

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsumsi merupakan perilaku yang ‘asasi’ dalam kehidupan setiap makhluk hidup termasuk manusia. Sering muncul anggapan bahwa konsumsi hanya perilaku makan dan minum saja. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang dalam menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dengan demikian, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu, dan sebagainya.<sup>1</sup>

Dalam pandangan ekonomi konvensional perilaku konsumsi merujuk pada kegiatan untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mencapai kepuasan yang optimal. Pada dasarnya pandangan tersebut mempelajari tentang upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya tidak terbatas) akan barang dan jasa.<sup>2</sup>

Teori ekonomi konvensional tidak membedakan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Keduanya dianggap sama, yakni relatif tidak terbatas. Pandangan konvensional tersebut menunjukkan sifat materialistis.

---

<sup>1</sup> Sarwono, *Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, INNOFARM : Jurnal Inovasi Pertanian, Vol. 3, No. 2, 2009, h. 45.

<sup>2</sup> Mustafa Edwin Nasution, et al. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010, h. 68.

Konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan, dan lain-lain tanpa mempedulikan dimensi spiritual. Dimensi spiritual dianggap berada di luar otoritas wilayah ilmu ekonomi. Tidak ada yang dapat menghalangi perilaku *homo economicus* kecuali kemampuan dananya.<sup>3</sup>

Bagi ekonomi konvensional konsumsi sekarang tidak memiliki sifat peduli terhadap masa depan diri sendiri di dunia, terlebih untuk masa depan kelak di akhirat. Mengonsumsi alkohol dan rokok, menguras minyak bumi, menebangi hutan, serta proses industri yang menimbulkan polusi dan air merupakan contoh nyata yang bersifat merusak. Bagi ekonomi konvensional yang terpenting ialah bagaimana cara memuaskan utilitas pribadi.<sup>4</sup>

Sedangkan teori ekonomi Islam, seperti menurut Imam Al-Ghazali<sup>5</sup> menyatakan bahwa kebutuhan (*hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapat sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan hidupnya dan menjalankan fungsinya, seperti pemenuhan kebutuhan pangan untuk menolak kelaparan dan kebutuhan pakaian untuk menolak panas dan dingin. Manusia selayaknya mengetahui tujuan utama diciptakannya nafsu ingin makan adalah untuk menggerakkan manusia supaya mencari makanan dalam rangka menutup kelaparan, sehingga fisik manusia tetap sehat dan dapat menjalankan fungsinya secara optimal sebagai hamba Allah. Di sinilah letak perbedaan mendasar antara filosofi yang melandasi teori permintaan Islami

---

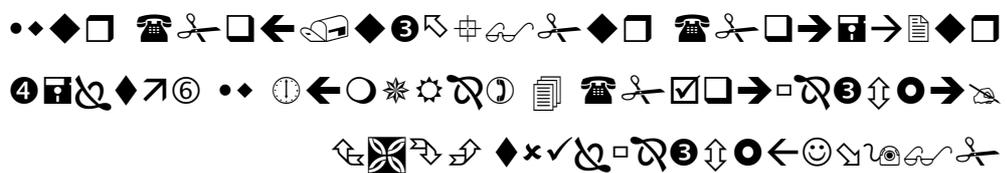
<sup>3</sup> *Ibid.*, h. 69.

<sup>4</sup> *Ibid.*, h. 70.

<sup>5</sup> Al- Ghazali, "Ihya' Ulum al-Din li al- imam al- Ghaali II" dalam Abdur Rohman, "Konstruksi Teori Konsumsi Al- Ghazali" Disertasi Doktor Ilmu Keislaman, Surabaya, Perpustakaan IAIN Sunan Ampel, 2012, h. 10, td.

dan konvensional. Islam selalu mengaitkan kegiatan memenuhi kebutuhan dengan tujuan utama manusia diciptakan, yaitu untuk beribadah kepada Allah.

