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa

yang dinafkahkannya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati". (Q.S. Al Baqarah:262).

E. Perilaku Konsumtif

Menurut Simbolon (2010:11), perilaku konsumtif adalah "perilaku pembelian suatu produk secara berlebihan tanpa pertimbangan secara rasional untuk mendapatkan kepuasan sebesar-besarnya secara berlebih-lebihan. Terdapat delapan indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono" (2002:119), yaitu:

- a) Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b) Membeli produk karena kemasannya menarik
- c) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
- d) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaat/kegunaannya)
- e) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
- f) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklan
- g) Adanya penilaian bahwa pembelian produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

- h) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) dalam satu waktu, saat produk yang pertama dibeli belum habis dipakai

F. Teori Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif

Konformitas adalah perubahan perilaku dan sikap seseorang untuk memenuhi standar yang dibentuk oleh suatu kelompok agar seseorang dapat diterima sebagai bagian dari kelompok tersebut (Simbolon, 2010:16). Konformitas dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini diungkapkan oleh diungkapkan oleh Simbolon (2010:24) bahwa untuk mendapatkan pengakuan atau penerimaan oleh suatu masyarakat, seseorang bisa saja akan membeli produk-produk yang tidak terlalu dibutuhkan, namun agar dapat diterima oleh masyarakat atau untuk mendapat pengakuan, seseorang akan tetap membeli produk-produk tersebut.

Myers (2010:216) berpendapat bahwa terdapat dua hal pembentuk konformitas pada diri seseorang. Kedua hal tersebut sering terjadi pada individu secara bersamaan dalam kehidupan sehari-hari. Kedua hal tersebut adalah:

- a) Pengaruh normatif

Pengaruh ini menjadikan seseorang untuk menyesuaikan dirinya dengan keinginan atau harapan orang lain untuk dapat diterima. Seseorang akan berusaha membuat dirinya patuh pada norma-norma suatu kelompok yang apabila dilanggar, terdapat sanksi berupa

penolakan atau pengucilan dirinya dari suatu kelompok.

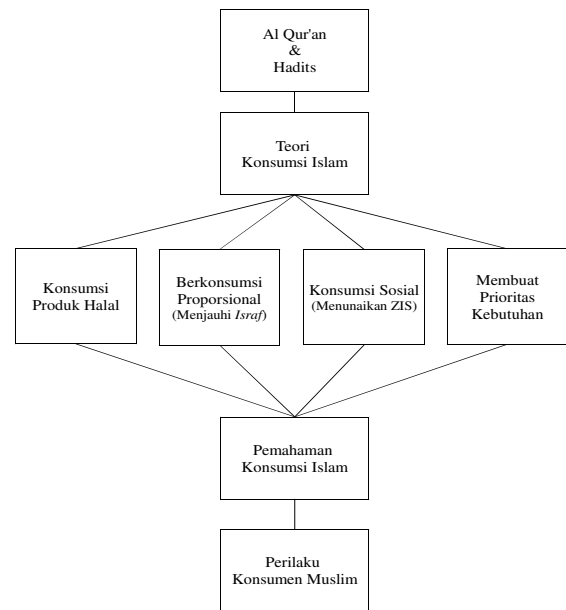
b) Pengaruh informasional

Penyesuaian pemikiran atau keinginan yang dilakukan oleh individu karena adanya anggapan bahwa informasi yang berasal dari kelompoknya lebih akurat dibandingkan dengan informasi yang dimilikinya sendiri. Sehingga terdapat kecenderungan bagi individu tersebut untuk konform dalam menyamakan sugesti atau pendapat.

G. Proposisi

Implementasi pemahaman konsumsi Islam pada diri seorang konsumen muslim akan berdampak pada perilaku konsumen yang sesuai dengan syariat Islam, yaitu: konsumsi produk halal, menjauhi *israf*, Membuat Prioritas kebutuhan, dan Melaksanakan konsumsi sosial.

H. Kerangka Berfikir



Sumber: Diolah Penulis

Kerangka berpikir di atas menunjukkan bahwa Al Qur'an dan hadits merupakan dasar teori konsumsi Islam yang harus dipahami oleh setiap Muslim. Penerapan/implementasi pemahaman konsumsi Islam pada konsumen muslim akan berdampak pada perilaku konsumen seorang Muslim. Seorang Muslim yang taat akan senantiasa untuk menyesuaikan segala aktifitasnya dengan tuntunan Islam, termasuk dalam kegiatan berkonsumsi.

