

**PERILAKU KONSUMEN ISLAM DALAM PEMBELIAN TAS
MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN
BENGKULU
(Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

OLEH:

Iwan Setiadi
NIM. 212 313 9603

**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI)
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2017 M/ 1435 H**



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh **Iwan Setiadi, NIM 212 313 9603** dengan judul
"Perilaku Konsumen Islam Dalam Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (studi pada mahasiswi ekonomi islam
semester v Tahun ajaran 2016/2017)", Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan
Ekonomi Islam telah di periksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I
dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk di ujikan dalam
sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama
Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, 17 Februari 2017 M
20 Jumadil Awal 1438 H

Pembimbing I

Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003

Pembimbing II

H. Romi Adetio Setiawan, MA
NIP. 198312172014031001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jln. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51171 Fax: (0736) 51171 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Iwan Setiadi NIM. 212 313 9603 yang berjudul “Perilaku Konsumen Islam Dalam Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)”, Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 01 Maret 2017 M / 02 Jumadil Akhir 1438 H

Dan dinyatakan LULUS, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Syariah.

Bengkulu, 13 Maret 2017 M
14 Jumadil Akhir 1438 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Drs. M. Syakroni, M.Ag
NIP. 195707061987031003
Penguji I

Drs. Suansar Khatib, SH., M.Ag
NIP. 195708171991031001

Sekretaris

H. Romi Adetio Setiawan, MA
NIP. 198312172014031001
Penguji II

Eka Sri Wahyuni, SE., MM
NIP. 197705092008012014

Mengetahui
Plt. Dekan

Dr. Asnaini, MA
NIP. 197304121998032003

MOTTO

الْوَقْتُ كَالسَّيْفِ إِنْ لَمْ
تَقْطَعْهَا قَطَعَكَ

“WAKTU ITU BAGAIKAN PEDANG, JIKA KAMU TIDAK
MEMANFAATKANNYA
MENGUNAKAN UNTUK MEMOTONG, IA AKAN MEMOTONGMU
(MENGILASMU)”
(H.R. MUSLIM)

“SAY WHAT YOU THINK, THINK WHAT YOU SAY
DO WHAT YOU SAY, SAY WHAT YOU DO”

PERSEMBAHAN

Ucapan syukur dari hati saya yang paling dalam kepada Allah SWT atas segala karunia yang telah diberikan kepada saya sehingga saya dapat berdiri tegar dan menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “ **Perilaku Konsumen Islam Dalam Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)**”.

Shalawat beriring salam taklupa saya lantunkan kepada baginda rasul Muhammad SAW. Dalam kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati saya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai. Ayahanda Sukirman dan Ibunda Wilistiana (alm). Berjuta rasa terimakasih saya sampaikan untuk kedua orang terhebat dalam hidup saya yang tak pernah lelah selalu mendo'akan saya serta selalu memberikan dukungan kepada saya hingga detik ini.
2. Dosen pembimbing I (Drs. M. Syakroni, M.Ag) dan pembimbing II (H. Romi Adetio Setiawan, MA) yang senantiasa membimbing dalam penulisan skripsi ini.
3. Adik-adik saya: Bripda Beni Dwikuswadi dan Meilisa yang selalu mensupport saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman dekat saya, Widya Wulandary yang selalu menemani saya dan memberikan semangat sampai saat ini.
5. Teman seperjuangan susah maupun senang hingga akhir, dalam menyelesaikan skripsi saya Oktanto Arto dan Lukman Hakim, yang selalu mendukung dan berjuang bersama untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

6. Sahabat-sahabat saya: Newbe FC Muzzayin Azhar, Ari Fernando, Putra Rambe, Zerilham, Zeki Purnando, Asep Muharom, SE, Iki Rona Irawan, SE, Melki Guslow, SE, Masyuni, SE,I, beserta fans girl Newbe FC Ria, Aliya dan Yoan yang selalu menghibur saya sewaktu lelah.
7. Teman-teman satu organisasi KSR PMI IAIN Bengkulu yang telah memberikan dukungan terhadap saya sampai detik ini.
8. Teman-teman Sefakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya jurusan ekonomi islam, yang juga telah memberikan semangat dan masukan kepada saya.
9. Civitas Akademika IAIN Bengkulu dan Almamater yang saya banggakan.

SURAT PERNYATAAN

1. Skripsi ini berjudul: *“Perilaku Konsumen Islam Dalam Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)”*.
2. Skripsi ini murni berdasarkan hasil pemikiran, gagasan, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang tertulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya yang disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaraan dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.



Bengkulu,
Yang menyatakan


Iwan Setiadi
Nim. 2123139603

ABSTRAK

Perilaku Konsumen Islam Dalam Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017) Oleh Iwan Setiadi NIM 2123139603.

Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang secara langsung dapat menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh kepuasan yang dapat berakibat menghabiskan nilai guna barang atau jasa. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku pembelian tas yang dilakukan oleh mahasiswi semester V Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, dan faktor-faktor yang mendorong perilaku pembelian, serta analisisnya dalam pandangan konsumsi Islam. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif dan teknik pengambilan sampel menggunakan *quota random sampling*. Adapun hasil penelitian yang diperoleh disimpulkan bahwa konsumsi produk tas yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu terbiasa berbelanja tanpa memikirkan kebutuhan melainkan keinginannya. Faktor-faktor yang mendorong perilaku tersebut terdiri dari 2 yakni faktor *internal* dan faktor *eksternal*. Melihat dari perilaku konsumsi produk tas yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, sangat tidak sesuai dengan aturan dan makna dalam konsumsi Islam. Dimana dalam Islam, konsumsi bertujuan untuk meningkatkan ketaatan beribadah dan memenuhi kebutuhan hidup. Meski seorang muslim sudah mampu memenuhi kebutuhan ketiga atau pelengkap, Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan mengharamkan pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah.

***Kata Kunci* : Perilaku Pembelian Tas, Konsumsi Islam**

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas Rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Skripsi yang berjudul **"PANDANGAN KONSUMSI ISLAM TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN TAS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN BENGKULU (Studi Kasus Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017) "**

Shalawat dan salam untuk nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik dunia maupun akhirat. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syari'ah Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin, M, M.Ag. M.H. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr.Asnaini,MA. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA. Ketua Program Studi Ekonomi Islam JurusanSyariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
4. Drs. M. Syakroni, M.Ag Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.

5. H. Romi Adetio Setiawan, MA pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
6. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan kesuksesan penulis.
7. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
8. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
9. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 18 Januari 2017
Penulis

Iwan Setiadi
NIM 212 313 8372

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu	10
F. Metode Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan.....	19
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Definisi Konsumsi Dalam Islam	23
B. Perilaku Konsumen	33
C. Jual Beli.....	42
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil IAIN Bengkulu	44
B. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	46
C. Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu	48
D. Kompetensi dan Dunia Kerja Prodi	48

E. Data Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu Tahun 2016	51
F. Data Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2015/2016.....	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Berdasarkan Hasil Wawancara.....	53
B. Faktor Pendorong Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu	63
C. Analisis Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Dalam Pandangan Konsumsi Islam	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kriteria Boros	2
Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	51
Tabel 3.2	Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 surat Pertunjukan Pembimbing

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

Lampiran 3 Surat izin Penelitian Dari Kampus

Lampiran 4 Waktu Penelitian

Lampiran 5 Daftar Informan

Lampiran 6 Catatan Perbaikan Bimbingan Skripsi

Lampiran 7 Surat Keterangan Penelitian Dari KP2T

Lampiran 8 Dokumentasi Foto-foto Saat Penelitian


BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk sosial memerlukan manusia lain untuk hidup bersama-sama dalam masyarakat. Pertumbuhan ekonomi terjadi dengan bertambahnya produksi dan semakin dewasanya konsumen. Target inilah yang dikejar oleh Islam lewat konsep ekonominya di bidang konsumen. Bertambahnya hasil produksi saat ini mendorong konsumen untuk lebih leluasa dalam memilih, membeli,

Manusia itu terdiri dari unsur jasmani dan rohani yang dilengkapi dengan akal dan hati. Unsur-unsur manusia itu memiliki kebutuhannya masing-masing. Guna mempertahankan hidupnya manusia perlu makan, minum dan perlindungan. Seperti dalam al-Qur'an surat al-A'raaf: 31

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾


Artinya:

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.¹

¹QS. Al-A'raf : 31

Dari ayat di atas, jelas sekali bahwa Islam sangat melarang sifat-sifat yang berlebihan. Dalam Islam sifat yang berlebih-lebihan dinamakan dengan boros. Sifat boros merupakan sifat yang berlebih-lebihan dalam pemakaian uang, barang, dan sebagainya. Boros juga dapat diartikan sebagai suatu sikap yang menunjukkan penempatan sesuatu bukan pada tempatnya. Dengan adanya sifat boros tersebut akan menimbulkan kesenjangan antara pendapatan dengan pengeluaran, karena sifat boros menyebabkan pengeluaran harta untuk hal yang tidak berguna. Boros itu meliputi 3 macam, diantaranya, boros makan, boros beli, dan boros pakai. Untuk mengetahui seseorang boros apa tidak, ditentukan dengan acuan kriteria boros. Kriteria adalah ukuran yang menjadi dasar penilaian atau penetapan sesuatu.

Tabel 1.1

No	Kriteria Boros
1	Bersikap Konsumtif
2	Membelanjakan sesuatu yang tidak disyariatkan
3	Membeli barang mewah
4	Berlebih-lebihan dalam pembelanjaan
5	Tidak adanya keseimbangan

Sumber: Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*²

Bersikap konsumtif, merupakan orang yang rakus dalam berbelanja padahal kebutuhannya sudah terpenuhi, namun karena banyak uang, apa saja yang dilihat ingin beli, dirasa, dan dicoba. Membelanjakan sesuatu yang tidak disyariatkan, merupakan berbelanja barang-barang yang tidak perlu, akan tetapi hanya mengikuti mode saja, seperti membeli barang-barang mewah luar negeri. Membeli barang mewah, ini merupakan kebiasaan orang-orang yang berduit yang membeli barang-barang mewah yang tidak jelas manfaatnya lebih dari

² Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 1996), h.154.

kebutuhannya, misalnya memiliki 5 mobil mewah, mengoleksi benda-benda klasik dan antik. Berlebih-lebihan dalam pembelanjaan, Setiap muslim maupun keluarganya hendaknya memiliki manajemen yang berbasis syara` dalam mengatur keuangan, termasuk dalam berbelanja, sehingga apa yang dibelinya bermuara pada pencapaian tujuan syara` bukan sekedar belanja. Tidak adanya keseimbangan, Pada dasarnya perekonomian rumah tangga muslim memegang prinsip mengutamakan kebutuhan primer dalam membelanjakan harta. Kebutuhan-kebutuhan primer harus lebih didahului dari kebutuhan sekunder. Pengutamaan ini dilakukan agar terwujud syara' sehingga dapat memelihara, jiwa, akal dan harta.³

Pembauran budaya *materialisme*, *utilitarisme*, dan *hedonisme* pada masyarakat perkotaan telah menimbulkan perubahan perilaku yang sangat luar biasa pada umat Islam. Dorongan untuk hidup bebas sudah tentu memaksa mereka meninabobokan kesadarannya pada ajaran agama, karena manusia dalam kehidupan sehari-harinya tidak bisa dilepaskan dari kegiatan konsumsi. Hal inilah kiranya yang telah melanda sebagian besar masyarakat, tidak terkecuali kalangan mahasiswi pada saat ini.

Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang secara langsung dapat menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh kepuasan yang dapat berakibat menghabiskan nilai guna barang atau jasa. Sebagaimana yang terjadi pada mahasiswi yang sering sekali mengalami masalah konsumsi yang senantiasa berubah-ubah.

³Muzakir Sulaiman, "Penakaran Sifat Boros Dalam Alquran," *Jurnal Al-Mu'ashirah*, Vol 11 No 1, (Januari, 2014), h. 98-100.

Manusia mengkonsumsi suatu barang pastilah mempunyai tujuan tertentu. Tujuan konsumsi adalah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan itu dapat dikategorikan menjadi tiga hal pokok, yaitu: pertama, kebutuhan primer (*dharuriyyah*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hidup mati seseorang, seperti kebutuhan pada oksigen, makanan, dan minuman. Kedua kebutuhan skunder (*hajiyyah*), yaitu kebutuhan yang diperlukan untuk mengatasi kesulitan, tetapi tidak sampai mengancam kehidupan apabila tidak dipenuhi, misalnya kendaraan untuk menjalankan usaha agar efektif, sarana prasarana pendidikan, kesehatan, dan sebagainya. Ketiga, kebutuhan tersier (*tahsiniyyah*), yaitu kebutuhan yang bersifat aksesoris, pelengkap, dan memberi nilai tambah pada pemenuhan kebutuhan primer dan skunder, misalnya perhiasan, desain rumah yang bagus, dan sebagainya.⁴

Penggunaan berbagai jenis barang dan jasa seperti sandang, pangan, alat komunikasi dan lain lain yang bermuara pada pemenuhan kebutuhan hidup sebagai makhluk biologis merupakan bentuk dari perilaku konsumsi.⁵ Mengenai perilaku konsumsi, sebagian konsumen menyatakan kebutuhan dan keinginannya, namun tidak memahami motivasi mereka secara lebih mendalam, apakah barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan atau hanya sebagai keinginan yang hanya dinilai sebagai alat pemuas saja sehingga sering pula bereaksi tidak sesuai dengan kebutuhan. Untuk itu mahasiswi harus

⁴Idri, Hadis Ekonomi, *Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta; Prenadamedia Group, 2015) h. 106-107.

⁵Andri Bahri S, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11 No 2, (Pare-Pare, Desember, 2014), h.347-370.

mengetahui sejauh mana tingkat wawasan dan kesadaran mereka terhadap ekonomi dalam perspektif Islam.

Saat ini, kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh kalangan mahasiswi tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tersebut semata. Akan tetapi, juga didasari oleh keinginan yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Hal itu karena semakin banyaknya penawaran dari produk terbaru yang promosinya dilakukan melalui media cetak maupun elektronik bahkan melalui penjualan langsung di tempat yang membuat seseorang menjadi mudah terpengaruh untuk mencoba ataupun membeli barang tersebut walaupun sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan. Salah satu barang yang paling diminati oleh kalangan mahasiswi yaitu produk tas, Begitu juga yang terjadi pada mahasiswi khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Islam semester V yang bertempat di IAIN Bengkulu dimana perilaku konsumsi mahasiswi itu lebih meningkat pada pusat-pusat perbelanjaan. Mahasiswi yang 100% beragama Islam sangat memegang teguh akan ajaran Islam, tetapi dari segi mengkonsumsi barang tas, mahasiswi sering kali tidak memperhatikan etika konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam.

Di era globalisasi seperti saat ini, mengakibatkan terjadinya pergeseran perilaku konsumsi sebagian besar masyarakat di Indonesia. Pengaruh globalisasi sangat terlihat di kota-kota besar, termasuk di kalangan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Dampak globalisasi semakin terasa setelah muncul pusat-pusat perbelanjaan dan berbagai macam barang dan jasa yang tersedia. Perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi saat ini tidak lagi

mempertimbangkan fungsi atau kegunaan dari suatu barang yang dibeli lagi tetapi mereka lebih mempertimbangkan gengsi yang melekat pada barang tersebut.

Berdasarkan penjelasan di atas perilaku konsumsi mahasiswi fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam khususnya di Program Studi Ekonomi Islam semester V terjadi kecenderungan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah, model baru, *trend* atau populer saat ini. Terutama pada produk tas yang sedang *booming* di kalangan mahasiswi saat ini, Dengan adanya toko-toko dan pasar swalayan yang ada, sehingga membuat kalangan mahasiswi lebih sering melakukan kegiatan berbelanja serta perilaku konsumsi lebih leluasa dalam memilih, membeli, dan menggunakan barang tas yang ditawarkan. Kegiatan belanja yang dilakukan oleh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di motivasi oleh adanya keinginan untuk memperoleh barang tas yang *trend*, model baru serta populer saat ini. Padahal banyak dari mereka tergolong dari kalangan orang-orang yang kurang mampu, sehingga berdampak pada hal lain seperti tertundanya pembayaran spp, buku kuliah yang tak terbeli dan masih banyak lagi, dan ketika hal ini terjadi para mahasiswi tersebut akan melakukan kebohongan terhadap orang tua mereka guna mendapatkan uang kembali.

Berdasarkan hasil observasi awal pada wawancara dengan beberapa mahasiswi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam semester V mayoritas mahasiswi memiliki empat sampai lima tas bahkan ada yang lebih dari lima tas. Padahal sebenarnya mereka sendiri yang mengatakan bahwa memiliki satu atau dua tas sudah cukup, akan tetapi karena alasan hanya untuk

mengikuti *trend* dan gaya hidup pada masa sekarang akhirnya mereka mengkonsumsi produk tas lebih banyak. Berbagai jenis tas yang mereka beli bukan lagi sebagai kebutuhan, melainkan koleksi yang dinilai dapat meningkatkan status sosial, ada yang membeli banyak tas dengan harga murah, karna bagi mereka harga murah merupakan salah satu alternatif yang bisa mereka ambil karna minimnya dana, namun tetap saja membeli banyak tas murah dalam jumlah banyak merupakan tindakan konsumsi yang berlebihan, ada juga yang membeli tas dengan harga relatif mahal dengan alasan ada harga ada kualitas, jika mereka membeli tas tersebut sesuai dengan fungsinya hal ini dapat di mengerti, namun jika mereka membelinya tidak sesuai dengan fungsinya atau berlebihan, ini bisa digolongkan dengan orang-orang yang boros. Berdasarkan dari hasil observasi tersebut dapat disimpulkan bahwa mahasiswi Jurusan Syariah Program Studi Ekonomi Islam semester V memiliki sifat boros dalam konsumsi barang, karena mereka mengkonsumsi produk tas bukan lagi didasarkan pada kebutuhan.

Mahasiswi yang mengkonsumsi tas sebanyak tiga sampai lima kali dalam jangka waktu yang pendek masuk dalam kategori boros dan sangat tidak sesuai dengan teori konsumsi Islam, dimana Islam sangat melarang umatnya mengkonsumsi barang secara berlebihan. Islam mengajarkan umatnya supaya berhemat dan mengeluarkan uang sesuai dengan kebutuhan bukan karena keinginan.

Sesuai dengan firman Allah yang terdapat dalam surat al-Isra' Ayat 27:

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

Artinya:

*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.*⁶

Seperti yang diterangkan oleh Hadist Nabi SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَرْضَى لَكُمْ ثَلَاثًا، وَيُكْرَهُ لَكُمْ ثَلَاثًا، فَيَرْضَى لَكُمْ أَنْ تَعْبُدُوهُ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا، وَأَنْ تَعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفْرُقُوا، وَيُكْرَهُ لَكُمْ قِيلَ وَقَالَ وَكَثْرَةُ السُّؤَالِ وَإِضَاعَةُ الْمَالِ. (رواه مسلم)

Artinya:

*“Abu Hurairah r.a berkata bahwa Rasulullah SAW. Bersabda ”sesungguhnya Allah SWT. menyukai tiga macam yaitu, kalau kamu menyembah kepada-Nya dan tidak menyekutukan-Nya dengan sesuatu apapun. Dan supaya kamu berpegang teguh dengan ikatan Allah, dan janganlah bercerai-berai. Dan Dia membenci bila kamu banyak bicara dan banyak bertanya dan memboroskan harta.” (H.R Muslim)*⁷

Melihat dari permasalahan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi dengan judul **“PERILAKU KONSUMEN ISLAM DALAM PEMBELIAN TAS MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM (FEBI) IAIN BENGKULU (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)**

⁶QS. Al-Isra' : 27

⁷ Ahmad Muhjab Mahhalli, *Hadis-Hadis Muttafaq 'Alaih (Bagian Munakahat Dan Mu'amalat)*, (Jakarta: Prenada Media, 2004), h. 105

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana perilaku mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah program studi Ekonomi Islam semester V dalam pembelian produk tas?
2. Faktor-faktor apa saja yang mendorong perilaku pembelian tas mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu?
3. Bagaimana pandangan Ekonomi Islam tentang konsumsi produk tas yang dilakukan mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah program studi Ekonomi Islam semester V?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin peneliti capai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku pembelian tas mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong perilaku pembelian tas mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.
3. Untuk mengetahui bagaimana pandangan Ekonomi Islam tentang konsumsi produk tas yang dilakukan mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

D. Kegunaan penelitian

Penelitian di harapkan dapat memberikan manfaat berbagai pihak.

Manfaat yang diharapkan adalah;

1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan masukan dan untuk menambah pengetahuan atau disiplin ilmu bagi semua pihak terutama untuk penelitian yang meneliti tentang pandangan konsumsi islam terhadap perilaku pembelian tas bagi mahasiswi.
- b. Sebagai bahan informasi khususnya bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan tinjauan mengenai pandangan konsumsi islam terhadap perilaku pembelian tas bagi mahasiswi.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan pemahaman kepada masyarakat khususnya kepada mahasiswi tentang perilaku pembelian tas secara berlebihan.
- b. Sebagai masukan bagi mahasiswi tentang pemahaman pandangan konsumsi Islam terhadap perilaku pembelian tas secara berlebihan dan mencegah perilaku konsumtif.

E. Penelitian Terdahulu

1. Andri Bahri S, pada tahun 2014 melakukan penelitian dengan judul “Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Studia Islamika*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dengan jumlah sampel 120 orang konsumen yang diambil secara *random sampling*. Penelitian yang dilakukan oleh Andri Bahri S, mengemukakan bahwa perilaku konsumsi

semestinya dapat memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dharuriyat*), kemudian sekunder (*hajjiyat*), dan trisier (*tahsiniyat*) sesuai dengan semangat *almaqashid asy-syariah*, sehingga dalam memenuhi kebutuhan seorang konsumen lebih mengedepankan aspek kebutuhan daripada aspek keinginan demi membatasi kebutuhan dan keinginan manusia yang sifatnya senantiasa tidak terbatas.

Pada penelitian tersebut peneliti menemukan adanya kesamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian kajian masalah mengenai bagaimana etika dalam konsumsi barang dan jasa dilihat dari pandangan islam. perbedaanya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Andri Bahri S, objek penelitiannya adalah masyarakat secara umum, sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam Semester V.⁸

2. Sri Wigati, pada tahun 2011 melakukan penelitian dengan judul “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Maliyah*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan jumlah sampel 50 orang konsumen yang diambil secara *purposive sampling*. Penelitian yang dilakukan oleh Sri Wigati, mengemukakan bahwa dalam Islam ada pembedaan yang jelas antara yang halal dan haram. Dengan kata lain, dalam sebuah kegiatan ekonomi dilarang mencampur adukkan antara yang halal dan haram. Hal tersebut merupakan bagian dari batasan konsumsi dalam perilaku konsumen muslim.