Menurut Kahf<sup>6</sup> Islam telah memberikan batasan-batasan yang wajar dalam mengkonsumsi barang dan jasa dengan memberikan aturan untuk tidak mengkonsumsi secara berlebihan (*israf*) atau menghambur-hamburkan harta tanpa guna (*tabzir*). Allah telah berfirman dalam surat Al-A'raf ayat 31:<sup>7</sup>



Artinya : "... makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan.

Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”

Dalam ayat tersebut Allah mengutuk perbuatan membelanjakan harta untuk hal-hal yang tidak perlu dan secara boros. Pemborosan kekayaan, yang sebenarnya bisa digunakan oleh masyarakat untuk tujuan produktif dianggap sebagai kezaliman di mata Allah.<sup>8</sup> Meskipun Islam sebenarnya juga membolehkan manusia untuk menikmati kenikmatan yang halal seperti makanan, minuman, dan perhiasan secara umum seperti yang terdapat pada surat Al-A'raf ayat 32 berikut:<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Monzer Kahf, *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Terhadap Fungsi Ekonomi Islam*, Terj. Machnun Husein, Cet. 1, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 28.

<sup>7</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya Juz 1-30*, Edisi Baru, Surabaya: Mahkota, 2002, h. 207.

<sup>8</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Jilid II, Terj. Socroyo dan Nastangin, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995, h. 59.

<sup>9</sup> Depertemen Agama RI, *op.cit*, h. 207.



Artinya : Katakanlah, “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya, untuk hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezeki yang baik?”

Kenikmatan yang diberikan Allah tersebut bahkan dianjurkan untuk dinafkahkan kepada istri dan keluarga, juga bagi lingkungan sosialnya seperti fakir miskin, fi sabilillah, dan ibnu sabil.<sup>10</sup> Sehingga perkembangan ekonomi menjadi bagian tugas dan kewajiban sosial (*fard al-kifayah*) bagi setiap orang yang sudah ditetapkan Allah.<sup>11</sup>

Al-Ghazali<sup>12</sup> mengkritik mereka yang usahanya hanya untuk memenuhi tingkatan subsisten, dalam hidupnya. Walaupun Al-Ghazali memandang manusia sebagai “maximizers” dan selalu ingin lebih, tetapi Al-Ghazali tidak melihat kecenderungan tersebut sebagai sesuatu yang dikutuk agama. Al-Ghazali tidak hanya menyadari keinginan manusia untuk mengumpulkan kekayaan, tapi juga kebutuhannya untuk persiapan kelak di akhirat. Namun demikian, Al-Ghazali memperingatkan jika semangat “selalu ingin lebih” ini

<sup>10</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainal Arifin dan Dahlia Husin, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 142.

<sup>11</sup> Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Cet. 3, Jakarta PT. Raja Grafindo Persada, 2010, h. 63.

<sup>12</sup> Al-Ghazali, dalam Rohman, *op.cit*, h. 12.

menjurus kepada keserakahan dan pengejaran nafsu pribadi, maka hal itu pantas dikutuk. Dalam pengertian inilah Al-Ghazali memandang kekayaan sebagai “ujian terbesar”. Sehingga, sangatlah penting untuk mengontrol pengeluaran dalam memenuhi kebutuhan hidup sesuai dengan *needs* (kebutuhan) dan bukannya sesuai dengan *wants* (keinginan).

Indonesia sebagai negara yang mayoritas (80%) penduduknya beragama Islam, selayaknya dapat memahami nilai-nilai Islam dalam berkonsumsi. Dalam penelitian Kurnia (2010)<sup>13</sup>, mengatakan bahwa konsep yang ditawarkan oleh Islam sementara dapat dipandang bisa mendekati terwujudnya kemakmuran masyarakat jika dilihat dari perbedaannya dengan konsep konsumsi konvensional. Dalam konsep konsumsi Islam terkandung nilai-nilai moral dan sosial (*maslahah*) yang mengakui hak orang lain dalam pemenuhan kebutuhan individu, adanya pengalokasian harta pribadi untuk zakat, infaq, shadaqah, dan kemaslahatan lain yang disisihkan konsumen muslim dalam setiap pemenuhan kebutuhan yang dilakukannya.