III. Metode Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena apa yang telah dialami oleh objek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, akibat, dan lain-lain. Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus deskriptif yang bertujuan untuk menjelaskan dan memaparkan dampak implementasi pemahaman konsumsi Islam

pada perilaku konsumen Muslim. Menurut Yin (2009:1) secara umum studi kasus adalah metode yang cocok digunakan bila rumusan masalah/pertanyaan yang ada pada suatu penelitian berkenaan dengan *how* dan *why* suatu fenomena yang akan diteliti dapat terjadi, dimana peneliti tidak berpeluang untuk mengontrol peristiwa tersebut. Yin (2009:27) juga mengemukakan bahwa studi kasus memiliki lima komponen desain penelitian, yaitu:

1. Pertanyaan-pertanyaan penelitian

Mengklarifikasi secara persis hakikat pertanyaan pada penelitian yang dilakukan merupakan rambu-rambu penting untuk dapat menentukan strategi penelitian yang cocok dan akan digunakan. Strategi studi kasus merupakan strategi yang paling cocok digunakan untuk tipe pertanyaan "bagaimana" seperti yang digunakan dalam penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan pertanyaan penelitian yaitu bagaimana dampak implementasi pemahaman konsumsi Islam pada perilaku konsumen muslim?

2. Proposisi

Proposisi penelitian mengarahkan perhatian peneliti kepada sesuatu yang harus diselidiki dalam ruang lingkup penelitian yang dilakukan dan dapat membantu peneliti untuk dapat menemukan dimana bukti yang relevan bagi penelitian dapat diperoleh. Proposisi juga digunakan sebagai batasan untuk menampilkan suatu penyempitan data yang relevan. Proposisi pada penelitian ini

adalah semakin diimplementasikan pemahaman konsumsi Islam pada diri seorang konsumen muslim akan mengarahkan pada karakter konsumen yang beretika konsumsi Islam kemudian berdampak pada perilaku konsumen yang sesuai syariat Islam.

3. Unit analisis

Unit analisis merupakan komponen yang secara fundamental berkaitan dengan masalah penentuan kasus dalam penelitian yang bersangkutan. Kepustakaan terdahulu dapat menjadi tuntunan dalam menetapkan kasus dan unit analisis.

4. Logika yang mengaitkan data dengan proposisi tersebut

Komponen ini mengetengahkan tahap-tahap analisis data dalam penelitian studi kasus. Pengaitan data terhadap proposisi dapat dilakukan dengan banyak cara, namun tidak ada satupun yang dapat terdefinisi secara pasti. Satu pendekatan yang memberi harapan kepada studi kasus adalah gagasan mengenai penjadohan pola yaitu mengaitkan beberapa informasi kasus yang sama dengan beberapa proposisi teoritis. Pada penelitian pemahaman perilaku konsumsi Islam menjadi faktor yang dapat dikaitkan antara proposisi dengan data yang ada.

5. Kriteria untuk menginterpretasi temuan.

Komponen kelima ini juga tidak memiliki satupun cara yang tepat yang dapat digunakan untuk menyusun kriteria guna menginterpretasikan tipe-tipe data temuan. Melalui temuan yang diperoleh

berdasarkan perbandingan sekurang-kurangnya dua proposisi yang bersaing, diharapkan pola-pola yang berbeda dapat memberikan gambaran yang cukup jelas. Peristiwa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah adanya fenomena budaya konsumerisme pada generasi Y. Dalam penelitian ini generasi Y, adalah para mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Airlangga Surabaya yang memiliki pemahaman konsumsi Islam. Konsumen muslim yang memiliki pemahaman konsumsi Islam, seharusnya dapat membentengi diri dari budaya konsumerisme yang mengarah pada perbuatan *israf* dan *mubadzir*.

A. Prosedur Pengumpulan Data

1. Persiapan awal

Pada tahap ini peneliti akan memilih mahasiswa program studi ekonomi Islam UNAIR yang telah menempuh mata kuliah pengantar ekonomi islam, ekonomi mikro islam, dan manajemen pemasaran syariah. Kemudian peneliti akan membuat kesepakatan waktu wawancara dengan objek penelitian.