⁸ Andri Bahri S, http://andriBahri.wordpress.com/pdf/2014/10/15/Etika_Konsumsi_Dalam_Perspektif_Ekonomi_Islam, diakses pada Kamis 09 Juni 2016, pukul 15.10 WIB.

Pada penelitian tersebut peneliti menemukan adanya kesamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian kajian masalah mengenai bagaimana seharusnya perilaku konsumen terhadap konsumsi barang dan jasa dilihat dari pandangan islam. perbedaanya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Sri Wigati, objek penelitiannya adalah masyarakat secara umum, sedangkan objek penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam Semester V.⁹

3. Budi Hartono, pada tahun 2011 melakukan penelitian dengan judul “Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Malang,” *Buletin Peternakan*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian survei dengan jumlah sampel 120 orang konsumen yang diambil secara *purposive sampling*. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Hartono, mengemukakan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden melakukan pembelian bakso adalah perempuan, berstatus pelajar, mempunyai umur dibawah 35 tahun, pendapatan individu yang diperoleh antara Rp. 1.000.000,00 sampai Rp. 2.000.000,00 per bulan dan harga bakso dikategorikan terjangkau oleh konsumen. Pola mengkonsumsi bakso bukan sebagai makanan pokok tetapi sebagai kuliner, hobi, dan makanan camilan. Delapan faktor yang dipertimbangkan responden secara berurutan adalah harga, kelas sosial, kemudahan mencapai lokasi, parkir, tampilan penyajian, kepuasan, pendapatan, dan demografi. Pada penelitian tersebut peneliti

⁹ Sri Wigati, <http://sriwigati.wordpress.com/pdf/2011/09/10/PerilakuKonsumenDalamPrspektifEkonomiIslam>, diakses pada Kamis 09 Juni 2016, pukul 15.11 WIB.

menemukan adanya kesamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian kajian masalah mengenai perilaku konsumen terhadap barang dan jasa maupun makanan dilihat dari pandangan islam. perbedaannya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Budi Hartono, metode penelitiannya yaitu metode survei dengan jumlah sampel 120 orang konsumen yang diambil secara *purposive sampling*., sedangkan metode penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif dengan sampel Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam Semester V yang diambil secara *quota random sampling*.¹⁰

4. Ryatnasih Rachmat, pada tahun 2013 melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNSIKA),” *Jurnal Manajemen*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif (regresi) dengan jumlah sampel 131 orang yang diambil secara *quota random sampling*. Penelitian yang dilakukan oleh Ryatnasih Rachmat, mengemukakan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Beat pada mahasiswa UNSIKA.

Pada penelitian tersebut peneliti menemukan adanya kesamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian kajian masalah mengenai perilaku konsumen terhadap barang dan jasa. perbedaannya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Ryatnasih Rachmat, metode penelitiannya yaitu metode

¹⁰ Budi Hartono, [http://budihartono.wordpress.com/pdf/2011/06/23/Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Malang](http://budihartono.wordpress.com/pdf/2011/06/23/Perilaku%20Konsumen%20Dalam%20Pembelian%20Bakso%20di%20Malang), diakses pada kamis 09 Juni 2016, pukul 15.14 WIB.

kuantitatif (regresi) dengan jumlah sampel 131 orang Mahasiswa UNSIKA yang diambil secara *quota random sampling*, sedangkan metode penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif dengan jumlah sampel Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu Jurusan Syariah Prodi Ekonomi Islam Semester V yang diambil secara *quota random sampling*.¹¹

5. Dewi Aprilia, melakukan penelitian dengan judul “Analisis Sosiologis Perilaku Konsumtif Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung),” *Jurnal Sosiologi*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatoris dengan jumlah sampel 100 orang yang diambil secara *accidental sampling*. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aprilia, mengemukakan hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua perilaku konsumtif mahasiswa juga meningkat dengan pengaruh yang diberikan oleh kelompok referensi.

Pada penelitian tersebut peneliti menemukan adanya kesamaan, yaitu sama-sama melakukan penelitian kajian masalah mengenai perilaku konsumen terhadap barang dan jasa. perbedaannya, yaitu dalam penelitian yang dilakukan oleh Dewi Aprilia, metode penelitiannya yaitu metode kuantitatif eksplanatoris dengan jumlah sampel 100 orang Mahasiswa FISIP Universitas Lampung yang diambil secara *accidental sampling*, sedangkan metode penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif dengan sampel Mahasiswi FEBI IAIN Bengkulu Jurusan Syariah

¹¹ Budi Hartono, [http://budihartono.wordpress.com/pdf/2011/06/23/Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Bakso di Malang](http://budihartono.wordpress.com/pdf/2011/06/23/Perilaku%20Konsumen%20Dalam%20Pembelian%20Bakso%20di%20Malang), diakses pada Kamis 09 Juni 2016, pukul 15.14 WIB.

Prodi Ekonomi Islam Semester V yang diambil secara *quota random sampling*.¹²

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan pendekatan penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan analisis deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang berupa kata atau kalimat yang menjelaskan apa adanya mengenai fenomena tentang perilaku pembelian tas pada mahasiswi.

Data dapat diperoleh melalui proses observasi dan wawancara, kemudian diolah menjadi kata-kata yang mudah dimengerti.

2. Waktu dan lokasi penelitian

Penelitian yang berjudul “Pandangan Konsumsi Islam Terhadap Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu (Studi Kasus Pada mahasiswi Prodi Ekonomi Islam Semester V) akan dilaksanakan selama satu bulan dimulai dari tanggal 24 Juni 2016 sampai dengan 23 Januari 2017. Adapun lokasi penelitiannya yakni di Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

¹² Dewi Aprilia, [http://dewiaprilia.wordpress.com/pdf/2011/04/14/Analisis Sosiologis Prilaku Konsumtif Mahasiswa\(Studi Pada Mahasiswa FISIP Universitas Lampung\)](http://dewiaprilia.wordpress.com/pdf/2011/04/14/Analisis%20Sosiologis%20Prilaku%20Konsumtif%20Mahasiswa(Studi%20Pada%20Mahasiswa%20FISIP%20Universitas%20Lampung)), diakses pada Kamis 09 Juni 2016, pukul 15.14 WIB.

Prodi Ekonomi Islam, karena adanya keterkaitan antara lokasi penelitian dengan permasalahan yang akan diteliti.

Dimana masalah yang peneliti temukan pada saat observasi awal bahwa mahasiswi cenderung membeli barang produk yang berlebihan terutama pada produk tas hanya untuk mengikuti *trend* dan gaya hidup pada masa sekarang. Perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas FEBI khususnya prodi EKIS semester V juga terjadi kecenderungan untuk mengkonsumsi barang-barang mewah, model baru yang sedang populer masa sekarang terutama pada produk tas. Alasan peneliti mengambil sampel pada mahasiswi Fakultas FEBI khususnya semester V dikarenakan mahasiswi tersebut dianggap paling banyak membeli atau mengkonsumsi produk tas dari pada mahasiswi semester lainnya, hal ini bias dilihat dari gaya mereka yang *fashionable* dan *modis*.

3. Subjek penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Islam Semester V IAIN Bengkulu. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *quota random sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Islam Semester V IAIN Bengkulu.

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber data

Data yang didapatkan dari penelitian kualitatif berupa data lapangan baik itu observasi, wawancara maupun dokumentasi dan dukungan dengan data-data kepustakaan. Oleh karena itu, sumber data dalam penelitian ini berupa kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Adapun jenis-jenis data sebagai berikut:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh melalui narasumber yaitu mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program studi Ekonomi Islam Semester V IAIN Bengkulu dengan cara melakukan wawancara dan pengamatan langsung di lapangan.

2) Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber data tidak langsung yang mampu memberikan data tambahan serta penguatan terhadap penelitian. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi dan studi kepustakaan dengan bantuan media internet serta catatan lapangan. Data ini berupa buku, skripsi dan foto-foto kegiatan yang diambil selama penelitian berlangsung.

b. Teknik pengumpulan data

Ada beberapa metode dalam proses pengumpulan data yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Metode observasi (pengamatan)

Secara umum, observasi merupakan cara atau metode menghimpun keterangan atau data yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sasaran pengamatan.¹³

Kegunaan dari metode observasi adalah untuk mengadakan pengamatan, setelah peneliti hadir di lapangan dalam mencari data dan informasi yang dibutuhkan serta menemukan permasalahan yang berkenaan dengan Pandangan Konsumsi Islam Terhadap Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Kasus Pada Mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam Semester V)”

2) Metode wawancara

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menyatakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Wawancara digunakan apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Caranya adalah dengan bercakap-cakap secara tatap muka.

3) Metode dokumentasi

Metode dokumentasi, yaitu mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah,

¹³Sitti Mania, “Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran,” *Lentera Pendidikan*, Vol. 11, No. 2, (Desember, 2008), h. 220-223.

agenda dan sebagainya. Hal yang berkaitan dengan data adalah data tentang gambaran umum koperasi serta informasi tentang jumlah anggota atau nasabah tersebut.¹⁴

5. Teknik analisis data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini melalui metode pengumpulan data merupakan data mentah yang dianalisis secara seksama sehingga data-data tersebut dapat diangkat keadaannya dalam sebuah pembahasan ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya.

Setelah data penelitian terkumpul, maka selanjutnya adalah proses pemilihan data dan kemudian dianalisis serta diinterpretasikan dengan teliti dan ulet sehingga diperoleh suatu kesimpulan yang objektif dari suatu penelitian. Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar.

Pengolahan data dan analisis data dalam penelitian kualitatif dititikberatkan pada cara berfikir induktif, karena pada umumnya bertolak dari khusus yang diinterpretasikan untuk disusun sebagai suatu generalisasi yang berlaku umum. Beranjak dari definisi tersebut, jelas bahwa analisis data secara induktif berarti pengolahan data dari hal-hal yang bersifat khusus untuk ditarik generalisasinya. Penyusunan data dari teori ini tentunya dimulai dari data yang diperoleh dari suatu kasus khusus kemudian ditarik sebuah kesimpulan yang diusahakan bisa berlaku secara umum.

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 137.

G. Sistematika Penulisan

Skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab. Tiap-tiap bab terdiri atas sub bab dengan maksud untuk mempermudah pembaca dalam mengetahui hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini, yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab satu, dalam bab ini akan memaparkan pendahuluan berisi tentang: *Pertama*, latar belakang yang menjelaskan teori dan menggambarkan masalah serta alasan melakukan penelitian. Kedua rumusan masalah yang menjadi pokok bahasan dalam penelitian. Ketiga, tujuan penelitian untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dan menjawab rumusan masalah. Keempat, kegunaan penelitian secara umum dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa dan masyarakat luas. Kelima, penelitian terdahulu sebagai acuan dalam melakukan penelitian ini. Keenam, metode penelitian mulai dari jenis penelitian, tempat penelitian, sumber data, tehnik pengumpulan data dan tehnik analisis data. Ketujuh, sistematika penulisan merupakan susunan dari tahapan dalam penulisan skripsi dimulai dari bab satu sampai bab lima.