Namun faktanya ketika dihadapkan pada berbagai diskon dari berbagai produk dan tarif khusus akhir tahun di berbagai pertokoan, mall, hotel, tempat-tempat wisata, dan ruang-ruang publik lainnya masyarakat berbondong-bondong membelinya, bahkan dengan fasilitas kredit. Ini membuktikan bahwa

---

<sup>13</sup> Aulia Dzikriyati Kurnia, “Analisis Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis Dalam Perspektif Ekonomi Islam)” Skripsi Jurusan Ilmu Pendidikan Sosial, Malang: Perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim, 2010, h. 32, td.

berkonsumsi telah menjadi ideologi yang lekat dengan masyarakat Indonesia.<sup>14</sup>

Berkonsumsi merupakan proses yang netral dan tak bisa dihindari. Namun apabila dilakukan secara berlebihan akan melahirkan gaya hidup konsumtif. Menurut Rohman<sup>15</sup> konsumtivisme adalah mengonsumsi dengan tidak lagi atas pilihan yang rasional berdasarkan kebutuhan, melainkan lebih memperturutkan keinginannya. Lebih jauh dalam budaya konsumtif terjadi kerancuan-kerancuan mengenai apa yang benar-benar diperlukan dan mana yang sekedar kebutuhan semu.

Seiring berkembangnya gaya hidup, fenomena konsumtif justru banyak yang dilakukan secara sadar. Hal ini dalam rangka untuk memperoleh suatu penilaian (*pricetige*) mengenai identitas sosial dihadapan orang lain atau lingkungannya. Bahkan mental konsumtif juga telah merasuki relung bulan Ramadhan yang seharusnya dimanfaatkan untuk beribadah dan menekan segala hawa nafsu melalui kegiatan berpuasa. Berdasarkan berita yang dimuat Hendrawan<sup>16</sup> dapat diketahui bahwa para pengusaha berlomba-lomba menjajakan pakaian khusus di bulan Ramadhan dengan tarif tinggi.

Dalam berita tersebut tertulis bahwa seorang pedagang pasar Bitingan di Kabupaten Kudus mengaku meraih keuntungan berlipat dari penjualan pakaian dengan harga antara Rp 80.000,- sampai Rp 260.000,-, bahkan ada

---

<sup>14</sup> Gery Sulaksono, Melawan Budaya Konsumtif, dalam *Suara Merdeka*, Semarang, 4 Januari 2012, h. 6.

<sup>15</sup> Abdur Rohman, "Konstruksi Teori Konsumsi Al-Ghazali" Disertasi Doktor Ilmu Keislaman, Surabaya, Perpustakaan IAIN Sunan Ampel, 2012, h. 11, td.

<sup>16</sup> Setyo Hendrawan, Pedagang Meraup Untung di Bulan Ramadhan, dalam *Radar Kudus*, Kudus, 28 Juli 2013, h.5.

seorang ibu rumah tangga yang membeli produk pakaian untuk lebaran hingga satu lusin potong. Berbagai iklan produk-produk Islami dengan gencar turut memajang diskon besar di media cetak maupun elektronik cukup mendorong minat beli tersebut. Sehingga bulan Ramadhan menjadi media untuk mengkonsumsi seluruh produk “Islami”.