2. Proses memasuki lokasi wawancara objek penelitian

Peneliti mengumpulkan data melalui tanya jawab secara langsung dan mendalam kepada objek penelitian. Pertanyaan dapat berkembang sesuai dengan perkembangan topik wawancara yang dilakukan namun tetap berada dalam ruang lingkup penelitian. Waktu

wawancara disesuaikan dengan kesepakatan yang dilakukan peneliti dengan objek penelitian. Tempat wawancara sebagian besar dilakukan di fakultas ekonomi dan bisnis UNAIR.

3. Saat pengumpulan data

Peneliti akan merekam dan mencatat semua percakapan yang berlangsung selama wawancara. Kemudian hasil rekaman dan catatan tersebut akan diinterpretasikan sehingga dapat dijadikan hasil pembahasan dan simpulan dalam penelitian ini.

B. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan setelah proses pengumpulan data dengan menggunakan pendekatan tersebut diatas. Menurut Bogdan dalam Sugiyono (2012:244) "analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah difahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain."

Analisis studi kasus akan lebih lengkap jika memiliki suatu strategi umum. Hal ini dimaksudkan agar peneliti dapat memperlakukan bukti secara wajar, menghasilkan konklusi analisis yang mendukung dan menetapkan alternatif interpretasi. Dua strategi umum menurut Yin (2011:136) adalah:

1. Mendasarkan pada Proposisi Teoritis

Strategi yang pertama dan lebih disukai adalah mengikuti proposisi

teoritis yang menuntun studi kasus. Tujuan dan desain asal dari studi kasus diperkirakan berdasar atas proposisi semacam itu, yang selanjutnya mencerminkan serangkaian pertanyaan penelitian, tinjauan pustaka, dan pemahaman-pemahaman baru. Proposisi tersebut juga membantu pengorganisasian keseluruhan studi kasus dan menetapkan alternatif penjelasan yang harus diuji. Proposisi teoritis tentang hubungan-hubungan kausal jawaban-jawaban terhadap pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" bisa sangat berguna untuk menuntun analisis studi kasus dalam hal ini.

2. Strategi umum yang kedua adalah mengembangkan suatu kerangka kerja deskriptif untuk mengorganisasikan studi kasus. Strategi ini kurang disukai dibanding penggunaan proposisi teoritis tetapi bisa menjadi alternatif bilamana proposisi teoritis tidak ada. Proses analisis data selanjutnya didasarkan pada proposisi teoritis yang telah ditentukan. Hal ini berguna untuk membantu dan menuntun analisis agar bukti data yang diperoleh dapat diperlakukan secara wajar, dapat menghasilkan konklusi analisis yang mendukung, dan menetapkan alternatif interpretasi. (Yin, 2011:135-137).

Menurut Partowisastro (1983: 22-24), pemahaman adalah kemampuan seseorang dalam mengerti atau mengetahui suatu hal dengan benar. Pemahaman dibutuhkan agar apa yang dipelajari oleh seseorang dapat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Pemahaman yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemahaman teori konsumsi Islam yang mengandung empat unsur penting, yaitu: pemahaman mengenai konsumsi barang halal, pemahaman mengenai konsumsi yang proporsional (menjauhi *israf*), pemahaman mengenai prioritas kebutuhan, dan pemahaman mengenai konsumsi sosial (pelaksanaan zakat/infak/sedekah). Berikut ini adalah pemahaman para informan mengenai keempat unsur tersebut:

1. Halal

Halal merupakan syarat mutlak bagi produk-produk yang akan dikonsumsi oleh seorang konsumen muslim. Halal tidak hanya dinilai dari sifat zat nya, namun juga bagaimana cara produk/barang tersebut diperoleh, diproses, dan dipergunakan. Konsumsi produk/barang halal akan menimbulkan manfaat lain yang hanya diperoleh jika seorang muslim mengkonsumsinya, yaitu keberkahan.

