

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Penelitian yang dilakukan Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso (2017) yang berjudul Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Semakin tinggi gaya hidup hedonis seseorang, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah gaya hidup hedonis seseorang, maka perilaku konsumtifnya semakin rendah. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dan sama-sama mengkaji mengenai gaya hidup terhadap perilaku konsumtif. Perbedaannya, yaitu penelitian yang dilakukan oleh saudara Ranti Tri Anggraini dan saudara Fauzan Heru Santhoso populasinya adalah Remaja sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu populasinya adalah Masyarakat.¹

Penelitian yang dilakukan oleh Lia Indriani yang berjudul Pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh bahwa pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta. Persamaan dari penelitian penulis dengan penelitian ini adalah metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan sama-sama mengkaji mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup. Sedangkan perbedaannya, penelitian penulis mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi

¹ Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja" (Gadjah Mada Journal of Psychology Volume 3, No.3 2017)

masyarakat sedangkan penelitian saudari Lia Indriani mengenai pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan jenis kelamin terhadap tingkat konsumsi mahasiswa.²

Penelitian yang dilakukan oleh Ahsan Lodeng yang berjudul Pengaruh Gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif menurut ekonomi islam. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh hasil uji T bahwa variable independen gaya hidup hedonis (X) berpengaruh terhadap variabel dependen perilaku konsumtif (Y). persamaan dari penelitian ini adalah metode yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan sama sama mengkaji mengenai pengaruh gaya hidup. Sedangkan perbedaanya, penelitian penulis mengenai pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap pola konsumsi masyarakat sedangkan penelitian saudara Ahsan Lodeng hanya mengenai pengaruh gaya hidup.³

B. Tinjauan Teori

1. Pendapatan

Salah satu faktor penting lainnya dalam menentukan pola permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa adalah pendapatan masyarakat. Pada umumnya, perubahan yang terjadi terhadap pendapatan akan selalu menimbulkan perubahan permintaan terhadap suatu barang. Secara umum, apabila pendapatan seorang konsumen meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat maka permintaan terhadap suatu barang tertentu juga akan meningkat, dengan asumsi faktor lain dianggap tetap. Berdasarkan sifat perubahan permintaan apabila pendapatan berubah, maka berbagai macam barang dapat dikelompokkan menjadi:

- a. Barang Normal adalah barang yang mengalami kenaikan permintaan apabila terjadi kenaikan pendapatan.

² Lia Indriani, “Pengaruh Pendapatan, Gaya Hidup, dan Jenis Kelamin Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi: Universitas Negeri Yogyakarta 2015).

³ Ahmad Lodeng, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Menurut Ekonomi Islam” (Skripsi Sarjana; Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung 2018).

- b. Barang Inferior. Suatu barang dinamakan sebagai barang inferior apabila permintaan terhadap barang tersebut meningkat ketika pendapatan masyarakat lebih rendah dan sebaliknya akan berkurang permintaanya ketika pendapatan meningkat.
- c. Barang esensial (pokok) adalah barang yang sangat penting artinya bagi kehidupan masyarakat sehari-hari.
- d. Barang mewah. Pada umumnya barang-barang mewah adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh masyarakat yang berpenghasilan relative tinggi, dimana kelompok konsumen ini telah memenuhi kebutuhan pokoknya berupa sandang, pangan, dan perumahan.⁴
- e. Barang Pengganti. Sesuatu barang dinamakan barang pengganti kepada barang lain apabila ia dapat menggantikan fungsi barang lain tersebut. Kopi dan teh adalah barang yang dapat saling menggantikan fungsinya. Seorang yang suka meminum teh selalu dapat menerima minuman kopi apabila teh tidak ada. Sebaliknya seorang peminum kopi tidak akan menolak meminum teh apabila kopi tidak ada. Harga barang pengganti dapat mempengaruhi permintaan barang yang dapat digantikannya. Sekiranya harga barang pengganti bertambah murah maka barang yang digantikannya akan mengalami pengurangan dalam permintaan. Dengan demikian apabila harga kopi turun maka permintaan terhadap teh akan berkurang. Sebaliknya, apabila harga kopi naik maka permintaan terhadap teh akan meningkat.
- f. Barang Pelengkap. Apabila sesuatu barang selalu digunakan bersama dengan barang lainnya, maka barang tersebut dinamakan barang pelengkap kepada barang lain tersebut. Gula adalah barang pelengkap kepada kopi atau teh karena pada umumnya kopi dan teh yang kita minum harus dibubuhi gula. Kaus baju untuk main sepak bola dan sepatu sepak bola adalah contoh barang pelengkap yang lainnya. Kenaikan atau penurunan permintaan terhadap barang pelengkap selalu sejalan dengan perubahan permintaan barang yang