Dalam penelitiannya Siregar (2009)<sup>17</sup> menemukan bahwa variabel pendapatan nasional, suku bunga deposito, dan inflasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap konsumsi masyarakat di Indonesia. Kemudian, Guritno (2009)<sup>18</sup> mengatakan bahwa inflasi sebagai fenomena ekonomi yang terutama terjadi di negara-negara berkembang seperti Indonesia sangat mempengaruhi kegiatan perekonomian. Di Kabupaten Kudus sendiri inflasi pada bulan Ramadhan, yakni di bulan Juli 2013 mencapai 3,20 % dengan Indeks Harga Konsumen (IHK) sebesar 141, 756. Indeks tersebut adalah yang tertinggi dalam kurun waktu lima tahun terakhir. Berikut tabel inflasi bulan Juli 2013 di Kabupaten Kudus :

Tabel 1.1

Inflasi Bulan Juli Tahun 2013

	Kudus	Semarang	Jateng	Nasional
Inflasi Juli	3,20	3,50	3,41	3,29
Inflasi Tahun Kalender	6,56	6,75	6,73	6,75

<sup>17</sup> Khairani Siregar, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Indonesia, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 3, No. 2, 2008, h. 5.

<sup>18</sup> Nofrianto Guritno, Inflasi, Distribusi Pendapatan, dan Pemenuhan Kebutuhan dalam Ekonomi Islam, dalam *INNOVATIO*, Vol. VIII, No. 2, Juli-Desember, 2009, h. 37.

Inflasi Year On	8,56	8,46	8,27	8,61
Year				

Sumber : BPS Kabupaten Kudus.

Inflasi bulan Juli 2013, Kabupaten Kudus yaitu sebesar 3,20 % adalah yang terendah dibandingkan dengan inflasi bulan Juli di Kota Semarang, Provinsi Jateng, serta Nasional. Untuk inflasi tahun kalender, Kabupaten Kudus sebesar 6,56 % lebih rendah dibanding nasional, Kota Semarang, dan Provinsi Jateng. Keadaan ini dikarenakan sebagian besar komoditas konsumsi yang beredar di Kabupaten Kudus berasal dari daerah lain. Penyebab inflasi di Kabupaten Kudus bulan Juli tahun 2013 adalah akibat naiknya harga sayur-sayuran, daging, ikan segar, dan bumbu-bumbuan, dan transportasi. Utamanya naiknya harga BBM. Berikut tabel harga rata-rata komoditas di Kabupaten Kudus pada bulan Juli 2013 :

Tabel 1.2

Harga Rata-rata Komoditas di Kabupaten Kudus Juli 2013 (Rp)

Komoditas	Juni	Juli	Perubahan (%)
Beras (kg)	7500	7500	0,00
Telur (kg)	18000	19000	5,26
Minyak Goreng (kg)	12500	13000	3,85
Gula Pasir (kg)	11500	11500	0,00
Ayam Potong (kg)	24000	31000	22,58
Cabe Merah (kg)	23750	30500	22,13

Bawang Merah (kg)	30000	45000	33,33
Bawang Putih (kg)	20000	16000	-25,00
Emas (gram)	437,750	425,500	-2,88
Kurs jual 1 USD	9,232	9,345	1,21
Kurs beli 1 USD	9,136	9,248	1,21

Sumber : BPS Kabupaten Kudus.

Pada bulan Juli 2013, komoditas yang mengalami fluktuasi harga paling tinggi yaitu komoditas bawang merah yang mengalami kenaikan harga sebesar 33,33 % yaitu dari Rp23.750,00 menjadi Rp30.500,00. Sedangkan komoditas bawang putih mengalami penurunan harga paling besar yaitu sebesar Rp16.000,00 dibanding harga bulan lalu. Untuk komoditas yang tidak mengalami perubahan harga adalah gula pasir yaitu harga stabil pada Rp11.500,00 dan beras stabil pada harga Rp7.500,00. Dari tabel di atas, beberapa komoditas yang mengalami perubahan harga, baik kenaikan maupun penurunan harga memberikan kontribusi pada besaran laju inflasi bulan Juli di Kudus sebesar 3,20 %.

Meskipun inflasi bulan Juli di Kabupaten Kudus lebih rendah daripada Semarang, Jawa Tengah, dan nasional, laju inflasi di Kabupaten Kudus jika dilihat dari indikator ekonomi makro yang tercatat di Badan Pusat Statistik (BPS) Kudus selama tiga tahun terakhir ialah 2010 (7,65%), 2011 (3,34%), dan 2012 (6,83%). Dengan demikian dapat diketahui bahwa laju inflasi di Kabupaten Kudus cukup tinggi, sehingga konsumsi masyarakat terhadap

barang dan jasa pun cukup tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat kecenderungan perilaku konsumsi masyarakat Kudus ke arah konsumtif.