BAB II KAJIAN TEORI

Bab *Kedua* berisi mengemukakan landasan teori yang akan dijadikan patokan atau pedoman untuk menyelesaikan penelitian ini, untuk itu landasan teori sebagai berikut terdiri dari tinjauan umum

mengenai etika konsumsi dalam islam yang terdiri dari : pengertian konsumsi, konsumsi dalam perspektif hadist nabi, tujuan konsumsi dalam Islam yang terdiri dari kebutuhan primer sekunder dan tersier, prinsip-prinsip ekonomi dalam Islam yang terdiri dari prinsip keadilan kebersihan kesederhanaan kemurahan hati dan moralitas, prinsip-prinsip berpakaian dalam konsumsi Islam yang terdiri dari prinsip syariah kuantitas prioritas dan sosial, mengenai dan perilaku konsumen dalam jual beli. Kemudian tinjauan umum mengenai perilaku konsumen yang terdiri dari : pengertian perilaku konsumen, tujuan perilaku konsumen mengkonsumsi, batasan dalam konsumsi menurut Islam dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku. Yang terakhir tinjauan umum mengenai jual beli yang meliputi: pengertian jual beli dan prinsip-prinsip jual beli.

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Dalam bab ini menguraikan gambaran umum tentang objek penelitian mengenai profil IAIN Bengkulu yang menjadi tempat dilakukannya penelitian, sejarah berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, kompetensi dan dunia kerja prodi, data mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tahun 2016, dan data mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2015/2016. Data tersebut berguna untuk memberikan informasi yang jelas dan berhubungan dengan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai proses analisis penulisan tentang perilaku pembelian tas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu semester V dalam menilai produk tas. faktor-faktor yang mendorong perilaku pembelian tas mahasiswa Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu serta analisisnya dalam pandangan konsumsi Islam.

BAB V PENUTUP

Bab *Kelima* bab ini merupakan bagian terakhir dari penyusunan skripsi yang berisi penutup. Dimana dalam bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan pendapat akhir penulis mengenai hal yang telah diteliti. Sedangkan saran berisi, masukan dari pembaca yang mungkin bisa memperbaiki dan meningkatkan kemampuan penulis.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Definisi Konsumsi Dalam Islam

1. Pengertian konsumsi

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya dalam kehidupan manusia, karena ia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat mempertahankan hidupnya. Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia.¹⁵ Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang 'asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.¹⁶

Aktivitas konsumsi dalam Islam merupakan salah satu aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian,

¹⁵Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*,... h.147.

¹⁶Sarwono, "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol 8 No 1, (2009), h.41-53.

dan kesejahteraan akhirat, baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal saleh bagi sesamanya. Dalam kehidupan sehari-hari kegiatan konsumsi dilakukan secara langsung dengan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan tujuan memperoleh kepuasan yang dapat berakibat menghasilkan nilai guna suatu barang atau jasa. Contoh dari kegiatan konsumsi adalah pembelian barang berupa tas dan lain-lain.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumtif

Ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumtif dalam masyarakat antara lain sebagai berikut:

- a. Tingkat pendapatan masyarakat yang diperoleh dari besar kecilnya pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut. Semakin besar tingkat pendapatan seseorang, biasanya akan diikuti dengan tingkat konsumsi yang tinggi, sebaliknya tingkat pendapatan yang rendah, akan diikuti dengan tingkat konsumsi yang rendah juga.
- b. Selera konsumen, setiap orang memiliki keinginan yang berbeda, hal ini pula yang mempengaruhi pola konsumtif.
- c. Tingkat pendidikan, tinggi rendahnya pendidikan masyarakat akan mempengaruhi terhadap pola perilaku, sikap dan kebutuhan konsumsi.
- d. Jumlah keluarga, besar kecilnya jumlah keluarga akan mempengaruhi pola konsumsinya.

e. Konsep diri, yakni pandangan, penilaian, dan perasaan individu terhadap dirinya sendiri baik secara fisik, psikologis, sosial, maupun moral.¹⁷

3. Konsumsi dalam perspektif hadist Nabi

Kebutuhan akan konsumsi semakin lama semakin berkembang sejalan dengan pola dan gaya hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, semakin tinggi pula pada kebutuhannya pada barang-barang yang akan dikonsumsi dengan beragam jenis. Rasulullah tidak menisbakan adanya kemungkinan hal tersebut, sembari menyatakan bahwa keinginan manusia akan barang dan jasa tidak ada batasnya dan karenanya manusia sendiri yang harus membatasinya.

Karena hal tersebut, dalam hal konsumsi, Rasulullah selalu hati-hati dan membatasi diri sesuai dengan kebutuhan dan tidak memperturutkan keinginan atau hawa nafsu. Ia tidak akan makan kecuali jika sudah lapar dan berhenti makan sebelum kenyang. Dalam memenuhi kebutuhannya, Rasulullah tidak rakus dan melarang sikap rakus.¹⁸

Dalam mengkonsumsi sesuatu, Rasulullah tidak pernah mencela barang yang tidak disukainya, karena bagaimanapun barang-barang itu adalah karunia Allah yang harus disyukuri terlepas dari kondisinya apakah disukai atau tidak. Barang-barang yang boleh dikonsumsi adalah barang yang halal saja, dan di larang mengkonsumsi barang-barang yang

¹⁷Nur Lailatul Mufidah, "Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt Oleh Keluarga," *Jurnal Biokultur*, Vol.1 No.2, (Juli Desember, 2012), h.172.

¹⁸Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*,... h. 99-100.

diharamkan.¹⁹ Rasulullah juga mengajarkan kepada umat Islam agar memperhatikan etika dalam berkonsumsi. Menurutnya, ketika seseorang makan hendaklah ia makan dengan tangan kanannya dan jangan makan dengan tangan kirinya.

4. Tujuan konsumsi dalam Islam

Tujuan konsumsi adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia, dalam hal tersebut kebutuhan manusia dapat dikategorikan menjadi tiga hal pokok yakni sebagai berikut:

a. Kebutuhan primer

Kebutuhan primer yakni, kebutuhan yang berkaitan dengan hidup mati seseorang, seperti kebutuhan pada oksigen, makanan, dan minuman.

b. Kebutuhan sekunder

Kebutuhan sekunder yakni kebutuhan yang diperlukan untuk mengatasi kesulitan, tetapi tidak sampai mengancam kehidupan apabila tidak dipenuhi, seperti kendaraan untuk menjalankan usaha agar efektif, sarana dan prasarana pendidikan, kesehatan dan sebagainya.

c. Kebutuhan tersier

Kebutuhan tersier yakni kebutuhan yang bersifat aksesories, pelengkap, dan memberi nilai tambah pada pemenuhan kebutuhan

¹⁹Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*,....., h. 101.

primer dan sekunder, misalnya makanan yang terhidang di atas meja makan dengan tata boga dan tata krama penyediaan yang baik.

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, umat Islam tidak semata-mata memperhatikan aspek terpenuhinya salah satu atau semua kebutuhannya itu. Ada aspek lain yang lebih penting yaitu tujuan utama daripada pemenuhan kebutuhan umat Islam adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah.

Dengan demikian, aktifitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah dalam rangka mendapatkan kebahagiaan, kedamaian, dan kesejahteraan akhirat. Hal ini berbeda dengan tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan hidup jumlahnya tidak terbatas dengan tujuan memperoleh kepuasan yang maksimal, dengan menggunakan penghasilan yang jumlahnya terbatas.²⁰ Islam mengajarkan agar dalam memenuhi kebutuhannya baik primer, sekunder maupun tersier, hendaknya dilakukan dengan tujuan ibadah kepada Allah dengan mematuhi norma-norma ajaran Islam, seperti tidak boros atau berlebihan.

5. Prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam

a. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan artinya sesuatu yang dikonsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Karena itu,

²⁰Sudiono Reksa Prayitno, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: BPFE, 2000), h. 8.

berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum Islam, serta menjunjung tinggi keadilan atau kebaikan. Sebagai khalifah di muka bumi, manusia dituntut memelihara dan menjalankan hukum Allah dan berusaha agar pemakaian segala sumber daya diarahkan untuk kesejahteraan manusia, supaya semua mendapat manfaat secara adil baik, yang dimaksud dengan adil dalam hal konsumsi adalah tidak menzalimi dan tidak pula dizalimi.²¹

b. Prinsip kebersihan

Prinsip kebersihan disini adalah bebas dari segala sesuatu yang tidak diberkahi atau tidak di ridhai Allah. Makna bersih ataupun suci, dalam aktifitas ekonomi tidak saja bersih secara fisik, tetapi juga non fisik yang berupa kesucian jiwa dan harta manusia sehingga terbebas dari segala bentuk kotoran rohani.

c. Prinsip kesederhanaan

Dalam menafkahkan sebagian hartanya, manusia dilarang untuk membelanjakannya secara boros. Prinsip kesederhanaan ini mengatur manusia agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak terlalu berlebihan.

²¹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), h.18.

d. Prinsip kemurahan hati

Seorang muslim yang mempunyai harta berkewajiban untuk memberikan sebagian dari hartanya kepada masyarakat yang berkekurangan dan untuk kepentingan umum.²²

e. Prinsip moralitas

Allah memberikan makanan dan minuman untuk berkelangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Konsep moralitas dalam mengkonsumsi barang atau jasa dalam Islam menunjukkan bahwa terdapat perbedaan mendasar antara seseorang yang hanya berburu kepuasan, kenikmatan, dan kebahagiaan semata tanpa mengindahkan aturan-aturan Islam dengan seseorang yang menerapkan nilai-nilai moral Islam dalam kaitannya dengan konsumsi barang dan jasa.

6. Prinsip-prinsip berpakaian dalam konsumsi Islam

Dalam melakukan konsumsi seorang muslim akan selalu memperhatikan ajaran-ajaran Islam. Setiap muslim selalu berhati-hati dalam melakukan konsumsi sekalipun barang yang dikonsumsi adalah barang halal, akan tetapi konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang ada dengan sama banyak sehingga pendapatannya habis. Pakaian menurut bahasa adalah segala sesuatu yang menempel pada tubuh dari ujung rambut sampai ujung kaki. Sedangkan menurut istilah adalah sesuatu yang kita kenakan setiap hari

²²Idri, *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi,...*, h.122.

dari ujung rambut sampai ujung kaki beserta segala perlengkapannya, seperti tas, sepatu, dan segala macam perhiasan yang melekat padanya.²³

Dalam hal berpakaian Rasulullah selalu mengenakan pakaian yang sederhana dan tidak mencolok, Rasulullah juga tidak memperkenankan mengenakan pakaian mewah dan mahal. Sesungguhnya salah satu sifat orang mukmin adalah sederhana dalam berpakaian karena Rasulullah adalah sosok yang sederhana dalam berpakaian.²⁴ Hal tersebut sudah tercantum dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya:

*Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.*²⁵

Dari ayat diatas Islam sangat mencerah orang yang memiliki sifat boros, karena boros itu dapat merusak kehidupan beragama, dan sosial bahkan dengan boros itu kecemburuan yang diikuti dengan rasa dengki sangat mudah subur ditengah-tengah masyarakat. Oleh karena hal tersebut, maka kita harus berpegang teguh pada prinsip-prinsip dasar konsumsi Islam yaitu sebaga berikut :

²³Ahmad Mustami, "Pendidikan Islam Dalam Peradaban Industri Fashion," *Jurnal Studia Islamika*, Vol 12 No 1, (Yogyakarta, Juni 2015), h.165-182.

