

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Agama merupakan salah satu karakteristik demografi yang sangat penting. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh berbagai lembaga, tercatat beragam agama yang paling dianut oleh penduduk di dunia, yaitu: Kristen, Islam, Hindu dan Budha, Sikh, Sintho, Judaism, Bahai, Confusiansm, Jainism, Zoroastrianism, dan Taoism. Setiap agama memberikan ajaran yang sangat berpengaruh terhadap sikap, persepsi dan perilaku konsumen dari para penganutnya.¹

Agama merupakan kepercayaan akan keberadaan Tuhan. Hampir sebagian besar manusia yang hidup di dunia, umumnya memeluk salah satu agama. Agama resmi yang dianut oleh penduduk Indonesia adalah Islam, Protestan, Katholik, Hindu dan Budha. Sebanyak 87,20% dari jumlah total populasi penduduk yang menganut agama Islam, kemudian diikuti oleh agama Protestan sebanyak 6,21% dan Katholik sebanyak 3,32% yang jika dijumlahkan adalah sebanyak 9,53% merupakan umat Kristiani. Setelah Kristiani, kemudian agama Hindu sebanyak 2,20% dan agama Budha sebanyak 1,07%. Setiap agama tersebut memiliki tata aturan

¹ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011, hal. 197.

sendiri, dan aturan dalam agama tersebut menjadi salah satu hal yang mempengaruhi perilaku konsumen di Indonesia.²

Agama Islam adalah agama yang dianut oleh sebagian besar penduduk Indonesia dan mempengaruhi kehidupan penduduk muslim di Indonesia. Dalam agama Islam terdapat ajaran untuk mengakui keberadaan Allah SWT, mendirikan sholat, menunaikan puasa Ramadhan, membayar zakat, dan melakukan perjalanan haji bila memiliki kemampuan. Keenam prinsip dasar dari ajaran Islam tersebut telah mempengaruhi bagaimana seorang muslim berperilaku sebagai konsumen.³

Dengan kata lain, Islam mengajarkan umatnya untuk menjalankan syari'at Islam secara keseluruhan (*kaffah*). Islam tidak hanya mengatur aspek ibadah *mahdah* saja yang menyangkut hubungan vertikal antara manusia dan pencipta-Nya, akan tetapi juga menyangkut semua bentuk aktivitas yang berimplikasi sosial yang aktivitas tersebut disertai dengan berbagai aturan dan tuntutan sebagaimana yang terkandung dalam Fiqh Mu'amalat, agar dalam aktivitas tersebut tidak semata-mata mencari kepuasan semata dengan mengesampingkan etika dan moral, tanpa sedikitpun melibatkan nuansa religi dan sosial.

Sebagai contoh, dengan adanya perintah untuk melaksanakan salat lima waktu, membuat konsumen mengalokasikan waktunya untuk melaksanakan ibadah salat tersebut. Kewajiban sholat inipun mempengaruhi penyediaan sarana ibadah, dimana berbagai gedung dan

² *Ibid.*, hal. 200.

³ *Ibid.*, hal. 201.

perkantoran serta pusat perbelanjaan dan kompleks perumahan atau apartment serta tempat-tempat publik lainnya menyediakan atau membangun gedung khusus atau ruangan khusus yang diperuntukkan untuk salat. Konsumen muslim pun akan memilih dan mengkonsumsi makanan halal. Ketentuan makanan halal dalam ajaran Islam sangat mempengaruhi semua konsumen muslim dalam menentukan makanan yang akan dikonsumsinya.⁴

Ekonomi merupakan salah satu ilmu sosial yang mempelajari aktivitas-aktivitas manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi terhadap barang dan jasa. Monzer Kahf mengungkapkan bahwa ekonomi pada umumnya didefinisikan sebagai kajian tentang perilaku manusia dalam hubungannya dengan pemanfaatan sumber-sumber produktif yang langka untuk memproduksi barang-barang dan jasa-jasa serta mendistribusikannya untuk dikonsumsi. Dengan demikian, bidang garapan ekonomi adalah salah satu sektor dalam perilaku manusia yang berhubungan dengan produksi, distribusi dan konsumsi.⁵

Konsumsi erat kaitannya dengan membelanjakan harta, Islam dengan jelas dan tegas menyatakan dalam QS. Al-Israa' (17): 27⁶

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

27. *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*

⁴ *Ibid.*, hal. 224.

⁵ Monzer Kahf. *Ekonomi Islam: Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995. Hal. 2.

⁶ QS. al-Israa' (17): 27. Qur'an in Word ver 1.2.0. Taufiq Product.