IV. Pembahasan

A. Pemahaman Konsumsi Islam

Tabel 4.1

Pemahaman Halal Oleh Informan

Informan	Unsur-Unsur Konsumsi Islam yang Dipahami Informan
	Halal
1	Halal adalah segala hal yang diperbolehkan oleh Islam dan mendatangkan berkah saat mengkonsumsinya.
2	Halal adalah semua hal yang diperbolehkan oleh Islam dan memberikah keberkahan yang tidak didapat dari konsumsi produk non-halal.
3	Halal adalah segala hal yang boleh dikonsumsi menurut agama dan keberkahan adalah dampak dari konsumsi produk halal tersebut. Informan menambahkan bahwa halal terbagi menjadi dua, yaitu halal sifat zatnya dan cara mendapatkannya.
4	Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan oleh agama dan tidak ada larangan yang mengharamkannya.
5	Halal adalah segala sesuatu yang diperbolehkan Islam untuk dikonsumsi. Konsumsi produk yang halal berimplikasi pada keberkahan hidup.
6	Halal adalah segala hal yang diperbolehkan Islam dan tidak ada larangan atasnya. Terdapat kandungan berkah dalam produk yang halal
7	Halal adalah segala hal yang diperbolehkan Islam untuk dikonsumsi. Terdapat kandungan berkah pada produk yang halal.
8	Halal adalah segala hal yang diperbolehkan Islam untuk dikonsumsi. Terdapat manfaat lain yang tidak didapat jika tidak mengkonsumsi barang halal, yaitu berkah
9	Halal adalah segala hal yang diperbolehkan Islam untuk dikonsumsi. Terdapat unsur selain manfaat yang didapat dari konsumsi produk halal, yaitu berkah.

Sumber: Diolah Penulis

2. Konsumsi yang proporsional

Islam mengajarkan umatnya untuk berkonsumsi secara wajar dan tidak berlebihan. Tidak berlebihan adalah suatu keadaan dimana seseorang berkonsumsi cukup untuk memenuhi kebutuhannya bukan berkonsumsi untuk memuaskan keinginannya.

Tabel 4.2

Pemahaman Proporsional dalam Berkonsumsi Oleh Informan

Informan	Unsur-Unsur Konsumsi Islam yang Dipahami Informan
	Proporsional dalam Berkonsumsi
1	Kebutuhan harus didahulukan daripada keinginan. Karena kebutuhan pemenuhannya bersifat segera. Sedangkan keinginan bisa ditunda karena keinginan merupakan dorongan hawa nafsu semata.
2	a) Dalam pembelian sebuah produk, informan mengutamakan fungsi produk dibandingkan merek. b) Kebutuhan berbeda dengan keinginan, kebutuhan harus didahulukan daripada keinginan
3	a) Fungsi dari sebuah produk menjadi pertimbangan utama informan sebelum melakukan pembelian produk. b) Kebutuhan harus segera dipenuhi, jika tidak segera dipenuhi kehidupan seseorang tidak dapat berjalan normal. Keinginan pemuasannya dapat ditunda karena mengarah pada sikap konsumtif.
4	a) Manfaat/kegunaan suatu produk merupakan pertimbangan utama informan sebelum membeli sebuah produk. b) Kebutuhan harus segera dipenuhi, jika tidak maka kehidupan seseorang akan terganggu. Keinginan pemuasannya dapat ditunda.
5	Kebutuhan merupakan hal dasar di kehidupan manusia yang harus dipenuhi agar kehidupan seseorang tidak terganggu.
6	Keinginan adalah dorongan hawa nafsu yang mengarah pada pemborosan dan tidak harus selalu dipenuhi.
7	Kebutuhan adalah hal hal dasar yang harus segera dipenuhi agar keberlangsungan hidup seseorang dapat terjaga. Berbeda dengan keinginan yang merupakan dorongan nafsu dan membuat seseorang menjadi boros.
8	Kebutuhan adalah segala hal yang berkaitan dengan keberlangsungan hidup seseorang dan harus didahulukan daripada keinginan. Karena keinginan merupakan dorongan nafsu.
9	Pemuasan keinginan mendorong seseorang menjadi konsumtif. Pemenuhan kebutuhan harus didahulukan daripada pemuasan keinginan karena berkaitan dengan keberlangsungan hidup seseorang.

3. Prioritas Kebutuhan

Islam mengajarkan bahwa pemenuhan kebutuhan merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia. Bahkan Islam telah memberikan konfigurasi kebutuhan manusia menjadi tiga tingkatan, dimulai dari yang paling utama adalah: *dharuriyat* (primer), *hajiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier). Sepintas konfigurasi tersebut tidak berbeda dengan konfigurasi kebutuhan manusia dalam ekonomi sekuler. Namun sebenarnya terdapat hal yang membedakan kebutuhan primer dalam ekonomi Islam dengan ekonomi sekuler. Kebutuhan primer dalam ekonomi Islam mencakup: agama, kehidupan, pendidikan, keturunan, dan harta (Muflih, 2006: 66).