²⁴Ali Nurdin, *Sifat Orang Muk min yang Menak jubk an*, (Jakarta: Erlangga, 2004), h. 57.

²⁵QS. Al-Furqan : 67

1. Prinsip syariah

- a. Prinsip akidah, yakni hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan atau beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh penciptanya.
- b. Prinsip ilmu, yakni seorang ketika akan mengkonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.
- c. Prinsip amaliah, yakni sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islami tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram atau syubhat.

2. Prinsip kuantitas

- a. Sederhana, yakni mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan pelit, tidakbermewah-mewah, tidak mubadzir, hemat.
- b. Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.

c. Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.

3. Prinsip prioritas

a. Primer, yaitu konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.

b. Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah atau meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, misalnya konsumsi madu, susu dan sebagainya.

c. Tersier, yaitu untuk memenuhi konsumsi manusia yang jauh lebih membutuhkan.

4. Prinsip sosial

a. Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sebagaimana bersatunya suatu badan yang apabila sakit pada salah satu anggotanya, maka anggota badan yang lain juga akan merasakan sakitnya.

b. Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam mengkonsumsi apalagi jika dia adalah seorang tokoh atau pejabat yang banyak mendapat sorotan di masyarakatnya.

c. Tidak membahayakan orang yaitu dalam mengkonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan madharat ke orang lain seperti merokok.

5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami seperti suka menjamu dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.²⁶

B. Perilaku konsumen

a. Pengertian perilaku konsumen

Perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentu kegiatan tersebut. Perilaku konsumsi diartikan sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.²⁷ Menurut Schiffman dan Kanuk (1994) dalam buku *Perilaku Konsumen* (Ujang Sumarwan, 2004:25) menjelaskan bahwa Perilaku konsumen dapat diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk atau jasa yang mereka harapkan akan

²⁶Arif Pujiyono, "Teori Konsumsi Islami," *Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol 3 No 2, (Desember, 2006), h. 196-207.

²⁷Endang Tri Wahyuni, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta," *Jurnal Ekonomi*, (Yogyakarta), h.7.

memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang dinamis karena pikiran, perasaan dan tindakan dari konsumen senantiasa berubah.

Dalam analisis konsumsi konvensional dijelaskan bahwa perilaku konsumsi seseorang adalah dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai kepuasan yang optimal. Sedangkan 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.²⁸

Jadi, 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

b. Tujuan perilaku konsumen mengkonsumsi

Tujuan yang ingin di capai dari perilaku mengkonsumsi adalah memperoleh kepuasan yang setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran yakni terpenuhinya berbagai macam kebutuhan.

²⁸Sarwono, "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol 8 No 1, (2009), h.41-53.

Keputusan pembelian untuk konsumsi cukup beragam, sehingga mengakibatkan jenis-jenis konsumsi juga mempunyai banyak beragam. Konsumen seringkali memiliki perilaku yang berbeda dalam setiap proses pembelian dan keputusan pembelian tentunya akan berdampak langsung terhadap proses pembelian selanjutnya.²⁹

Ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi seorang dan atau masyarakat muslim:

- a. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption* (karena terdapat balasan surga di akhirat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
- b. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
- c. Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara

²⁹Lia Suprihartini, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Ditawarkan Melalui Social Networking," *Jurnal Ekonomi*, (Tanjung Pinang), h.3.

berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar karena mengharap ridho Allah akan digantikan berlipat-lipat.³⁰ Allah berfirman:

وَمَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَتَثْبِيتًا مِّنْ أَنفُسِهِمْ كَمَثَلِ جَنَّةٍ بِرَبْوَةٍ أَصَابَهَا وَابِلٌ فَآتَتْ أُكُلَهَا ضِعْفَيْنِ فَإِن لَّمْ يُصِبْهَا وَابِلٌ فَطُلٌّ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿١٦٥﴾

Artinya:

Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat.³¹

Ibnu Katsir rahimahullah berkata:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا

mereka tidak boros dalam memanfaatkan harta sehingga berbelanja melebihi kebutuhan dan tidak pula kikir terhadap keluarga mereka sehingga mengurangi hak-hak mereka, tidak memberikan kecukupan bagi mereka, namun mereka berlaku adil dan bertindak yang terbaik, dan sebaik-baik perkara itu adalah yang pertengahan, tidak berlebih-lebihan”.

Pertimbangan kemaslahatan dari proses konsumsi juga menjadi dasar yang perlu di pertimbangkan, karena tidak semua barang dan jasa yang memberikan kepuasan terdapat masalah didalamnya. Sehingga, tidak semua barang dan jasa harus dikonsumsi oleh umat Islam.

³⁰Eka Sakti Habibullah, “Etika Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Etika dan Bisnis Islam*,” 26 Nov 2006.

³¹QS. Al-Baqarah : 265

Tujuan-tujuan konsumsi dalam pandangan Islam adalah sebagai berikut:

a. Tujuan Materil

Tujuan materil yang dimaksud yakni mendatangkan kesehatan fisik, menjaga dan menutup aurat, memberikan kenyamanan hidup.

b. Tujuan Spiritual

Adapun tujuan spiritual dari perilaku konsumsi dalam pandangan Islam antara lain sebagai berikut: *Pertama*, pembentukan jiwa syukur akan karunia Allah dalam pandangan seorang konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realisasi rasa syukur kepada. Hal itu karena tiga faktor yakni:

- 1) DikaruniakanNya kemampuan untuk mencari bahan konsumsi seperti makanan.
- 2) DikaruniakanNya bahan konsumsi yang melimpah
- 3) Energi yang didapat sesudah mengkonsumsi berbagai bahan makanan, semata-mata dipergunakan untuk mempertebal rasa kesyukurannya kepada Allah, dalam setiap perilaku konsumsinya harus teresap dalam dirinya nilai-nilai syukur.

Kedua, pembentukan ahli ibadah yang bersyukur:seorang konsumen muslim yang telah mengonsumsi berbagai barang konsumsi sekaligus mampu merasakannya sebagai nikmat karunia Allah, akan berkontribusi besar dalam mengaksesnya untuk

senantiasa menunaikan ibadah dengan berlandaskan atas syukur akan nikmat karunia Allah. Ibadah yang dilakukan berulang-ulang dengan berdasarkan atas rasa syukur akan nikmat karunia Allah, secara otomatis akan membentuk pelakunya menjadi ahli ibadah dengan tingkat kualitas pengamalan ibadah yang paling tinggi nilainya di mata Allah. Allah mengisyaratkan, bahwa dalam melakukan ibadah-ibadah kepadanya, hendaknya didasarkan atas rasa syukur akan nikmat karuniaNya.³²

c. Batasan Dalam Konsumsi Menurut Islam

Secara bijaksana al-Qur'an telah menginformasikan suatu larangan berdimensi sosial untuk kesejahteraan manusia agar harta tidak hanya dimiliki oleh segelintir orang saja. Larangan dalam pembelanjaan harta melingkupi dua macam, antara lain:

- 1) Larangan bersikap kikir/bakhil dan menumpuk harta. Kesadaran untuk membantu penderitaan yang dialami orang-orang yang kekurangan sangat mendapatkan porsi yang besar di dalam Islam. Keseimbangan yang diciptakan Allah dalam bentuk aturan-aturan yang bersifat komprehensif dan universal yaitu al-Qur'an dalam konteks hubungan sosial, apabila diimplementasikan dengan mengambil suri teladan para Nabi dan Rasul dan orang-orang beriman masa lalu (As salaf sholeh) membawa dampak terhadap distribusi pemerataan tingkat kesejahteraan. Sikap kikir sebagai

³²Andi Bahri, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, (Desember, 2014), h.347-370.

salah satu sifat buruk manusia harus dikikis dengan menumbuhkan kesadaran bahwa harta adalah amanah Allah swt yang harus dibelanjakan sebahagian dari harta tersebut kepada orang-orang yang berhak mendapatkannya.sebagaimana firman Allah :

❁ إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا ❁

Artinya:

*Sesungguhnya manusia diciptakan bersifat keluh kesah lagi kikir.*³³

Larangan kikir terhadap harta membuktikan dalam sifat ini menunjukkan kurangnya nilai kepekaan sosial, padahal manusia sebagai makhluk sosial (homo homini lupus) tidak hanya hidup sendiri tetapi membutuhkan pertolongan orang lain walaupun tidak secara langsung terjadi interaksi. Sikap kikir akan mengarahkan manusia pada kategori orang-orang yang sombong dan membanggakan diri, dengan menganggap harta yang dimiliki hasil dari jerih payah sendiri tanpa sedikitpun bantuan pihak lain, padahal Allah sebagai pemilik semesta alam beserta isinya termasuk harta yang dimiliki manusia.

- 2) Larangan berlebih-lebihan dan bermewah-mewahan. Islam membenarkan pengikutnya menikmati kebaikan dunia. Prinsip ini bertolak belakang dengan sistem kerahiban, manuisme parsi, sufuisme brahma dan sistem lainnya yang memandang dunia secara sinis. Hidup sederhana adalah tradisi Islam yang mulia, baik dalam

³³QS. Al-Ma'arij : 19

membeli makanan, minuman, pakaian, rumah dan segala apapun, bahkan Rasulullah melarang boros berwudhu dengan air walaupun berada di sungai yang mengalir.³⁴

d. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen

Dalam mempelajari perilaku konsumen banyak faktor yang mempengaruhinya. Salah satu faktor yang penting untuk mengetahui perilaku konsumen adalah dengan mempelajari faktor psikologis konsumen, yaitu sikap konsumen, dengan demikian apabila sikap konsumen dapat didefinisikan dengan baik dan selanjutnya mengetahui minatnya maka perilaku konsumen akan dapat di prediksi.³⁵

Pendapatan adalah fungsi dari konsumsi dan tabungan sehingga kemampuan konsumen dalam konsumsi dan menabung sangat di pengaruhi oleh tingkat pendapatan, karena keputusan konsumen untuk memilih dan membeli dipengaruhi oleh sumber daya ekonomi yang dimiliki.

Ada beberapa faktor yang dapat berpengaruh pada perilaku konsumen antara lain sebagai berikut:

1) Faktor kebudayaan

Budaya adalah determinan dasar keinginan dan perilaku seseorang atau penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Tiap budaya mempunyai sub budaya yang lebih kecil,

³⁴Eka Sakti Habibullah, "Etika Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Etika dan Bisnis Islam*," 26 Nov 2006.

³⁵Marhaini, "Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Komputer Merek Acer," *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.3, (Sumatera Utara, September 2008), h.89-96.

atau kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama, yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk anggota mereka.

2) Faktor sosial

Perilaku seseorang banyak dipengaruhi oleh kelompok kecil. Kelompok sosial tersebut mempunyai pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku.

3) Faktor pribadi

Daur hidup akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan bertambahnya usia.

4) Keadaan ekonomi dan gaya hidup

Keadaan ekonomi akan sangat mempengaruhi pemilihan produk yang akan di konsumsi. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya. Setiap orang mempunyai karakteristik pribadi yang mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian adalah sekumpulan sifat psikologis manusia yang menyebabkan respon yang relatif konsisten dan tahan lama terhadap rangsangan lingkungan (termasuk perilaku pembelian).³⁶

³⁶Ryatnasih Rachmat, "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Honda Beat," *Jurnal Manajemen*, Vol.10 No.3, (UNSIKA, April 2013), h.2-3.