Mereka mengatakan: “Sesungguhnya yang dikatakan *tabdzir* (berbuat mubadzir) ialah membelanjakan harta tidak pada tempatnya, bisa dalam bentuk maksiat, bisa juga pada tempat yang tidak ada faedah dalam bentuk bermain-main dan menghambur harta tersebut. Sedangkan sikap berlebih-lebihan adalah dalam bentuk berlebih-lebihan dalam makanan, minuman dan pakaian tanpa hajat.

Membelanjakan harta dalam sisi ekonomi termasuk dalam aktivitas perilaku konsumtif, akan tetapi dalam islam membelanjakan harta atau perilaku konsumtif ini menunjukkan kewajiban mengatur pembelanjaan harta dengan menggunakannya untuk hal-hal yang baik dan diridhai oleh Allah SWT, karena pada hari kiamat nanti manusia akan dimintai pertanggungjawaban tentang harta yang mereka belanjakan sewaktu di dunia.

Menurut Muhammad Muflih dalam bukunya *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, menyatakan bahwa belum didapati sebuah Negara Muslim yang menerapkan ekonomi Islam sepenuhnya berdasarkan ajaran al-Qur’an, al-Hadits, para sahabat, dan ijtihad ulama, tetapi dalam kehidupan sehari-hari kita dapat merasakan perbedaan perilaku konsumsi antara masyarakat yang memegang teguh keimanan dan ketakwaan dengan yang tidak.⁷

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia tidak akan mampu melaksanakan kehidupan spiritual dan material tanpa terpenuhinya

⁷ Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006, hal. 3.

kebutuhan primer seperti makan, tempat tinggal, maupun keamanan, yang dalam aktivitas ekonomi dasar disebut konsumsi. Konsumsi merupakan permintaan, sedangkan produksi adalah penyediaan. Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi adalah terletak pada acara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialitis semata dan pola konsumsi modern.⁸

Untuk itulah, konsumsi (*consumptive*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika dipandang secara khusus, maka sering kali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna tersebut.⁹ Seperti memanfaatkan angkutan umum sebagai alat transportasi, *smartphone* sebagai alat berkomunikasi, serta memanfaatkan layanan lembaga keuangan sebagai tempat untuk menabung atau menginvestasikan hartanya di era globalisasi saat ini.

Permasalahan yang muncul di era globalisasi ini menarik kita untuk meninjau kembali mengenai budaya yang berkembang pada masyarakat Indonesia. Diantaranya termasuk pola hidup konsumtif

⁸ Mannan, Abdul. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek (Dasar-dasar Ekonomi Islam)*. Jakarta: Intermedia, 1997, hal. 44.

⁹ Suwiknyo, Dwi. *Kompilasi Tafsir Ayat-ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, hal. 148.

masyarakat yang sering di pandang sebagai salah satu dampak pengaruh globalisasi. Globalisasi inilah yang mendasari terjadinya perubahan-perubahan kebiasaan dan cara pandang manusia di berbagai lapisan masyarakat terhadap suatu obyek. Fenomena tersebut juga tidak terlepas dari budaya asing yang berdampak pada terbentuknya kebiasaan-kebiasaan baru yang mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, timbul beberapa permasalahan yang perlu kita tinjau kembali. Dalam hal ini timbul argument bahwa remaja merupakan komoditas utama dari menyebarnya perilaku konsumtif masyarakat.¹⁰

Seorang remaja dapat dikatakan konsumtif apabila ia memiliki atau menggunakan barang dan jasa demi pertimbangan status sosial, dengan katalain memanfaatkannya bukan untuk memenuhi kebutuhannya tetapi karena untuk menunjukkan status pemiliknya. Oleh karena itu, bisa dibilang remaja merupakan kelompok yang berorientasi konsumtif, karena hal tersebut merupakan wujud ekspresi dari perilaku eksperimental yang dimiliki oleh remaja untuk mencoba suatu hal yang baru demi menemukan jati diri mereka yang sesungguhnya.

Perilaku konsumtif remaja tersebut bisa saja timbul melalui lingkungan sosial remaja, karena saat remaja lingkungan sosial atau lingkungan pergaulan remaja mempunyai pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan perilaku, yang lebih besar dibandingkan keluarga. Lingkungan sosial yang dimaksud pada penelitian adalah

¹⁰ www.kompasiana.com tentang *Gaya Hidup Remaja Konsumtif* diakses pada 6 Maret 2016

lingkungan dimana para remaja menghabiskan banyak waktu mereka bersama teman-temannya, salah satunya lingkungan sekolah. Berada jauh dari keluarga, memiliki teman-teman yang berasal dari berbagai daerah yang mempunyai latar belakang sosial, budaya daerah, pendidikan, tingkat kecerdasan spiritual dan non spiritual, serta kemampuan akademik yang sangat beragam . Hal-hal tersebut diasumsikan peneliti memiliki pengaruh pada pola pikir remaja yang bersekolah dan berpengaruh pula terhadap pola konsumsi pada remaja tersebut. Hal ini dapat kita lihat pada sekolah dengan model pendidikan sekolah berbasis Islam.

Jika berbicara terkait sekolah berbasis Islam, kita akan mengenal sosok KH. Ahmad Dahlan. Sosok yang mempelopori lahirnya Muhammadiyah. KH. Ahmad Dahlan merasa bahwa lembaga-lembaga pendidikan Islam yang ada belum memuaskan dalam melahirkan kader-kader Islam. Pada masa itu pula, sistem pendidikan terbagi menjadi dua, yaitu: *pertama*, pendidikan dengan sistem pondok pesantren yang secara keseluruhan masih memerlukan penyempurnaan terutama segi-segi yang bersifat umum dan kecakapan-kecakapan praktis lainnya. *Kedua*, pendidikan dengan sistem sekolah yang masih lemah akan pendidikan moral dan agama. Dengan kenyataan tersebut, KH. Ahmad Dahlan berusaha mengkombinasikan unsur-unsur yang baik dari kedua sistem

yang ada. Dan akhirnya berdirilah Sekolah Muhammadiyah yang berdiri pada tahun 1911¹¹.

Pada mulanya, sekolah yang didirikan oleh KH. Ahmad Dahlan untuk anak orang-orang kelas menengah kebawah, merekapun tak dipungut biaya sedikitpun. Sebab, hanya dengan bekal keikhlasan yang beliau tancapkan dalam hati serta niat beliau yang ingin mencerdaskan bangsa agar tidak terus-menerus terjajah. Akan tetapi, seiring berkembangnya zaman, sekolah Muhammadiyah saat ini kenyataannya mereka berlomba membangun gedung-gedung sekolah mewah dengan pendidikan bertaraf internasional, dengan mendatangkan pengajar-pengajar serta fasilitas-fasilitas sekolah yang canggih untuk menarik perhatian para orangtua calon siswa di Sekolah Muhammadiyah.¹²

Sayangnya, hanya mungkin karena hal tersebut biaya untuk masuk saja bisa menguras isi kantong seseorang yang berpenghasilan kelas menengah ke bawah. Inilah yang menjadi problema saat ini, banyak orang tua yang ingin menyekolahkan di sekolah yang berbasis ke Islaman di Sekolah Muhammadiyah tentunya. Hal tersebut hanya menjadi bayangan semata. Hanya mereka yang berpenghasilan lebih yang bisa masuk di dalamnya.¹³

Sekolah-sekolah yang menyediakan model pendidikan berbasis sekolah Islam salah satunya adalah SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta

¹¹ Madrasah Mu'allimin Mu'allimaat Muhammadiyah Yogyakarta. Kemuhammadiyah, hal. 16-20.

¹² www.imm.com tentang *Ada Apa dengan Sekolah Muhammadiyah* diakses pada 6 Maret 2016

¹³ *Ibid*

yang merupakan sekolah berbasis Islam milik Muhammadiyah. Berdiri sejak Oktober 1948, dan telah resmi dinobatkan pada tahun 2008 sebagai salah satu sekolah RSMA-BI (Rintisan Sekolah Menengah Atas-Bertaraf Internasional) di Kota Yogyakarta.¹⁴

Berdasarkan pengamatan peneliti pada siswa-siswi SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta, terlihat bahwa gaya hidup siswa-siswi SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta tidak jauh berbeda dengan gaya hidup kebanyakan pelajar pada umumnya ketika berada di sekolah, belajar, bermain dan beorganisasi. Akan tetapi pembentukan akhlak yang baik juga harus diterapkan dalam proses pendidikannya agar siswa tidak kehilangan kendali. Pemahaman Ajaran Islam serta kemuhammadiyahan menjadi fondasi utama di dalam pembelajaran, sehingga dijadikan sebagai mata sekolah wajib di sekolah.