Tabel 4.3

Pemahaman Prioritas dalam Berkonsumsi Oleh Informan

Informan	Unsur-Unsur Konsumsi Islam yang Dipahami Informan
	Prioritas Kebutuhan
1	
2	
3	Semua informan berpendapat bahwa terdapat perbedaan pada konfigurasi kebutuhan primer pada ekonomi Islam dengan ekonomi sekuler, yakni bahwa kebutuhan akan ibadah dan pendidikan merupakan kebutuhan pokok selain pangan, sandang, dan papan bagi seorang muslim.
4	
5	
6	
7	Semua informan juga mengaku bahwa pembuatan prioritas membantu mereka dalam berhemat dan menjadi lebih bijak dalam membelanjakan uang yang dimiliki.
8	
9	
10	

Sumber: Diolah Penulis

4. Konsumsi Sosial

Islam mengajarkan bahwa pembelanjaan uang tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan materi saja, tapi juga dalam bentuk konsumsi sosial dalam bentuk zakat dan sedekah. Konsumsi sosial mendapat perhatian penting dalam Islam karena konsumsi tersebut dapat kontribusinya secara langsung membantu dalam memenuhi

kebutuhan sarana dan prasarana fisik (Muflih, 2006:17).

Tabel 4.4
Pemahaman Konsumsi Sosial Oleh Informan

Informan	Unsur-Unsur Konsumsi Islam yang Dipahami Informan
	Konsumsi Sosial
1	Terdapat hak para dhuafa pada harta yang dimilikinya. Sehingga penting bagi dirinya untuk meredistribusikan hartanya.
2	Harta yang dimilikinya akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak, sehingga perlu bagi dirinya untuk menafkahkan hartanya untuk kepentingan agama
3	Harta yang dimilikinya merupakan titipan dari Allah dan kelak akan dimintai pertanggungjawaban. Terdapat hak para dhuafa pada harta yang dimilikinya sehingga penting untuk didistribusi.
4	Terdapat hak milik para dhuafa pada harta yang dimilikinya.
5	Harta yang dimilikinya akan dimintai pertanggungjawaban kelak di akhirat. Terdapat hak milik orang lain yang harus disalurkan melalui infak/sedekah
6	Terdapat hak milik orang lain pada harta yang dimilikinya sehingga perlu di redistribusikan melalui infak/sedekah.
7	Terdapat hak milik orang lain pada harta yang dimilikinya sehingga perlu di redistribusikan melalui infak/sedekah. Sedekah/infak merupakan sarana untuk mensucikan harta yang dimilikinya.
8	Terdapat hak milik orang lain pada harta yang dimilikinya sehingga perlu di redistribusikan melalui infak/sedekah. Sedekah/infak merupakan sarana untuk mensucikan harta yang dimilikinya.
9	Terdapat hak milik orang lain pada harta yang dimilikinya sehingga perlu di redistribusikan melalui infak/sedekah.
10	Terdapat hak milik orang lain pada harta yang dimilikinya sehingga perlu di redistribusikan melalui infak/sedekah. Sedekah/infak merupakan sarana untuk mensucikan harta yang dimilikinya.

Sumber: Diolah Penulis

B. Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Sebagai Dasar Perilaku Konsumen Muslim

a) Halal

Tabel 4.5

Implementasi Pemahaman Halal Oleh Informan

Informan	Implementasi Unsur-Unsur Konsumsi Islam oleh Informan
	Halal
1	Informan menghindari produk-produk yang tidak memiliki kejelasan mengenai kehalalannya. Contohnya pada produk makanan, informan hanya membeli produk makanan yang memang diketahuinya betul mengenai kehalalannya komposisinya.
2	Informan mengetahui kehalalan suatu produk melalui informasi dari temannya yang telah mengkonsumsi produk sejenis. Informan memberikan contoh pada produk makanan yang dikonsumsi. Informan hanya mengkonsumsi produk makanan yang memang telah diketahui kehalalannya oleh dirinya dan temannya.
3	Informan menghindari untuk mengkonsumsi jenis makanan baru yang banyak bermunculan di masyarakat. Informan merasa khawatir karena kehalalan produk produk makanan baru tersebut diragukan.