Untuk mengetahui apakah perilaku konsumsi tersebut berorientasi pada *satisfying wants* (pemuasan keinginan) atau *meeting needs* (pemuahan kebutuhan), haruslah diketahui pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran pada tiap rumah tangga dalam dua kondisi yang berbeda, yakni kondisi normal dan tidak normal. Dimana kondisi normal adalah hari-hari biasa tanpa adanya momentum untuk melakukan konsumsi lebih banyak. Sedangkan kondisi tidak normal adalah ketika terjadi momentum untuk melakukan konsumsi lebih banyak, misalnya menjelang lebaran. Hal ini didasarkan pada teori Keynes yang menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat tergantung (berbanding lurus) dengan pendapatannya ( $C=a+bY$ ).

Skripsi ini mengangkat judul, “Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga (Analisa Komparasi Perilaku Konsumsi *Satisfying Wants* VS *Meeting Needs* Antara Kondisi Normal dan Tidak Normal Pada Ibu-ibu Rumah Tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus).” Pilihan obyek ibu rumah tangga dilatarbelakangi oleh peran ibu rumah tangga menjadi pengelola keuangan keluarga. Mereka hidup di lingkungan sosial yang tidak lepas dari masuknya informasi-informasi dan pengalaman-pengalaman yang ditawarkan oleh berbagai media massa. Menurut Wiwik<sup>19</sup>, ibu rumah tangga muslim seharusnya memiliki manajemen diri yang tinggi dalam

---

<sup>19</sup> Wiwik Wahyu Widayati, “Hubungan Manajemen Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Ibu Rumah Tangga yang Tidak Bekerja” Skripsi Program Studi Psikologi, Yogyakarta: Perpustakaan Universitas Islam Indonesia, 2008, h. 15, td.

berkonsumsi, karena dapat mengatur perilaku konsumsinya sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang melarang adanya *israf* dan *tabzir*.

## **1.2 Perumusan Masalah**

1. Pada kondisi normal (hari-hari biasa), apakah pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus?
2. Pada kondisi tidak normal (menjelang lebaran), apakah pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus?
3. Apakah terdapat perbedaan perilaku konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus antara kondisi normal (hari-hari biasa) dan kondisi tidak normal (menjelang lebaran)?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Tujuan dan manfaat dalam penelitian ini diantaranya:

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

1. Mengetahui pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus dalam kondisi normal (hari-hari biasa).
2. Mengetahui pengaruh pendapatan terhadap pengeluaran konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus dalam kondisi tidak normal (menjelang lebaran).
3. Mengetahui perbedaan perilaku konsumsi ibu-ibu rumah tangga Desa Loram Kulon Jati Kudus antara kondisi normal (hari-hari biasa) dan tidak normal (menjelang lebaran).

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki manfaat teoritis maupun praktis, sebagai berikut :

1. Manfaat teoritis, yakni sebagai wadah dalam menambah dan mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam, khususnya hal yang berkaitan dengan perilaku konsumsi Islam.
2. Manfaat praktis, yakni sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait dengan perilaku konsumsi masyarakat yang berdasarkan nilai-nilai Islam.

### **1.4 Sistematika Penelitian**

BAB I : Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

**BAB II : Tinjauan Pustaka**

Bab ini memuat tentang konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian terdahulu, kerangka dasar teori, kerangka pemikiran teoritik, dan hipotesis penelitian.

**BAB III : Metode Penelitian**

Bab ini memaparkan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, variabel penelitian dan pengukuran, serta teknik analisis data.

**BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan**

Bab ini memaparkan penyajian data dan analisis data.

**BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Bab ini memuat kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran.