

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan manusia dalam hidupnya sangatlah beragam baik itu kebutuhan primer maupun sekunder. Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu, masyarakat secara keseluruhan pasti melakukan kegiatan konsumsi. Kegiatan konsumsi dilakukan karena adanya keinginan untuk memperoleh barang dan jasa. Kegiatan konsumsi dilakukan dengan tujuan akhir untuk mencapai tingkat kepuasan individu. Berbagai macam barang pada umumnya dikonsumsi oleh masyarakat sesuai dengan tujuan dan manfaatnya. Mulai dari barang pokok seperti makanan, baju, rumah, sampai dengan barang mewah seperti perhiasan dan mobil. Pada umumnya, seseorang tidak akan pernah puas dengan barang atau jasa yang telah diperolehnya, selalu saja ada hal lain yang membuat masyarakat untuk menambah kebutuhan hidup.

Semakin tinggi kebutuhan tertentu semakin berkurang pentingnya kebutuhan untuk sekedar bertahan.¹ Dengan perkembangan zaman seseorang melakukan kegiatan konsumsi bukan karena dasar kebutuhan namun karena untuk kesenangan

¹ Abraham Maslow. *Motivasi dan Kepribadian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1993. Hlm 120

sendiri, sehingga menyebabkan seseorang boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau *konsumerisme*. Perilaku konsumtif menunjukkan identitas diri. Hal ini dapat dilihat dari cara membeli barang bermerk yang harganya mahal.

Perilaku konsumtif cenderung dilakukan oleh remaja hingga dewasa, dimulai dari umur 17 tahun hingga 21 tahun.² Karena masa ini adalah masa dimana mencari identitas diri dengan menunjukkan kualitas yang harus ditunjukkan kepada orang lain. Fase pada masa remaja dibagi menjadi 3 yaitu masa remaja awal (13-15 tahun), masa remaja madya (15-17 tahun), masa remaja akhir (17-21 tahun). Pada masa remaja diantaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif.³ Pada masa dewasa, perilaku konsumtif terjadi disebabkan oleh lingkungan sosial seseorang, atau karena sebuah harga diri, dan tuntutan kerja. Hal ini cenderung terjadi karena emosional yang kurang

2

http://www.kompasiana/perilakukonsumtif_55a70ce6ea834ad6c552d01 diakses pada 25 Maret 2017 pukul 07.10 Wib.

³ Regina C.M. Chita *Hubungan Antara Self Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Kedokteran Universitas Sam Ratulangi*, Jurnal *E-Bm* Vol.3 No.1. (Manado: Universitas Sam Ratulangi, 2015)

stabil, sehingga terbentuk perilaku konsumsi yang dapat berkembang menjadi perilaku konsumtif. Jika individu tidak memiliki kekuatan diri, maka individu-individu tersebut akan terjebak dalam perilaku konsumtif yang memperuntukkan segala keinginan dengan harapan mendapatkan kepuasan. Dengan demikian, nilai- nilai agama dalam aspek *religiusitas* menjadi filter terakhir yang akan melindungi seseorang individu agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif yang menyimpang dari agama.

Dalam islam, perilaku seorang konsumen harus mencerminkan *religiustas* dirinya dengan Allah Swt. Setiap pergerakan dirinya, yang berbentuk belanja sehari-hari, tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian, dia lebih membatasi dirinya dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir, dan tidak tamak supaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat.⁴ Dalam islam perilaku konsumtif diartikan dengan *israf* yang artinya berlebihan. Jika seorang muslim menjalankan *religiusitas* agama dengan baik, dia akan menghindari perilaku *israf*, karena perilaku *israf* merupakan sikap boros yang dengan

⁴ Muhammad muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006, hlm 4

sadar dilakukan hanya untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka.⁵ Dalam Al-Quran dijelaskan bahwa:

*“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rizqi yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”*⁶ (Q.S. Al Baqarah 172)”

Selain dengan menanamkan nilai *religiusitas* cara agar seseorang dapat diidentifikasi memiliki perilaku konsumtif adalah dengan melihat disekitar lingkungan sosial. Lingkungan sosial salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Apabila dalam suatu lingkungan sosial rata-rata didominasi oleh anggota yang konsumtif, maka individu lain akan terpengaruh. Lingkungan sosial yang memiliki kelas yang tinggi cenderung untuk lebih mudah terpengaruh oleh perilaku konsumtif. Lingkungan sosial merupakan lingkungan dimana dia tinggal atau lahir dan menetap dan bergaul dengan orang-orang terdekatnya. Seperti di lingkungan pedesaan, lingkungan rumah dimana seseorang tinggal, lingkungan perkotaan dimana seseorang sering melakukan aktivitas, lingkungan kos-kosan, dan lingkungan pesantren yang memiliki nilai *religiusitas*.

⁵ Muhammad muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada, 2006, hlm, 8

⁶ *Al-Qur'anul Karim*

Pesantren merupakan lembaga pendidikan islami yang dikenal oleh masyarakat sebagai lembaga untuk menanamkan nilai-nilai *religiusitas* dalam beragama, dengan tujuan menanamkan kontrol diri dalam hal keduwawian. Fungsi pesantren sebagai lembaga sosial dan penyiaran agama adalah untuk mentransfer ilmu-ilmu islam, pemeliharaan tradisi islam, dan reproduksi ulama.⁷ Sebagaimana pesantren lain pada umumnya inti aktivitas pesantren adalah dibidang keagamaan yaitu penanaman nilai *religiusitas* terhadap santri. Adapun penampilan pendidikan pesantren sekarang lebih beragam merupakan akibat dinamika kemajuan zaman yang mendorong terjadinya perubahan terus-menerus, sehingga menyebabkan terjadinya perubahan sistem pendidikan.⁸ Dalam kaitannya dengan aktivitas ekonomi. Lingkungan pesantren seharusnya terhindar dari yang namanya perilaku konsumtif para santrinya. Namun faktanya tidak sedikit santri yang tidak menanamkan *religiusitas* dalam kegiatan ekonominya cenderung para santri mengabaikan sisi *religiusitasnya*, banyak ditemui para santri yang cenderung memiliki perilaku konsumtif.

⁷ Sukthon Masyhud. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka, 2004. Hlm 90.

⁸ *Ibid hal 94*

Salah satu obyek yang menjadi bahasan peneliti adalah Pondok Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang yang santrinya berjumlah 310 santri dengan rata-rata berusia 19-24 tahun didominasi oleh para mahasiswa dan usia mahasiswa yang kemungkinan tidak memiliki pendapatan tetap kecuali uang saku dari orang tua,⁹ santri dan mahasiswa juga melakukan aktivitas ekonomi setiap harinya termasuk konsumsi. Konsumsi di kalangan mahasiswa biasanya berpusat pada keperluan seputar perkuliahan seperti membeli buku, foto kopi, akses internet,transpot dan sebagainya. Konsumsi makanan. Serta konsumsi yang bersifat kesenangan bagi mahasiswa juga meliputi konsumsi akan belanja online, jalan-jalan, isi pulsa internet, dll. Selain dari kebutuhan pokok para santri dapat dilihat bahwa santri yang mudah mengeluarkan belanja kesenangan termasuk memiliki perilaku konsumtif.

Hasil wawancara sederhana yang dilakukan oleh peneliti pada hari Senin 20 Maret 2017 di pondok pesantren Al-Himah Tugurejo Semarang, menunjukkan bahwa dari sebagian santri memiliki perilaku konsumtif. Sebagai lembaga

⁹ Ridony Taufiq. *Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*, Skripsi, (Yogyakarta: Program Studi Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta,2014. Hlm 4

pendidikan islami dengan menanamkan nilai-nilai islam didalam diri para santri, seharusnya para santri mampu menanamkan nilai *religiusitasnya* penerapan dikehidupan nyata.¹⁰

Tabel 1.1

**Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Santri
Ponpes Al-Hikmah (Wawancara awal):**

No	Nama	Jenis Pengeluaran (dalam ratusan ribu (000,-))			Jumlah
		Makanan	Bersifat Kesenangan (Belanja Online, Nonton Bioskop, Jalan-Jalan, Isi Pulsa)	Belajar (Transport, Alat Tulis, Tugas)	
1	<i>Laila Magfiroh</i>	400	300	0	700
2	Ana Nur Aida	450	400	200	1.050
3	Ika Wahyuni	400	200	250	850
4	<i>Diana</i>	350	100	0	450
5	Liana	500	300	200	1.000
6	Muliatul Laili	500	500	250	1.250
7	Siti Sarah	450	150	200	800
8	Khilma Nur	500	500	200	1.200
9	<i>Elok Faiqoh</i>	400	200	0	600
10	<i>Riska Setiani</i>	400	100	0	500

Sumber: data pondok pesantren Al-Hikmah 2017

¹⁰ Abdul halim Soebahar. *Modernisasi Pesantren Suatu Transformasi Kepemimpinan Kiai Dan Sistem Pendidikan Pesantren*. Yogyakarta: LKIS, 2013. Hlm 33

Tabel 1.1 menunjukkan perilaku konsumtif santri rata-rata dalam satu bulan. Perilaku konsumtif dapat dilihat ketika jumlah pengeluaran untuk belajar lebih sedikit dibandingkan pengeluaran yang bersifat kesenangan, sebagian santri lebih banyak belanja dalam hal bentuk kesenangan, kecenderungan ini lebih banyak dilakukan oleh santri yang berstatus mahasiswa. Santri mahasiswa memiliki pengeluaran dengan kisaran satu juta rupiah, sedangkan santri yang bukan berstatus mahasiswa rata-rata memiliki pengeluaran hanya dengan kurang dari satu juta rupiah, santri mahasiswa yang pengeluarannya kurang dari satu juta rupiah adalah santri yang tingkat pembelanjaan yang bersifat kesenangan lebih sedikit lebih banyak pada pengeluaran yang bersifat belajar. Dalam kaitannya dengan perilaku mahasiswa dan santri sebagai konsumen, walaupun sebagian besar tidak memiliki penghasilan tetap, tetapi ternyata mereka memiliki pengeluaran yang cukup besar. Menunjukkan perilaku konsumtif para mahasiswa cukup tinggi, jika tidak dipengaruhi *religiusitasnya* maka tidak dapat diperkirakan kenaikannya.

Berdasarkan fenomena diatas terdapat penelitian terdahulu yang pernah melakukan penelitian tentang perilaku

konsumtif dipengaruhi oleh *religiusitas*. Hendra Pratama.¹¹ Dalam penelitiannya menunjukkan pengaruh negatif religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa tingkat awal di Universitas Pendidikan Indonesia Bandung. Siti Qudsiyah.¹² Dalam penelitiannya menganalisis pengaruh nilai-nilai religiusitas terhadap etika konsumsi islami mahasiswa yang tinggal dikawasan pesantren daerah tauhid. Dengan hasil penelitian nilai-nilai religius berpengaruh positif terhadap etika konsumsi islami yang artinya semakin baik pemahaman mahasiswa atas nilai-nilai religiusitas maka perilaku konsumsinya semakin etis. Siti chatijah¹³. Menjelaskan ada hubungan yang negative yang sangat signifikan antara *religiusitas* dengan sikap konsumtif remaja. Nurwitasari mengatakan bahwa religiusitas dan status sosial ekonomi keluarga memiliki pengaruh yang negatif terhadap gaya

¹¹ Hendra Pratama. *Hubungan Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Tingkat Awal Di Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Skripsi*. (Bandung: Univeritas Pendidikan Indonesia Bandung, 2015)

¹² Siti Qudsiyah, dkk. *Pengaruh Nilai Religiusitas terhadap Etika Konsumsi Islami Mahasiswa di Kawasan Pesantren Daerah Tauhid Kota Bandung, Jurnal* (Bandung: Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Bandung, 2015).

¹³ Siti Chatijah. *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Sikap Konsumtif Remaja*, Jurnal HUMANITAS Vol.4. (Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada, 2007).

hedonisme remaja. Berdasarkan hasil penelitian diatas, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan judul “**ANALISIS PENGARUH *RELIGIUSITAS* TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF SANTRI DI PESANTREN AL-HIKMAH TUGUREJO SEMARANG**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas, maka permasalahan yang dapat diangkat dari penelitian ini adalah:

1. Seberapa Besar Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Perilaku Konsumtif Santri di Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang?
2. Bagaimana Analisis Pengaruh *Religiusitas* Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Di Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang?

1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

A. Tujuan Penelitian

Pada dasarnya pengajuan setiap proposal baik berupa rencana penelitian maupun rencana kegiatan memiliki tujuan tertentu.¹⁴Berdasarkan permasalahan diatas, maka yang menjadi tujuan yang hendak dicapai dari penelitian yang

¹⁴ Dalman, *Menulis Karya Ilmiah*, Jakarta: Pt RajaGrafindo Persada, 2013 hlm 179

penulis lakukan pada Pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang adalah:

- A. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif para santri di pondok pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang
- B. Untuk menganalisis pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di pesantren Al-Hikmah Tugurejo Semarang.

B. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan baik secara teoritis, maupun praktis, antara lain sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis
 - a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian dalam menambah pengetahuan secara teoritis tentang pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di pondok pesantren Al-hikmah Tugurejo Semarang
 - b. Hasil penelitian ini dapat dipergunakan untuk referensi penelitian selanjutnya yang relevan

- c. Pada bagian ini ditunjukkan manfaat penelitian atau pentingnya penelitian terutama bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam arti luas.¹⁵

2) Manfaat Praktis

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran mengenai pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di pondok pesantren Al-hikmah Tugurejo Semarang.

2. Bagi Para santri

Sebagai bahan pertimbangan dalam membuat pengeluaran yang tepat dalam melakukan kegiatan konsumtif para santri di pondok pesantren Al-hikmah Tugurejo Semarang

3. Bagi Ilmu Pengetahuan

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam mengembangkan penelitian yang sejenis. Penelitian ini sebagai sumbangan pemikiran dan bahan informasi yang dapat digunakan sebagai penelaah lebih lanjut maupun bahan pembangunan ekonomi islam di Indonesia khususnya dunia pesantren dan hubungannya dengan ekonomi islam.

¹⁵ Bahdin Nur Tanjung, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Proposal, Skripsi, Dan Tesis Dan Mempersiapkan Diri Menjadi Penulis Artikel Ilmiah*. Jakarta: Kencana, 2013, hlm 58

4. Bagi Universitas Islam Negeri Walisongo

Penelitian ini bertujuan sebagai tambahan untuk menambah referensi perpustakaan dan menambah materi tentang pengaruh *religiusitas* terhadap perilaku konsumtif santri di pondok pesantren Al-hikmah Tugurejo Semarang

Sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan acuan bagi mahasiswa atau yang berkepentingan untuk bahan penelitian selanjutnya.

1.4 Sistematika Penulisan

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, Sistematika yang digunakan dalam menyusun penulisan ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Materi pokok yang dibahas dalam bab ini berisi tentang latar belakang perlunya menganalisis pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif santri di pondok pesantren Al-hikmah Tugurejo Semarang, Rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

Bab II Tinjauan Pustaka

Materi pokok yang dibahas dalam bab ini adalah berisi tentang kerangka pemikiran yang menggambarkan alur penelitian ini, penelitian terdahulu yang mendukung serta hipotesis

Bab III Metode Penelitian

Bab ini merupakan penjabaran lebih rinci tentang metode penelitian. Sub bab pada metode penelitian adalah Jenis dan Sumber Data, Populasi dan Sampel, Metode Pengumpulan Data, Variabel Penelitian dan Pengukuran, Teknik Analisis data.

Bab IV Analisis Data Dan Pembahasan

Bab ini membahas tentang keterkaitan antar faktor-faktor dari data yang diperoleh dari masalah yang diajukan kemudian menyelesaikan masalah tersebut dengan metode yang diajukan dan menganalisa proses dan hasil penyelesaian masalah.

Bab V Kesimpulan Dan Saran

Bab ini menjelaskan kesimpulan yang dengan pokok butir-butir temuan (hasil penelitian dan bahasan) disesuaikan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian pihak atau instansi terkait maupun peneliti berikutnya berdasarkan pada hasil temuan. Saran harus selaras dengan topik penelitian.