4	Informan mengetahui kehalalan produk yang akan dibelinya melalui label halal pada kemasan produk tersebut atau menanyakan langsung pada pramuniaga mengenai kehalalan produk yang akan dibelinya.
5	Informan menggunakan informasi dari teman-temannya dan dari label halal pada kemasan untuk mengetahui kehalalan produk yang akan dikonsumsi.
6	Informan memperhatikan kehalalan produk dari label halal di kemasan produk yang akan dikonsumsi. Informan pernah membatalkan pembelian produk makanan dan minuman impor dikarenakan tidak ada label halal pada kemasan produk tersebut.
7	Informan menggunakan informasi dari teman-temannya dan dari label halal pada kemasan untuk mengetahui kehalalan produk yang akan dikonsumsi.
8	Informan mengetahui kehalalan produk yang akan dibelinya melalui label halal pada kemasan.
9	Informan mengetahui kehalalan produk yang akan dibelinya melalui label halal pada kemasan dan memperhatikan fungsi dari produk yang akan dikonsumsi.
10	Informan mengetahui kehalalan produk yang akan dibelinya melalui label halal pada kemasan dan memperhatikan fungsi dari produk yang akan dikonsumsi.

Sumber: Diolah Penulis

b) Konsumsi yang Proporsional

Tabel 4.6

Implementasi Pemahaman Konsumsi Proporsional Oleh Informan

Informan	Implementasi Unsur-Unsur Konsumsi Islam oleh Informan
	Konsumsi yang proporsional
1	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam mengkonsumsi. Informan sedang dalam proses pengerjaan skripsi. Informan meminta tambahan uang dari orang tua dikarenakan kebutuhan yang bertambah seperti untuk keperluan pencetakan dokumen dalam jumlah banyak.
2	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam mengkonsumsi.
3	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak

4	berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi.
5	Informan sedang dalam proses pengerjaan skripsi. Informan meminta tambahan uang dari orang tua dikarenakan kebutuhan mereka yang bertambah seperti untuk keperluan pencetakan dokumen dalam jumlah banyak.
6	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi.
7	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi.
8	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi. Informan sedang dalam proses pengerjaan skripsi. Informan meminta tambahan uang dari orang tua dikarenakan kebutuhan mereka yang bertambah seperti untuk keperluan pencetakan dokumen dalam jumlah banyak.
9	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi.
10	Informan menggunakan uang yang diterimanya tiap bulan dengan bijak (tidak boros) dan berusaha untuk tidak berhutang. Para informan membuat skala prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam berkonsumsi.

Sumber: Diolah Penulis

c) Prioritas Kebutuhan

Tabel 4.7

Implementasi Prioritas Kebutuhan Oleh Informan

Informan	Implementasi Unsur-Unsur Konsumsi Islam oleh Informan
	Prioritas Kebutuhan
1	Informan membagi pengeluarannya tiap bulan menjadi tiga pos pengeluaran. Dimulai dari yang paling utama yaitu: pos kebutuhan kuliah, konsumsi sosial, dan pembelian buku.
2	Informan membagi pengeluarannya tiap bulan menjadi tiga pos pengeluaran, dimulai dari yang paling utama yaitu: kebutuhan kuliah, dana cadangan, dan infak/sedekah.
3	Informan membagi pengeluarannya tiap bulan menjadi tiga pos pengeluaran. Dimulai dari yang paling utama yaitu: kebutuhan kuliah, kebutuhan kos, dan konsumsi sosial.
4	Informan tidak membuat pos pengeluaran tertentu pada pengeluarannya tiap bulan. Informan mendahulukan kebutuhan untuk kuliah

	dan konsumsi sosial pada pada pengeluarannya.
5	Informan membuat tiga pos pengeluaran untuk rencana konsumsinya, yaitu: kebutuhan pokok (kebutuhan kuliah, makan, dan kebutuhan kos), konsumsi sosial, dan kegiatan rekreatif.
6	Informan tidak membuat pos pengeluaran tertentu pada pengeluarannya tiap bulan, namun informan mendahulukan kebutuhan untuk kuliah dan konsumsi sosial pada pada pengeluarannya.
7	Informan mendahulukan kebutuhan kos dan makan, kemudian kebutuhan kuliah, dan konsumsi sosial. Informan menyusun prioritas tersebut sebagai acuan, pada praktiknya prioritas tersebut dapat berubah sesuai dengan kebutuhan yang informan perlukan tiap bulannya.
8	Informan menempatkan kebutuhan makan dan kuliah sebagai prioritas utama kemudian konsumsi sosial
9	Informan tidak membuat prioritas tertentu dalam rencana pengeluarannya tiap bulan, namun informan menempatkan kebutuhan kuliah sebagai kebutuhan utama.
10	Informan menempatkan kebutuhan makan dan kuliah sebagai prioritas utama kemudian konsumsi sosial

Sumber: Diolah Penulis

d) Konsumsi Sosial

Tabel 4.8

Implementasi Pemahaman Konsumsi Sosial Oleh Informan

Informan	Implementasi Unsur-Unsur Konsumsi Islam oleh Informan
	Konsumsi Sosial
1	Informan menganggarkan uang bulanan yang diterimanya dari orang tua \pm 10% untuk didistribusikan melalui infak di masjid pada saat pelaksanaan salat jum'at dan sedekah pada dhuafa yang ditemuinya di jalanan.
2	Informan menganggarkan uang yang dimilikinya sebesar dua ribu rupiah untuk diinfakkan setiap dirinya melaksanakan salat jum'at
3	Informan menganggarkan uang bulanan yang diterimanya dari orang tua \pm 10% untuk didistribusikan melalui infak di masjid pada saat pelaksanaan salat jum'at atau salat fardhu di masjid dan sedekah pada dhuafa yang ditemuinya di jalanan.
4	Informan menganggarkan uang yang dimilikinya tiap bulan sebesar \pm 2,5% untuk didistribusikan melalui sedekah pada para dhuafa.
5	
6	Informan tidak membuat prosentase tertentu, namun tiap pelaksanaan salat jum'at, dirinya selalu berinfak dengan jumlah uang yang tidak tetap tiap minggunya.
7	Informan tidak membuat prosentase tertentu tiap bulan untuk konsumsi

	sosialnya, namun dirinya tetap melaksanakan infak dan sedekah dengan jumlah uang yang tiap tetap bulannya.
8	Informan tidak membuat prosentase jumlah uang yang akan digunakannya untuk konsumsi sosial. Informan menyalurkan infak/sedekahnya kepada LAZ melalui layanan di ATM ketika dirinya melakukan tarik tunai tiap bulan.
9	Informan menyisihkan 2,5% dari uang yang diterimanya tiap bulan dari orang tua untuk digunakan sebagai konsumsi sosialnya.
10	Informan tidak membuat prosentase tertentu mengenai jumlah uang yang digunakannya untuk konsumsi sosial. Jumlah yang digunakan informan untuk konsumsi sosial bervariasi tiap bulannya, bergantung pada besarnya pengeluaran untuk kebutuhan yang harus dipenuhinya.

SIMPULAN

Simpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa program studi ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang memiliki pemahaman konsumsi Islam mengimplementasikan pemahaman tersebut pada perilaku konsumsinya dalam kehidupan sehari-hari
2. Secara umum, mahasiswa program studi ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga merasakan perbedaan pada perilaku konsumsi mereka kini dengan perilaku konsumsi mereka saat belum mengetahui teori konsumsi Islam, yakni lebih memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi baik berupa sifat zat, cara pengolahan produk, dan cara memperolehnya. Kemudian proporsional dalam berkonsumsi yakni dengan mendahulukan apa yang menjadi kebutuhan utama daripada memuaskan keinginan yang merupakan dorongan hawa nafsu. Penyusunan prioritas kebutuhan juga menjadi cara bagi para mahasiswa untuk menentukan apa yang menjadi kebutuhan utama untuk segera dipenuhi. Perbedaan yang terakhir adalah konsumsi sosial. Para mahasiswa menyadari pentingnya redistribusi harta melalui infak/sedekah.
3. Implementasi pemahaman unsur halal dalam konsumsi Islam oleh para mahasiswa diwujudkan melalui pemeriksaan label pada kemasan produk yang akan dikonsumsi, rekomendasi dari teman yang telah mengkonsumsi produk tersebut, memperhatikan fungsi dari produk yang akan dibeli apakah sesuai dengan hukum Islam atau tidak, dan menanyakan langsung pada pramuniaga di tempat penjualan produk tersebut.
4. Implementasi pemahaman unsur proporsional dalam berkonsumsi oleh para mahasiswa diwujudkan melalui pembuatan prioritas konsumsi sebagai cara untuk mendisiplinkan diri dalam pembelanjaan uang yang mereka miliki dan menghindari untuk berhutang. Menurut pemahaman yang mereka miliki, seseorang yang sampai berhutang dalam aktifitas konsumsinya perlu untuk memeriksa kembali konfigurasi konsumsinya mana yang termasuk dalam kebutuhan dan keinginan.

5. Implementasi pemahaman unsur prioritas kebutuhan dalam berkonsumsi oleh para mahasiswa diwujudkan dalam bentuk pembuatan pos-pos pengeluaran yang telah diatur sedemikian rupa sehingga uang yang semestinya digunakan untuk suatu kebutuhan tidak ikut terpakai untuk memenuhi kebutuhan lainnya. Para mahasiswa juga memahami bahwa terdapat perbedaan prioritas kebutuhan pada ekonomi Islam dibandingkan dengan ekonomi sekuler, yaitu kebutuhan akan ibadah dan pendidikan.
6. Implementasi pemahaman unsur konsumsi sosial oleh para mahasiswa diwujudkan dalam bentuk pelaksanaan sedekah/infak yang direncanakan tiap awal bulan setelah mendapatkan uang bulanan dari orang tua. Beberapa mahasiswa bahkan membuat prosentase tertentu untuk konsumsi sosialnya. Mereka berpendapat bahwa pembuata prosentase tersebut sebagai cara untuk melatih diri dalam menunaikan zakat mal jika nanti mereka sudah memiliki penghasilan yang telah mencapai nisab.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik. 2013. *Perkembangan Beberapa Indikator Utama Sosial-Ekonomi Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik, (Online). (<http://www.bps.go.id/aboutus.ph>

p?booklet=1, diakses pada 10 Maret 2014).

Badudu, J.S. (2003) *Kamus Kata-kata Serapan Asing Dalam Bahasa Indonesia*, Jakarta : Kompas.

Belch, George E. dan Michael A. Belch. 2003. *Advertising and Promotion (An Integrated Communications Perspective 6th Edition*. New York: Mc Graw Hill Companies.

Bereiter, Carl. 2000. *Education and Mind in the Knowledge Age*. New Jersey: John Wiley And Sons LTD.

Departemen Agama Republik Indonesia.2005.*Al-Qur'an Terjemahan*. Jakarta: PT. Syamil Cipta Media.

Hidayat, mohammad. 2010. *An Introduction to the Sharia Economics*. Jakarta: Zikrul Hakim.

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/14510/1/10E00397.pdf>, diakses pada 15 Maret 2014).

http://www.setneg.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=7068, diakses pada 4 Maret 2014

Katsir, Ibnu. 2000. *Tafsir Ibnu Katsir*. Bandung. Sinar Baru Algensindo.

Kushendrawati, Selu Margaretha. 2006. *Masyarakat Konsumen Sebagai Ciptaan Kapitalisme Global: Fenomena Budaya Dalam Realitas Sosial*, (Online), Vol. 10, No. 2, (<http://journal.ui.ac.id/index.php/humanities/article/viewFile/19/15>, diakses pada 17 April 2014).

Mayasari, lin & Anita Maharani. 2011. *Idealisme versus Relativisme*

- Generasi Y Terhadap Iklan dengan Tema Sexual Appeal. *Karisma*. V (2): 84-93.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islami*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Myers, David G. 2010. *Social Psychology 10th Edition*. New York: Mc Graw Hill.
- Nurist, Surayya. 2010. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, (Online), (<http://eprints.undip.ac.id/9820/>, diakses 10 April 2014).
- Partowisastro, Koestoer. 1983. *Dinamika Dalam Psikologi Pendidikan (Jilid I)*. Jakarta: Erlangga.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melalui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Jelasutra.
- Poerwadarminta, W.J.S.1976. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Pujjiono, Arif. 2006. Teori Konsumsi Islam. *Jurnal Dinamika Pembangunan*. III (2): 196-207.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta:Rajawali Pers.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir al-Mishbah; Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*. Jakarta; Lentera Hati. 2003.
- Sholihin, Ahmad Ifham. 2010. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simbolon, Hotpascaman. 2010. *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja*. Skripsi diterbitkan. Medan Universitas Sumatera Utara. (Online).
- Sudjana, Nana. 2010. *Evaluasi Proses Dan Hasil Pembelajaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*. Bandung: Alfabeta.
- Wigati, Sri. 2011. Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam. *Jurnal Maliyah*, (Online), Vol 1, No.1, (<http://portalgaruda.org/?ref=browse&model=viewarticle&article=88351>, diakses 15 Maret 2014).
- Yin, Robert K. 2009. *Case Study Research 4th Edition*. California: SAGE Inc.