⁴ Muslimin Kara, dkk, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Makassar: Alauddin Pers, 2009), h. 86-87.

digenapinya. Kalau permintaan terhadap kopi atau teh bertambah, maka permintaan terhadap gula cenderung bertambah juga. Sebaliknya kalau kopi dan teh semakin sedikit permintaannya, maka permintaan untuk gula juga cenderung mengalami penurunan.⁵

Adapun distribusi pendapatan dalam Islam menduduki posisi yang penting karena pembahasan distribusi pendapatan tidak hanya berkaitan dengan aspek ekonomi akan tetapi juga berkaitan dengan aspek sosial dan politik. Islam telah menganjurkan untuk mengerjakan zakat, infaq dan shadaqoh. Kemudian baitul mal membagikan kepada orang yang membutuhkan untuk meringankan masalah hidup orang lain dengan cara memberi bantuan langsung ataupun tidak langsung. Islam tidak mengarahkan distribusi pendapatan yang sama rata, letak pemerataan dalam Islam adalah keadilan atas dasar masalah; dimana di antara satu orang dengan orang lain dalam kedudukan sama atau berbeda, mampu atau tidak mampu bisa saling menyantuni, menghargai dan menghormati peran masing-masing.⁶

Dalam pengakuan Islam kepemilikan manusia hanya diberi hak yaitu hanya berwenang untuk memanfaatkan sedangkan pemilik yang hakiki dan absolut hanyalah Allah swt. Dalam pemanfaatan yang dilakukan manusia dapat dilakukan dengan memanfaatkan harta sebagai makanan untuk kepentingan jasmani juga memanfaatkan ciptaan Allah untuk memenuhi kebutuhan ruhani, yakni dengan cara memikirkan kekuasaan Allah melalui ciptaan-Nya. Hal ini dilakukan jika cara memanfaatkan yang pertama sudah di luar batas kemampuan manusia. Dengan demikian bahwa pada asalnya seluruh makhluk di dunia ini boleh dimanfaatkan.

Berdasarkan ayat dan tafsir yang di kemukakan oleh Ahmad Mustafa dapat disimpulkan bahwa semua sumber daya alam adalah anugerah dari Allah bagi umat manusia, maka tidak ada alasan kekayaan sumber daya tersebut terkonsentrasi pada beberapa pihak saja. Islam menekankan keadilan distributif dan menerapkan dalam sistem ekonomi program untuk redistribusi pendapatan dan kekayaan sehingga setiap individu mendapatkan jaminan standar

⁵ Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Jakarta: PT RajaGrafindo,2010), h. 80.

⁶Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h.234

kehidupan. Dalam Islam semua orang memiliki hak yang sama dalam kekayaan yang dimiliki masyarakat.⁷

2. Gaya Hidup

Orang-orang yang berasal dari sub kultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin saja mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang di dunia yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai-nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.⁸

a. Pengertian Gaya Hidup

Pengertian Gaya Hidup menurut menurut Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini).⁹

Gaya hidup didefinisikan secara sederhana sebagaimana seseorang hidup. Gaya hidup juga dipergunakan untuk menguraikan tiga tingkat agregasi orang berbeda: individu, sekelompok kecil orang yang berinteraksi, dan kelompok orang yang lebih besar. Gaya hidup menunjukkan

⁷ Ahmad Mustafa Al-Maragi, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1*, (Semarang: PT, Karya Toha Putra, 1987), h. 128.

⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta, 2000), h. 10.

⁹ Amstrong, Gary & Kotler, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta: 2002), h. 192.

bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uangnya, dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka.¹⁰

a. Faktor-faktor Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Konsumsi

Adapun faktor-faktor pengaruh gaya hidup terhadap konsumsi yaitu :

1) Usia

Usia yang produktif adalah waktu dimana gaya hidup seseorang berubah-ubah dikarenakan berbagai alasan-alasan. Salahsatunya usia yang produktif sangatlah berambisi mampu memperoleh suatu produk yang sangat diinginkan bahkan tidak sedikit konsumen yang selalu menginginkan produk dengan brand image yang baik.

2) Pengalaman

Pengalaman seorang konsumen maupun pengalaman yang dibuat sedemikian baik untuk brand suatu produk sangat mampu meningkatkan minat beli konsumen.

3) Ekonomi

Tingkat ekonomi seseorang juga menjadi faktor yang menentukan gaya hidup seseorang demi sebuah ambisi untuk memiliki produk dengan brand image yang bagus.

4) Lingkungan

Keluarga dan kerabat cukup mempengaruhi suatu keputusan membeli dan mengkonsumsi produk dengan brand image sebagai acuannya.

5) Kebutuhan

Bagi gaya hidup kalangan menengah keatas kebutuhan adalah yang paling terakhir untuk menjadi alasan konsumen membeli suatu produk. Demikian dengan kefanatikannya dalam memandang suatu produk dengan kualitas brand image yang konsisten meningkat pada setiap inovasi-inovasi yang dikeluarkan oleh produsen setiap periodenya.

¹⁰ Mowen, john, C., dan Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jilid 1, Edisi ke 5 (terjemahan), Erlangga, Jakarta: 2002), h. 282.

b. Gaya Hidup Perspektif Islam

Dalam pandangan Islam gaya hidup dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu gaya hidup Islami dan gaya hidup jahili. Gaya hidup Islami mempunyai landasan yang mutlak dan kuat, yaitu Tauhid, inilah gaya hidup orang yang beriman. Adapun gaya hidup jahili, landasannya bersifat relatif dan rapuh, yaitu syirik, inilah gaya hidup orang kafir. Setiap Muslim sudah menjadi keharusan baginya untuk memilih gaya hidup Islami dalam menjalani hidup dan kehidupannya.¹¹

Hal ini sejalan dengan firman Allah berikut ini dalam QS. Al-An'am/6: 32.

وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَلْآخِرَةُ خَيْرٌ لِّلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ

Terjemahnya:

“Dan kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan senda gurau. Sedangkan negeri akhirat itu, sungguh lebih baik bagi orang-orang yang bertakwa. Tidakkah kamu mengerti?”¹²

Ayat ini menjelaskan bahwa kehidupan secara umum tidak lain kecuali kenikmatan yang menipu lagi palsu, adalah lebih baik bagi orang-orang yang takut kepada Allah, sehingga mereka menjaga diri dari adzab Allah dengan menaati-Nya dan menjauhi larangan-Nya. Kaum musyrikin yang terkecoh oleh kehidupan dunia, tidak berfikir sehingga mendahulukan yang kekal di atas yang fana.

Kesenangan-kesenangan duniawi itu hanya sebentar dan tidak kekal. Janganlah orang terpedaya dengan kesenangan-kesenangan dunia, serta lalai dari memperhatikan urusan akhirat.¹³

Berdasarkan ayat tersebut dapat dipahami bahwa setiap muslim tidak semestinya terkecoh oleh kesenangan-kesenangan dunia yang hanya sementara mengikuti kaum musyrikin.

¹¹Surahmat, “Gaya Hidup Islami dan Jahili”, Khotbahjumat.com, 20 maret 2012. <https://khotbahjumat.com/900-khutbah-gaya-hidup-islami-jahili.html> (4 juli 2020).

¹² Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.

¹³ Dr. Himat Basyir et.al, *Tafsir Al-Muyassar*, (Penerbit: An-Naba', Jl. Kahar Muzakir I, no. 1, Semanggi, Solo: 2011), h. 522.

Setiap hari dunia menunjukkan permainan dan senda gurau untuk memberikan kesenangan yang hanya sementara kepada manusia sehingga lupa akan kehidupan yang kekal (akhirat). Seorang muslim dalam melakukan kegiatan termasuk konsumsi harus sesuai dengan syariat Islam, tuntutan Rasulullah saw. tidak memikirkan kesenangan semata. Namun, dalam kenyataan justru membuat kita sangat prihatin sebab justru gaya hidup jahili (yang diharamkan) itulah yang melingkupi sebagian besar umat Islam saat ini.

3. Konsumsi

Konsumsi merupakan sebuah kata yang berasal dari bahasa Inggris yaitu “Consumption”. Konsumsi artinya pemenuhan akan makan dan minum. Konsumsi mempunyai pengertian yang lebih luas yaitu seluruh pembelian barang dan jasa akhir yang sudah siap dikonsumsi oleh rumah tangga untuk memenuhi kebutuhan.¹⁴ Dalam ekonomi Islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah Islamiyah. Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi selain produksi dan distribusi. Konsumsi akan terjadi jika manusia memiliki uang (harta).¹⁵

Dalam mendefinisikan konsumsi terdapat perbedaan di antara pakar ekonomi, namun konsumsi secara umum didefinisikan dengan pemakaian barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan manusia. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi berarti penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*).¹⁶

¹⁴William A Eachern MC, *Ekonomi Mikro Pendekatan Kontemporer*, Ed:1. (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h. 490.s

¹⁵Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, (Jurnal Dinamika Pembangunan, vol. 3, No. 2, 2006), h. 3.

¹⁶Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi (pendekatan kepada teori ekonomi mikro dan makro)*.cet.VII (Jakarta: Grafindo Persada, 2003), h. 147.

Konsumsi dalam artian mikro ialah pengeluaran seseorang individu untuk membeli barang-barang dan jasa akhir guna mendapatkan kepuasan atau memenuhi kebutuhannya. Secara teoritis pengeluaran konsumsi dapat dibagi menjadi tiga kategori utama yaitu pengeluaran untuk barang tahan lama, barang tidak tahan lama, dan pengeluaran untuk jasa. Sedangkan dalam pengertian makro konsumsi adalah pengeluaran yang dikeluarkan oleh keseluruhan (agregat) rumah tangga konsumen untuk pembelian barang dan jasa akhir dengan maksud memperoleh kepuasan atau dalam rangka mencukupi kebutuhannya.¹⁷

a. Konsumsi Perspektif Islam

Dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam berkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya, dan sebagainya.

Perilaku konsumsi seorang muslim harus didasarkan pada ketentuan Allah dan Rasul-Nya agar tercipta kehidupan manusia yang lebih sejahtera. Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:

- 1) Manusia tidak kuat sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Seorang muslim akan yakin bahwa Allah swt. akan memenuhi segala kebutuhan hidupnya sebagaimana firman Allah dalam Surat an-Nahl ayat 11 yang menjeaskan bahwasanya Allah-lah yang telah menurunkan air dari langit, diantaranya untuk dikonsumsi manusia dan tumbuhan yang

¹⁷Haroni Doli H. Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Prespektif Ekonomi Islam*, (Jurnal Ekonomi, vol. 13, No. 3, 3 Juli 2010), h. 89

ada di bumi, dan Allah menumbuhkan tanaman dengan air itu yang darinya tumbuh bermacam-macam buah.

- 2) Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Dimana batas-batas fisik merefleksikan pola yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktivitas konsumsi, bukan disebabkan pengaruh referensi semata yang mempengaruhi pola konsumsi seorang muslim.
- 3) Perilaku berkonsumsi seorang muslim diatur perannya sebagai makhluk sosial. Maka, dalam berperilaku dikondisikan untuk saling menghargai dan menghormati orang lain, yang perannya sama sebagai makhluk yang mempunyai kepentingan guna memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain.¹⁸

b. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Kebutuhan Konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri.¹⁹

Oleh karena itu, Islam mengendalikan Empat prinsip mengenai konsumsi, yaitu:

1) Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan mengandung pengertian bahwa dalam berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman baik bagi individu yang bersangkutan maupun bagi orang lain.

Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging, binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang ketika disembelih disrukan nama selain nama Allah dengan maksud dipersambahkan sebagai kurban untuk memuja berhala atau tuhan-tuhan lain, dan persembahan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapa pun selain Allah. Dan prinsip keadilan terhadap konsumsi tidak adil karena masyarakat jaman sekarang

¹⁸Dr. Amiruddin K, M.Ei, *Ekonomi Mikro (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Cet. I; Alauddin University Press, 2013), h. 121-122.

¹⁹M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 44

terkadang pengeluarannya lebih banyak dari pada pendapatannya sehingga tidak berlaku adil pada diri sendiri.

2) Prinsip kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampaui kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.

Sebagaimana dalam firman Allah SWT perintah untuk hidup sederhana ini disebutkan dalam surat Al Isra ayat 29 sebagai berikut:

مَحْسُورًا مَلُومًا فَتَقَعْدَ الْبَسِطِ كُلَّ تَنَسُّطِهَا وَلَا عُنُقًا إِلَى مَغْلُولَةٍ يَدَاكَ تَجْعَلُ وَلَا

Terjemahnya:

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

3) Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahannya. Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah, maka Allah telah memberikan anugerahnya bagi manusia.²⁰ Prinsip kemurahan hati mengandung maksud tindakan konsumsi seseorang harus bersifat ikhlas dan bukan dipaksakan serta mempertimbangkan aspek sosial seperti pemberian sedekah.

4) Prinsip Moralitas

²⁰Siti Maryamah, "Etika Berkonsumsi dalam Islam" Kompasiana.com, 25 februari 2018. <https://www.kompasiana.com/stmaryamah/5a924479dcad5b0439011792/etika-berkonsumsi-dalam-islam?page=all> (5 juli 2020).

Kegiatan konsumsi bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi juga dengan tujuan akhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih setelah makan.²¹ Dengan demikian ia akan merasa kehadiran ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Konsumsi seorang muslim harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan. Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual.

Prinsip ini menjelaskan bahwa seseorang akan merasakan sedikit kenikmatan atau keuntungan yang diperoleh dari minum-minuman keras dan makan-makanan yang terlarang, disebabkan hal tersebut dilarang dan karena adanya bahaya yang mungkin timbul lebih besar dari pada kenikmatan atau keuntungan yang mungkin diperoleh.

c. Etika Konsumsi dalam Islam

Etika Konsumsi dalam Islam dibagi menjadi empat, yaitu:

1) Mensyukuri Nikmat Allah

Mensyukuri ekonomi dan harta kekayaan (*al-Mal*) itu antara lain dengan jalan yang serba *halalan thayyiban*, baik dalam hal produksi dan distribusinya, maupun terutama dalam memperoleh dan mengonsumsinya. Mengonsumsi barang dan jasa yang halal merupakan syarat utama bagi kehidupan manusia Muslim yang menghendaki kehidupan yang baik.

2) Gemar Bersedekah

Selain dikenal kewajiban zakat, setiap Muslim juga dianjurkan untuk berinfak dan bersedekah. Sedekah dapat menjadi keberkahan bagi umat muslim yang menunaikannya. Salah satunya seperti melapangkan rezeki, membuat seseorang yang sedang merintis usaha dan memulai bisnis mendapat keuntungan yang berlimpah.²²

²¹M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, h.45-47.

²²Agung Sasongko, "Gemar Bersedekah Melapangkan Rezeki", "Republika, 3 juli 2020.