Dari fakta yang dijelaskan di atas, jelaslah bahwa sangat berpengaruhnya ajaran atau aturan agama dalam pola konsumsi masyarakat. Etika atau perilaku dalam perkembangannya pun sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Tingkah laku yang berlandaskan etika ini tidak hanya secara harfiah melarang sesuatu itu hanya untuk sesuatu yang sesaat dan kepentingan yang sesaat juga, tetapi lebih umum dan menyeluruh untuk kepentingan dan kemaslahatan manusia seluruhnya, baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat. Dengan gaya hidup pelajar kota Yogyakarta yang semakin marak dipengaruhi oleh budaya luar, apakah pemahaman

¹⁴ www.smumuhi-yog.sch.id tentang *profil sekolah* diakses pada 6 Maret 2016

ajaran Islam pada siswa-siswi SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta masih diterapkan dalam berperilaku konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

Mengingat SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta adalah sekolah Islam bertaraf Internasional yang hampir para siswa-siswinya merupakan siswa-siswi yang hidup berkecukupan, dilihat dari latar belakang sosial budaya, ekonomi keluarga dan latar belakang pendidikan sebelum masuk SMA. Maka dari latar belakang di atas, peneliti mengambil judul **Pemahaman Ajaran Islam terhadap Perilaku Konsumsi Siswa (Studi Kasus pada SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta).**

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemahaman perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta dalam kesehariannya?
2. Bagaimana pandangan Islam terhadap perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pemahaman perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta dalam kesehariannya.
2. Untuk mengetahui pandangan Islam terhadap perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta.

D. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritik

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu, khususnya dalam dunia ekonomi Islam.
- b. Memberikan kontribusi bagi dunia ekonomi dalam merumuskan konsep perilaku konsumsi Islam terutama dalam menjadikan aktivitas ekonomi dasar lebih baik.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk Penulis, dapat memperdalam dan mengamalkan perilaku konsumsi dalam Islam.
- b. Untuk Kepentingan Akademik, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi dalam rangka memperkaya khazanah ilmu pengetahuan, khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumsi Islam.
- c. Untuk Masyarakat, harapannya akan memberikan manfaat bagi siapa saja yang membaca dan mempelajarinya. Temuan atas kaidah-kaidah dalam penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pijakan bagi umat manusia pada umumnya, dan umat Islam pada khususnya dalam berkonsumsi sehingga perilaku konsumsinya sesuai dengan rasionalitas yang benar demi terbangunnya kebahagiaan yang sebenarnya.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk mendapatkan pembahasan yang utuh, runtut, dan mudah dipahami penjabarannya, penulis menggunakan pokok bahasan secara sistematis yang terdiri dari lima bab dan pada tiap bab-bab terdiri dari sub-sub sebagai perinciannya. Adapun sistematika pembahasannya sebagai berikut:

Bab Pertama, bab ini merupakan pengantar dari pembahasan skripsi ini yang berisi: pertama, latar belakang masalah yang memuat alasan-alasan pemunculan masalah yang diteliti. Kedua, pokok masalah merupakan penegasan terhadap apa yang terkandung dalam latar belakang masalah. Ketiga, berisikan tujuan dan manfaat yang akan diharapkan tercapainya dalam penelitian ini. Terakhir adalah mengenai sistematika pembahasan sebagai upaya yang mensistematisasikan penyusunan.

Bab Kedua, bab ini menjelaskan tentang pertama, telaah pustaka sebagai penelusuran terhadap literatur yang telah ada sebelumnya dan kaitannya terhadap obyek penelitian. Kedua, kerangka teoritik menyangkut kerangka berfikir yang digunakan dalam memecahkan masalah. Meliputi: pengertian konsumsi, dasar hukum perilaku konsumen Islam, perilaku konsumsi dalam Islam, prinsip perilaku konsumsi dalam Islam dan batasan-batasan konsumsi dalam Islam.

Bab Ketiga, bab ini memaparkan metode penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berupa penjelasan langkah-langkah yang akan ditempuh dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Adapun metode

yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Berlokasi di SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta dengan penentuan subyek penelitian menggunakan metode *sampling purposive*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi dan wawancara secara mendalam. Untuk menguji tingkat keabsahan atau uji kredibilitas dilakukan dengan cara meningkatkan ketekunan dan mengadakan *membercheck*. Untuk proses analisis mula-mula data dikumpulkan, melakukan reduksi data dan yang terakhir adalah penarikan kesimpulan.

Bab Keempat, bab ini berisikan hasil penelitian dan pembahasan meliputi gambaran umum SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta, analisa pemahaman perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta dalam kesehariannya dan analisa pandangan Islam terhadap perilaku konsumsi siswa SMA Muhammadiyah 1 Yogyakarta.

Bab Kelima, bab ini merupakan bab terakhir dari keseluruhan rangkaian pembahasan, memaparkan kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi dari penulis berkenaan dengan pengembangan keilmuan dan yang ada hubungannya dengan masalah perilaku konsumsi Islam agar dapat mencapai hal-hal yang lebih baik dan lebih maju.