3) Larangan Pelit

Bersikap terlalu pelit dan kikir juga dilarang dalam islam. Kekikiran dalam hal ini memiliki dua arti. Pertama, kekikiran adalah ketika seseorang tidak mengeluarkan hartanya untuk kebutuhan diri sendiri dan keluarganya sesuai dengan kemampuannya. Dalam hal ini seseorang sebenarnya mampu memenuhi kebutuhan keluarganya tetapi tidak mau. Kedua, kekikiran adalah ketika seseorang tidak membelanjakan hartanya untuk sesuatu yang memiliki tujuan baik dan amal shalih. Sifat kikir ini termasuk salah satu sifat tercela dalam islam. Sifat kikir mampu membuat seseorang menjadi takut miskin sehingga ujung-ujungnya enggan membelanjakan hartanya di jalan Allah atau berinfak dan bersedekah.

4) Larangan Boros

Etika konsumsi dalam ekonomi islam yang terpenting salah satunya adalah larangan pemborosan. Pemborosan dilarang dalam agama islam sesuai dengan dalil al-Quran. Larangan pemborosan dalam konsumsi ini mengandung beberapa pelajaran antara lain pendidikan moral, pendidikan social, pendidikan kesehatan jasmani dan rohani. ²³

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi

Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain:

1) Faktor – faktor Ekonomi

Ada empat faktor yang menentukan tingkat konsumsi, yaitu:

- a) Pendapatan Rumah Tangga (Household Income). Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi. Biasanya makin baik tingkat pendapatan, tingkat konsumsi makin tinggi. Karena ketika tingkat pendapatan meningkat, kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi

²³H.M. Amin Suma, *Menggali Akar Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Tangerang: Kholam Publishing,2008), h.322.

menjadi semakin besar atau mungkin juga pola hidup menjadi semakin konsumtif, sedikit-tidaknya semakin menuntut kualitas yang baik.

- b) Kekayaan Rumah Tangga (Household Wealth). Tercakup dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (rumah, tanah, dan mobil) dan financial (deposito berjangka, saham, dan surat-surat berharga). Kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable.
 - c) Tingkat Bunga (Interest Rate). Tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi keinginan konsumsi. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi (opportunity cost) dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berutang dahulu, misalnya dengan meminjam dari bank menggunakan kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi.
 - d) Perkiraan Tentang Masa Depan (Household Expectation About The Future). Faktor-faktor internal yang dipergunakan untuk memperkirakan prospek masa depan rumah tangga antara lain pekerjaan, karier dan gaji yang menjanjikan, banyak anggota keluarga yang telah bekerja. Sedangkan faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian domestik dan internasional, jenis-jenis dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.²⁴
- 2) Faktor-faktor Demografi
- a) Jumlah Penduduk. Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per keluarga relative rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi.
 - b) Komposisi Penduduk. Pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi, antara lain; Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau produktif (15-64 tahun),

²⁴H. Abdul Wahab, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Cet. I; Alauddin University Press, 2012), h. 79.

makin besar tingkat konsumsi. Sebab makin banyak penduduk yang bekerja, penghasilan juga makin besar; Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya juga makin tinggi, sebab pada saat seseorang atau suatu keluarga makin berpendidikan tinggi maka kebutuhan hidupnya makin banyak; Makin banyak penduduk yang tinggal di wilayah perkotaan, pengeluaran konsumsi juga semakin tinggi. Sebab umumnya pola hidup masyarakat perkotaan lebih konsumtif dibanding masyarakat pedesaan.

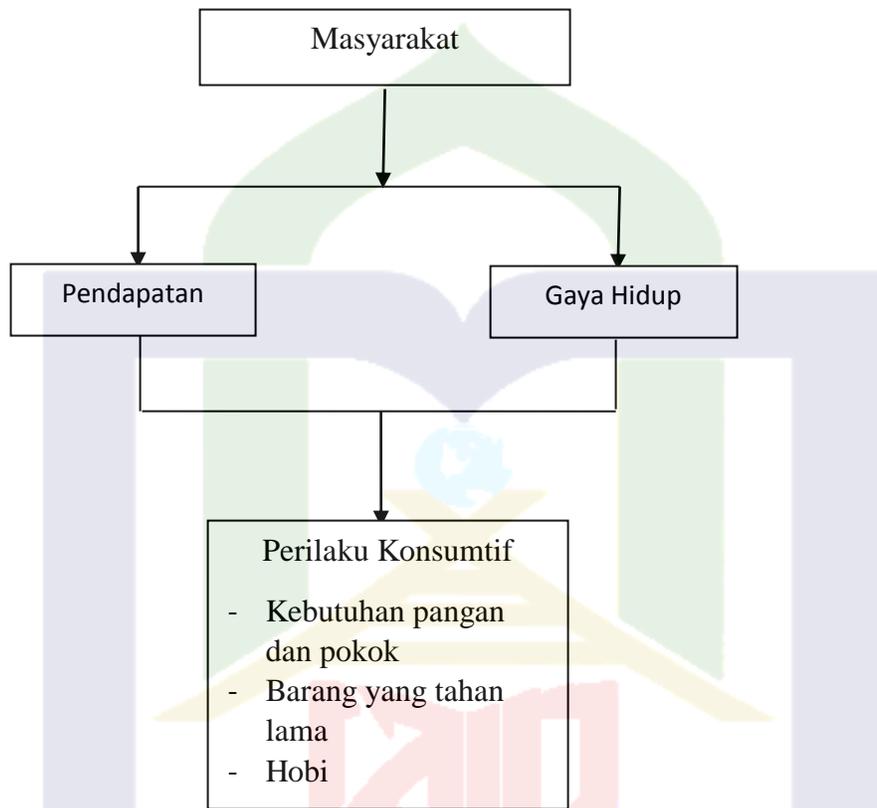
3) Faktor-faktor Non Ekonomi

Faktor-faktor non-ekonomi yang paling berpengaruh terhadap besarnya konsumsi adalah faktor sosial budaya masyarakat. Misalnya saja, berubahnya pola kebiasaan makan, perubahan etika dan tata nilai karena ingin meniru kelompok masyarakat lain yang dianggap lebih hebat/ideal.

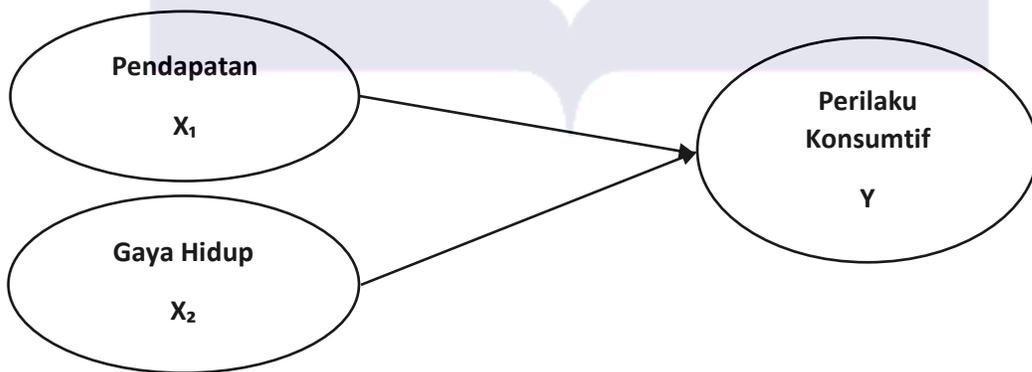
Ketiga faktor yang telah disebutkan diatas saling terkait erat dan saling mempengaruhi. Karena itu, bisa saja terjadi dalam kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah yang memaksakan untuk membeli barang-barang dan jasa yang sebenarnya tidak sesuai dengan kemampuannya.²⁵

²⁵ H. Abdul Wahab, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Cet. I; Alauddin University Press, 2012), h. 81-84.

C. Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah:

- (H₁): Pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif Masyarakat Kelurahan Labukkang Kota Parepare
- (H₂): Gaya Hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Labukkang Kota Parepare.
- (H₃): Variabel Gaya Hidup yang paling dominan berpengaruh secara simultan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Kelurahan Labukkang Kota Parepare.