Perilaku konsumsi mahasiswa merupakan hasil belajar melalui pembiasaan, pengertian, dan *modelling* di rumah, di kampus maupun masyarakat. Dengan demikian jika mahasiswa telah belajar konsep ekonomi maka dapat mendorong untuk berperilaku rasional. Sehingga mahasiswa banyak mengonsumsi barang terutama mengonsumsi barang berupa tas-tas terbaru.

C. Jual beli

1. Pengertian jual beli

Secara etimologi jual beli diartikan sebagai pertukaran sesuatu dengan yang lain. Jual beli juga dapat diartikan dengan pertukaran harta atau dengan gantinya atau mengambil sesuatu sebagai gantinya. Jual beli dapat terjadi dengan cara pertukaran harta antara dua pihak atas dasar saling rela, dan memindahkan milik dengan ganti yang dapat dibenarkan yaitu berupa alat tukar yang diakui sah dalam lalu lintas perdagangan.³⁷

2. Prinsip-prinsip jual beli

Secara garis besar prinsip jual beli adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip suka sama suka, prinsip ini menunjukkan bahwa segala bentuk aktifitas perdagangan dan jual beli tidak boleh dilakukan dengan paksaan, penipuan, kecurangan, intimidasi, dan praktik-praktik lain yang dapat menghilangkan kebebasan, kebenaran, dan kejujuran dalam transaksi ekonomi.

³⁷Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K, Lubis, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 1994) h.33.

- b. Takaran dan timbangan yang benar, dalam perdagangan nilai timbangan dan ukuran yang tepat dan standar benar-benar harus diutamakan.
- c. Iktikad baik, Islam tidak hanya menekankan agar memberikan timbangan dan ukuran yang penuh, tapi juga dalam menunjukkan iktikad yang baik dalam transaksi bisnis karena hal ini dianggap sebagai hakikat bisnis.³⁸

³⁸M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 288.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Profil IAIN Bengkulu

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu berada di kawasan kota yang memiliki hubungan transportasi yang cukup lancar dengan areal seluas 73 ha. Letaknya sangat strategis: 10 km dari pusat kota dan 5 km dari bandara Fatmawati Soekarno Putri Bengkulu. Didalamnya juga didukung oleh fasilitas dan prasarana yang memadai berupa gedung Rektorat berlantai dua, Perpustakaan berlantai 2, gedung kuliah berlantai 2, laboratorium Dakwah berlantai dua, laboratorium komputer, auditorium, masjid kampus, perkantoran dan gedung penyiaran radio.³⁹

Adapun visi dan misi IAIN Bengkulu yaitu⁴⁰:

1. Visi

Unggul dalam bidang studi keIslaman, berwawasan kebangsaan.

2. Misi

Misi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu (IAIN) adalah:

- a. Mengembangkan ilmu-ilmu keIslaman, sains dan berwirausahaan dalam pendidikan dan pengajaran berbasis Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (2012-2027)

³⁹Tim, *10 Tahun STAIN Bengkulu Mengabdi*, (Bengkulu: STAIN Bengkulu Publising, 2007), h.30

⁴⁰Brosur IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2016

- b. Meningkatkan kualitas penelitian dalam bidang ilmu-ilmu keIslaman, sains dan kewirausahaan dan pengabdian yang responsif terhadap kepentingan keilmuan dan kemasyarakatan (2027-2022)
- c. Meningkatkan mutu mahasiswa yang berkarakter, profesional, mandiri dan berakhlak mulia (2022-2027)
- d. Menjadi rujukan dalam studi ilmu-ilmu keIslaman, sains dan kewirausahaan di lingkungan perguruan tinggi Islam (2027-2032)
- e. Membangun kerjasama dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi (2032-2037).

Sedangkan Fakultas IAIN Bengkulu ada tiga bagian dan beberapa jurusan di dalamnya⁴¹:

- a. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam terdiri dari Jurusan Peradilan Agama, Jurusan Hukum Bisnis, Jurusan Ekonomi Islam, dan Perbankan. Dan sekarang Fakultas ini sudah terpisah menjadi Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dengan jurusan Ekonomi Islam yang memiliki dua prodi yaitu ekonomi syariah dan perbankan syariah.
- b. Fakultas Tarbiyah dan Tadris terdiri dari Jurusan Pendidikan Agama Islam, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Bahasa Arab, Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, dan Pendidikan Guru Raudhatul Affal.
- c. Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD) terdiri dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, dan jurusan Bimbingan Konseling Islam,

⁴¹ Tim, *10 Tahun STAIN...*, h.31

Manajemen Dakwah, Filsafat Agama, Ilmu Qur'an dan Tafsir, Ilmu Hadis, Akhlak Tasawuf, Bahasa dan Sastra Arab, dan Sejarah Kebudayaan Islam.

Institut Agama Islam Negeri Bengkulu merupakan Perguruan Tinggi Islam Negeri yang sederajat dengan Perguruan Tinggi Negeri lainnya. Pendidikan formal yang dilaksanakan bernuansa keislaman dengan jenjang pendidikan program pengetahuan strata satu (S1) dan strata dua (S2).

Sebagai lembaga Pendidikan, IAIN Bengkulu senantiasa berperan aktif dalam menciptakan Sumber Daya Insani (SDI) yang berkualitas dalam rangka membantu program pemerintah yakni mempercepat proses pembangunan nasional khususnya dalam bidang keagamaan.

B. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Pada tahun 2012 berdasarkan peraturan Presiden Nomor 51 Tahun 2012, STAIN Bengkulu diubah menjadi IAIN Bengkulu. Seiring peralihan setatus STAIN menjadi IAIN Bengkulu maka Jurusan Syariah beralih menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Dengan peralihan Jurusan Menjadi Fakultas maka prodi Ekonomi Islam menjadi prodi Ekonomi Syariah, di bawah Jurusan Ekonomi Islam. Jurusan Ekonomi Islam merupakan peralihan dari Prodi Ekonomi Islam menjadi Jurusan Ekonomi Islam dengan dua prodi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan dengan dekan yang dijabat oleh Dr. Asnaini, MA.

Jurusan Ekonomi Islam mempunyai dua program studi, yaitu Program Studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Program studi Ekonomi Syariah didirikan pada tanggal 1 November 2007 dengan Nomor SK Pendirian Dj.I/422/2007 yang ditanda tangani oleh Direktur Jendral Pendidikan Islam. Sedangkan Prodi Perbankan didirikan pada tanggal 13 Agustus 2012 dengan nomor SK Pendirian 1195 tahun 2012 yang ditanda tangani oleh Direktur Jendral Pendidikan Islam.⁴²

Pada tanggal 5 Juni 2015 di tetapkan di Jakarta oleh Menteri Agama Republik Indonesia Lukman Hakim Saifulddin bahwa Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam memisahkan diri menjadi fakultas tersendiri yaitu Fakultas Syariah dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2015 tentang perubahan atas peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2012 tentang Organisasi Dan Tata Kerja Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.

IAIN Bengkulu meresmikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan jurusan Ekonomi Islam pada hari sabtu 16 januari 2016. Gedung baru FEBI diresmikan langsung oleh Direktur Jendral Pendidikan Islam Kementrian Agama RI Prof. Dr. Phil. Kamaruddin Amin dan didampingi Rektor IAIN Bengkulu Prof. Dr. Sirajuddin. Di gedung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) tersebut terdapat fasilitas 24 ruang belajar baru dan 13 ruang lama. Saat ini FEBI sudah memiliki satu Jurusan yaitu

⁴²Tim Akreditasi Prodi Perbankan Syariah IAIN Bengkulu, *Buku IIIA Borang Akreditasi...*, h.ii

Jurusan Ekonomi Islam dengan dua program studi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Mengenai akreditasi, Fakultas ini sudah mendapat akreditasi B dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT).

C. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu: “Unggul dalam kajian dan pengembangan ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang memadukan sains dan berjiwa kewirausahaan di Asia Tenggara 2037”. Dengan Misi seperti⁴³:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan professional dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
2. Melaksanakan penelitian dalam bidang ekonomi syariah, sains, dan kewirausahaan.
3. Melaksanakan pengabdian masyarakat di bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
4. Menjalani kerjasama secara produktif dengan lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, Nasional, dan internasional.

D. Kompetensi dan Dunia Kerja Prodi

1. Program Studi Ekonomi Syariah

Kompetensi Lulusan⁴⁴:

h.1 ⁴³Tim Akreditasi Prodi Ekonomi Islam IAIN Bengkulu, *Buku IIIA Borang Akreditasi...*,

⁴⁴Brosur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2016

- a. Menguasai teori dan pemikiran ekonomi dalam kerangka mikro dan makro Ekonomi serta mampu mengembangkannya dalam konteks ekonomi saat ini.
- b. Menguasai teori-teori ilmu dan metodologi ekonomi Islam dan implementasinya dalam pengembangan sistem ekonomi yang berkeadilan di atas nilai-nilai syariah.
- c. Mampu mengembangkan substansi ekonomi syariah ke dalam model ekonomi secara matematis.
- d. Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif yang memadai untuk mengembangkan penelitian dan penulisan karya ilmiah di bidang ilmu ekonomi syariah.
- e. Mampu merumuskan solusi dan strategi terhadap problem ekonomi dan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkeadilan.
- f. Memahami konsep dasar moneter dengan perspektif ekonomi syariah dan pengembangannya dalam investasi dan instrumen keuangan syariah.
- g. Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam mendesain instrumen keuangan berbasis syariah.

Pasar Kerja Program Studi Ekonomi Syariah:

- a. Perencanaan ekonomi dan pembangunan berbasis syariah.
- b. Analisis kebijakan fiskal, moneter, dan keuangan syariah.
- c. Tenaga ahli bidang keuangan syariah.
- d. Akademisi, penelitian dan

e. Konsultan bidang keuangan syariah.

2. Program Studi Perbankan Syariah

Kompetensi Lulusan:

- a. Memahami akad transaksi syariah secara komprehensif serta penerapannya dalam mendesain, mengoperasionalkan, dan memasarkan produk dan jasa bank syariah.
- b. Terampil dalam mengaplikasikan teknologi informasi dan pengembangannya pada produk dan jasa bank syariah.
- c. Terampil dalam menyusun, menganalisis, dan audit laporan keuangan syariah serta melakukan evaluasi terhadap kinerja bank syariah.
- d. Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam mendesain produk bank syariah yang kompetitif dan berdaya saing tinggi serta pengelolaan investasi dana bank syariah.
- e. Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif terhadap persoalan bank syariah sebagai dasar pengembangan penelitian dan penulisan karya ilmiah.
- f. Memiliki integritas moral, etika dan sikap profesional dalam berpikir di industri bank syariah.

Pasar Kerja Program Studi Perbankan Syariah:

- a. Praktisi ekonomi dan keuangan syariah: manager, officer
- b. Penggerak dan inovator lembaga keuangan syariah
- c. Akademisi dan peneliti.

E. Data Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun 2016

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berada dalam naungan lembaga Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam hanya memiliki satu jurusan, yaitu jurusan Ekonomi Islam yang terbagi ke dalam dua program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah.

Seiring berkembangnya perekonomian di sektor syariah yang sedang mengalami peningkatan yang pesat, tahun demi tahun jumlah mahasiswa jurusan Ekonomi Islam mengalami kemajuan yang pesat terutama dari sektor jumlah mahasiswa yang selalu meningkat dan melaksanakan perkuliahan di Jurusan Ekonomi Islam sekarang tercatat sebanyak 1.546 mahasiswa. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berasal dari berbagai daerah dan suku yang beragam, baik berasal dari dalam kota, kabupaten, pedesaan, dan juga terdapat mahasiswa yang berasal dari provinsi lain.

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2016

Prodi	Semester	Jumlah Mahasiswa
Ekonomi Syariah	I	290
	III	216
	V	205
	VII	158
	Sub Total	809
Perbankan Syariah	I	270
	III	239
	V	206
	VII	22
	Sub Total	737
Jurusan Ekonomi Islam	Jumlah Total	1.546

Sumber: Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Juni 2016

F. Data Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2015/2016

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam termasuk ke dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Jurusan Ekonomi Islam ini terdiri dari dua Program Studi yaitu Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2015/2016 yang terbagi ke dalam dua Prodi yaitu Prodi Ekonomi Syariah di dalamnya terdapat delapan lokal dengan total jumlah 290 mahasiswa. Prodi Perbankan Syariah di dalamnya terdapat 7 lokal dengan total jumlah 270 mahasiswa.

Jumlah mahasiswi aktif yaitu 152 untuk Prodi Ekonomi Syariah dan 192 untuk Prodi Perbankan Syariah. Jadi total jumlah mahasiswi angkatan tahun 2015/2016 ialah 344 mahasiswi.

Tabel 3.2
Tabel Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam
Angkatan 2016/2017

Program Studi	Jumlah Mahasiswa Aktif	Jumlah Mahasiswi Aktif
Ekonomi Syariah	114	152
Perbankan Syariah	65	192
Jumlah total	179	344

Sumber: Data Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Juni 2016

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Berdasarkan Hasil Wawancara

Kegiatan konsumsi dilakukan manusia setiap hari untuk memenuhi kebutuhan hidup, tidak terkecuali juga para mahasiswi Institut Agama Islam Negeri Bengkulu. Maraknya kemunculan berbagai macam jenis fashion terutama produk tas membuat peningkatan konsumsi pada mahasiswi. Banyak mahasiswi yang mementingkan egonya demi tercapainya kepuasan dalam diri mereka. Seperti yang terjadi pada mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang selalu mengikuti tren yang sedang berkembang. Dimana para mahasiswi melakukan pembelian tas hanya untuk mengikuti tren dan malu apabila mereka jarang mengganti tas yang mereka kenakan. Hal tersebut peneliti dapatkan melalui wawancara kepada mahasiswi Ekonomi Islam Semester. Untuk lebih jelasnya hasil wawancara tersebut akan peneliti jabarkan seperti dibawah ini:

Berdasarkan hasil wawancara kepada salah seorang mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu dengan inisial nama HL mengatakan bahwa: keseringan membeli tas mulai dilakukan pada semester IV dan biasanya pembelian tas dilakukan dalam kurun waktu satu sampai dua bulan satu tas. Sehingga tas yang dimiliki sampai sekarang berjumlah lima buah. Alasan membeli tas adalah karena dulu sebelum masuk

semester IV ada beberapa teman yang bilang bahwa setiap hari tidak pernah berganti tas, karena itulah sekarang mengkoleksi berbagai macam jenis merk tas merupakan suatu kebiasaan. Tas yang dibeli pun berbagai macam fungsi mulai dari tas berukuran kecil yang biasa digunakan untuk sekedar bergaya sampai tas berukuran besar yang biasa digunakan untuk membawa tas apabila dibutuhkan.⁴⁵

Itulah alasan yang diungkapkan oleh HL seorang mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu tersebut. Sesungguhnya mahasiswi tersebut berasal dari keluarga yang kedua orangtuanya bekerja sebagai buruh bangunan. Meskipun demikian, kebiasaan membeli tas membuat orang selalu menyisihkan uangnya untuk membeli tas. Sehingga walaupun uang tidak mencukupi, demi tercapainya suatu keinginan, rela meminjam uang dengan teman hanya untuk membeli tas dengan harga yang ditawarkan oleh penjual.

Begitu juga menurut seorang mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang berinisial NS mengatakan hal serupa. Bahwasanya keinginan membeli tas dengan alasan karena gengsi apabila tas yang ia kenakan tidak pernah diganti atau ditukar. Memiliki empat buah tas berukuran kecil sudah sangat membanggakan apalagi jika memiliki tas lebih banyak dari itu. Alasan membeli tas berukuran kecil biar terlihat modis dan tidak tertinggal dengan orang lain. Tempat-tempat yang biasa dikunjungi untuk membeli produk tas terdapat di toko-toko daerah

⁴⁵HL, Wawancara, 15 Desember 2016.

Bengkulu, selain mengunjungi langsung tempat penjualan tas, pembeli juga sering berbelanja tas *online* dengan teman yang berperan sebagai penjual yang menawarkan tas. Oleh karena terlahir dari keluarga yang sederhana, akan tetapi demi menjaga gengsi, mahasiswi mengaku sering meminta uang lebih dari kebutuhan yang sebenarnya kepada kedua orangtua.⁴⁶

Hal tersebut juga diungkapkan oleh PH seorang mahasiswi Ekonomi Islam, yang memiliki tas dengan jumlah enam buah. Tas dan baju merupakan pakaian yang paling mencolok, sehingga pemakaian harus sering diganti. Kalau hanya memiliki satu atau dua tas saja akan dibilang miskin oleh teman-teman. Demi memenuhi keinginan, meminta uang lebih untuk membeli tas dan baju dari kedua orangtua selalu dilakukan. Karena ketika memakai tas yang berbeda setiap hari akan merasa lebih percaya diri dan hati pun puas tidak merasa ada yang kurang satupun. Jenis tas yang biasa dibeli pun mengikuti *trend* atau model tas yang sedang marak dikalangan anak muda. Konsumen merasa tidak masalah jika tas yang dibeli adalah produk palsu dari merk yang terkenal yang terpenting modelnya sama dengan yang asli. Alasan mempunyai banyak tas adalah biar bisa tampil menarik dan modis serta mengikuti *trend* masa kini.⁴⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, ISG mengatakan bahwa alasan mempunyai tas tiga sampai lima bahkan lebih dari itu adalah hanya untuk bergaya mengikuti *trend* masa kini. Kebanyakan

⁴⁶NS, Wawancara, 15 Desember 2016.

⁴⁷PH, Wawancara, 15 Desember 2016.

mengatakan bahwa malu apabila hanya memiliki satu atau dua tas saja. Lebih dari itu, konsumen ingin agar mendapat pujian dan pengakuan sosial dari seseorang atau publik sebagai seorang yang memiliki status sosial dan status ekonomi yang tinggi.⁴⁸

Hal ini jelas tidak sesuai dengan makna konsumsi yang dijelaskan dalam ekonomi Islam. Dimana hal tersebut dalam ekonomi Islam disebut sebagai sifat yang berlebih-lebihan dan berbangga diri sebagaimana dalam firman Allah SWT sebagai berikut:

أَعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَهُوَ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ
وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرْتَهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ
حُطَمًا ۗ وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ ۗ وَمَا الْحَيَاةُ
الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ ﴿٢٠﴾

Artinya:

Ketahuilah, bahwa Sesungguhnya kehidupan dunia ini hanyalah permainan dan suatu yang melalaikan, perhiasan dan bermegah-megah antara kamu serta berbangga-banggaan tentang banyaknya harta dan anak, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan Para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu Lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. dan di akhirat (nanti) ada azab yang keras dan ampunan dari Allah serta keridhaan-Nya. dan kehidupan dunia ini tidak lain hanyalah kesenangan yang menipu.⁴⁹

Selanjutnya, LS seorang mahasiswa Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang terlahir dalam keluarga serba berkecukupan mengatakan bahwa wajar-wajar saja apabila memiliki koleksi tas

⁴⁸ISG, Wawancara, 15 Desember 2016.

⁴⁹QS. Al-Hadid : 20

berjumlah tiga sampai lima atau bahkan lebih. Apabila seorang perempuan zaman sekarang hanya memiliki satu atau dua tas saja akan terkesan aneh. Perempuan memang terlahir dengan hasrat yang lebih tinggi dari laki-laki, itulah sebabnya perempuan selalu berkeinginan untuk memiliki barang-barang dengan *merk* yang berbeda. Memiliki koleksi tas sampai sepuluh buah sangat menyenangkan bagi konsumen sendiri, mulai dari tas untuk dibawa jalan-jalan, kepesta dan beberapa tas yang dipakai untuk pergi kuliah. Konsumen mengatakan bahwa tas yang sering dipakai untuk pergi ke kampus adalah tas berukuran kecil. Alasan yang diungkapkan karena tas berukuran kecil lebih enak dibawa kemana-mana dan gayanya pun lebih *modern* dan mengikuti *trend* masa kini, berbeda dengan tas ransel yang kalau dibawa berat dan tidak modis.⁵⁰

Begitu juga dengan pendapat YPS yang mengatakan bahwa sebenarnya tidak terlalu penting memiliki tas lebih dari tiga. Hal tersebut bersifat mubadzir dan boros, tapi karena teman-teman selalu berganti tas tiap hari akhirnya konsumen pun mengikuti. Alasan lain yang diungkapkan selain merasa puas dan mengikuti gaya hidup teman sebaya adalah biar merasa lebih percaya diri, YPS tidak merasa minder lagi dengan teman-teman. Kalau untuk pemakaian tas sendiri YPS biasanya mengatakan bahwa disesuaikan dengan kondisi yang ada. Apabila hari tersebut mata kuliahnya banyak yang mengharuskan membawa buku maka tas yang dipakai biasanya tas ransel karena muatannya banyak. Begitu juga sebaliknya apabila mata kuliah sedikit maka tas yang

⁵⁰LS, Wawancara, 16 Desember 2016.

dipakai adalah tas berukuran kecil, konsumen sendiri mengatakan bahwa dirinya lebih sering memakai tas yang kecil karena lebih *trend* dan modis.⁵¹

Apa yang disampaikan oleh YPS diatas sama seperti yang disampaikan oleh RA salah satu konsumen tas yang mengatakan bahwa perempuan wajib memiliki koleksi barang-barang seperti baju, sepatu dan tas. Zaman semakin hari semakin *trendi*, dan kita harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Oleh karena itulah, kita harus membeli dan mengkoleksi barang-barang pengeluaran baru. Kalau zaman sudah berkembang dan kita masih begitu-begitu saja berarti kita kuno, jawab konsumen pada saat diwawancarai. konsumen sendiri mengatakan bahwa dirinya memiliki tas bermerk dengan model yang sesuai dengan zaman sekarang. Kalau masalah uangnya RA meminta sama kedua orangtua, karena orangtuanya terutama ibu juga suka mengkoleksi tas pengeluaran baru. Jadi, orangtua konsumen sendiri tidak terkejut ketika anaknya meminta uang untuk membeli tas meskipun tas yang dimiliki sudah cukup banyak.⁵²

Dari informasi yang didapatkan dari beberapa konsumen mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu melalui wawancara tampak jelas bahwa mahasiswi masih memiliki tingkat konsumtif yang masih tinggi terutama dalam produk tas. Hal tersebut menjadi sesuatu hal yang harus diperhatikan dengan serius. Apabila dibiarkan akan membawa hal negatif bagi konsumen dan orang lain. Hal tersebut juga sangat tidak sesuai dengan norma-norma yang ada dalam konsumsi Islam.

⁵¹YPS, Wawancara, 16 Desember 2016.

⁵²RA, Wawancara, 16 Desember 2016.

Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri. Dalam konsumsi Islam, konsumen harus puas akan perilaku konsumsinya dengan mengikuti norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.⁵³

Selanjutnya, DES salah seorang konsumen tas mahasiswi pada saat wawancara mengatakan bahwa dirinya melakukan pemborosan dalam pembelian tas. Hampir setiap ada keluaran model baru konsumen selalu membeli barang-barang tas terutama produk tas. Alasan yang diungkapkan oleh konsumen adalah hanya untuk memuaskan diri saja. Apabila keinginan mengkoleksi tas sudah terpenuhi rasa kepuasan itu muncul secara sendiri. Demi mendapatkan tas yang diinginkan DES selalu menabung setiap minggu dan pada waktu akhir bulan biasanya konsumen akan berbelanja ke toko tas dan melakukan pembelian. Sebelum pergi berbelanja konsumen sudah tahu pasti tas seperti apa yang akan dibeli. Konsumen juga tidak hanya berbelanja di toko-toko tas daerah Bengkulu, konsumen juga melakukan pembelian tas di luar kota Bengkulu apabila tas yang diinginkan sudah habis stok. Bentuk dan warna yang unikal yang menjadi perhatian konsumen untuk membeli dan mengkoleksi tas-tas tersebut. Dengan adanya koleksi tas tersebut, biasanya

⁵³Andi Bahri, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, (Desember, 2014), h.347-370.

DES merasa akan lebih percaya diri untuk bepergian dan merasa tidak minder dengan teman-teman yang lain.⁵⁴

Demikian juga yang disampaikan oleh YA seorang konsumen tas mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang memiliki tas sebanyak enam buah mengatakan bahwa dirinya akan merasa bangga apabila memiliki koleksi tas. Meskipun konsumen mengaku dirinya merasa kurang mampu untuk mengikuti *fashion-fashion* masa sekarang, tetapi konsumen berusaha agar tetap terlihat modis dan tidak ketinggalan dari teman-temannya yang lain. Konsumen mengaku apabila tidak terlihat modis akan merasa minder dan tidak percaya diri.⁵⁵

Hal tersebut juga dilakukan oleh IN seorang konsumen tas yang mengatakan bahwa perempuan harus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Dimana dunia kerja zaman sekarang sangat memperhatikan penampilan, selain dari baju, *make up*, penggunaan tas juga harus sangat diperhatikan. Konsumen mengatakan walaupun baju dan *make up* sudah menarik, apabila tas tidak pernah diganti tetap akan merasa minder dan malu. Dirinya menganggap bahwa penampilan sangat menunjang ketertarikan dan kenyamanan orang lain terhadap kita. Konsumen sendiri memiliki berbagai macam jenis tas mulai dari harga standar sampai harga yang lumayan mahal.⁵⁶

Dari berbagai macam pendapat dari konsumen diatas, sangat jelas bahwa kuatnya keinginan untuk tampil modis dan trendi serta tampil percaya diri, membuat para konsumen mahasiswi menganggap bahwa memiliki berbagai

⁵⁴DES, Wawancara, 17 Desember 2016.

⁵⁵YA, Wawancara, 17 Desember 2016.

⁵⁶IN, Wawancara, 17 Desember 2016.

macam jenis tas dengan jumlah tiga sampai lima bahkan lebih dalam jangka tertentu merupakan suatu pemenuhan kebutuhan. Namun mereka tidak menyadari bahwa hal tersebut merupakan perilaku konsumtif atau boros. Yakni ketika mereka tidak dapat lagi membedakan antara pemenuhan kebutuhan dengan keinginan.

Selanjutnya wawancara dilakukan kepada LSY seorang konsumen tas mahasiswi Ekonomi Islam lain yang mengatakan bahwa pembelian sebanyak tiga sampai lima tas bahkan lebih dalam jangka waktu tertentu merupakan hal yang tidak penting. Akan tetapi, tidak bisa dipungkiri gaya dan model zaman sekarang sudah sangat berkembang. Sehingga, keinginan untuk memiliki barang-barang yang sedang *trend* sangat tinggi. Sedangkan, sekarang tas diproduksi sangat berkembang dengan macam gaya dan warna yang bermacam-macam. Mulai dari tas yang terkesan sederhana tapi elegan sampai tas yang terkesan sangat mewah. Hal itulah yang menarik para konsumen mahasiswi untuk membeli tas-tas tersebut dan membuat mereka tidak menyadari bahwa itu bukan lagi kebutuhan melainkan keinginan hasrat. Meskipun konsumen mengatakan hal seperti itu, tapi konsumen sendiri tidak memungkiri bahwa dirinya termasuk konsumen mahasiswi yang mengkonsumsi tas-tas yang terlihat mewah. LSY mengungkapkan memiliki ada lebih dari enam tas yang semuanya terkesan *glamour*. Hal tersebut dilakukan semata-mata hanya untuk mempertahankan kelas sosial. Karena

menurut konsumen orang-orang yang memakai tas-tas mewah akan terlihat lebih menonjol dibanding teman yang lain.⁵⁷

Begitu pula menurut RN dan SO yang mengatakan bahwa tas merupakan pakaian yang tergolong menonjol. Sehingga, mau tidak mau perempuan harus membeli barang tersebut untuk menunjukkan kelas sosial mereka. Hal tersebut yang menjadikan mereka lupa akan kebutuhan yang harus dipenuhi. Demikian menurut konsumen selanjutnya yang mengatakan bahwa perkembangan pada zaman sekarang sudah sangat maju. Berbagai produk dari luar maupun dari dalam negeri bertebaran memasuki daerah-daerah sampai ke pelosok negeri. Seiring bertambahnya produksi barang-barang, kebutuhan manusia pun semakin bertambah. Inilah awal dari perilaku yang sudah menyimpang dan tidak sesuai lagi dengan etika yang ada dalam Islam. Dimana, masa sekarang banyak manusia yang sudah tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dengan keinginan. Itulah yang dinamakan dengan perilaku konsumtif yang berlebihan.

Selanjutnya, dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. RN mengaku meskipun mengetahui bahaya apa yang ditimbulkan dari perilaku konsumtif yang berlebihan, hal tersebut tidak bisa mengurungkan niat

⁵⁷LSY, Wawancara, 18 Desember 2016.

konsumen untuk memiliki tas-tas yang lagi *trend*. Maraknya model-model dan warna tas yang ada membuat konsumen selalu tergelitik untuk memiliki tas-tas baru yang lagi *trendi*.⁵⁸

Dari pendapat mahasiswi diatas, nampak jelas bahwa keputusan untuk menjadi konsumen produk tas sangat di dominasi oleh keinginan dan hawa nafsu. Sehingga hal tersebut tidak sesuai dengan ajaran Islam mengenai larangan memperturutkan hawa nafsu, sebagaimana dalam firman Allah SWT. berikut:

وَأَصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ^ط
وَلَا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا^ط وَلَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَن
ذِكْرِنَا وَاتَّبَعَ هَوَاهُ وَكَانَ أَمْرُهُ فُرُطًا

Artinya:

*Dan bersabarlah kamu bersama-sama dengan orang-orang yang menyeru Tuhannya di pagi dan senja hari dengan mengharap keridhaan-Nya; dan janganlah kedua matamu berpaling dari mereka (karena) mengharap perhiasan dunia ini; dan janganlah kamu mengikuti orang yang hatinya telah Kami lalaikan dari mengingati Kami, serta menuruti hawa nafsunya dan adalah keadaannya itu melewati batas.*⁵⁹

B. Faktor Pendorong Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu

Setelah peneliti melihat pendapat konsumen mahasiswi dari hasil wawancara, maka peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor pendorong konsumen mahasiswi mengkonsumsi produk tas melebihi kebutuhan, adalah:

⁵⁸RN dan SO, Wawancara, 18 Desember 2016.

⁵⁹QS. Al-Kahfi : 28

1. Faktor internal

a. Pengalaman belajar

Pengalaman belajar ini terdiri dari pengalaman pribadi, teman serta orang lain yang sering melakukan pembelian produk tas-tas zaman sekarang.

b. Gaya hidup

Ketertarikan dan pendapat mahasiswi tentang produk-produk tas dapat dijadikan sebagai gaya hidup konsumen tentang gaya dan penampilan.

c. Motivasi

Motivasi adalah alasan konsumen untuk melakukan pembelian produk-produk tas.

2. Faktor eksternal

a. Kebudayaan

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikut yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat dan salah satunya adalah perilaku konsumtif anggota masyarakat.

b. Kelas sosial

Beberapa mahasiswi mengakui bahwa dengan melakukan konsumsi produk-produk tas-tas dengan model mewah dan bermerk ia merasa berbeda dan menurutnya nampak lebih menonjol dibandingkan dengan teman-temannya yang lain.

c. Kelompok referensi

Kelompok referensi merupakan sekelompok orang yang sangat mempengaruhi perilaku individu. Kelompok referensi di sini adalah teman sebaya, keluarga, *public figure* seperti artis ternama, media massa dan lain sebagainya.

d. Keluarga

Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen dalam membeli dan menggunakan barang atau jasa.

e. Situasi

Faktor situasi seperti lingkungan fisik, lingkungan sosial, waktu, suasana hati, dan kondisi seseorang sangat mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang.

C. Analisis Perilaku Pembelian Tas Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Dalam Pandangan Konsumsi Islam

Islam telah menyediakan suatu sistem ekonomi yang meniscayakan penggunaan sumber-sumber daya yang diberikan Allah untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan pokok umat manusia dan memberikan kepada manusia kehidupan yang baik. lebih dari itu sistem ekonomi islam bukan hanya berlandaskan pada nilai-nilai ketuhanan dan moral, tetapi juga berlandaskan

pada prinsip kemanusiaan.⁶⁰ Ekonomi merupakan bagian vital yang tak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia.

Siapa pun orangnya, dari suku manapun, dari bangsa manapun, agama apapun, tidak akan terlepas dari aspek yang satu ini. Bagaimana tidak, sejak manusia dilahirkan, ia sudah memiliki banyak kebutuhan yang harus dipenuhi. Secara umum, kegiatan ekonomi dapat dibagi menjadi tiga macam, yaitu produksi, distribusi, dan konsumsi. Setiap manusia yang hidup di dunia selalu melakukan aktifitas perekonomian terutama aktifitas konsumsi. Aktifitas konsumsi tidak akan pernah lepas dari kehidupan sehari-hari mereka. Konsumsi ini pun dilakukan atas dasar kebutuhan dan keinginan yang melihat pada pendapatan setiap masing-masing individu. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya walau mungkin banyak hal belum terlalu perlu ia konsumsi.⁶¹

Membahas kegiatan ekonomi, ada perbedaan antara ekonomi konvensional dengan ekonomi Islam. Ekonomi konvensional memandang bahwa kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Dimana keinginan seseorang akan berkaitan erat dengan konsep kepuasan.⁶² Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi.

⁶⁰Maskur Rosyid, "Dimensi Kemanusiaan Dalam Sistem Ekonomi Islam", *KHAZANAH, Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol 3, No, 1. (Tangerang, Juni 2015), h.1

⁶¹Syaparudin, "Prinsip-Prinsip Dasar Alquran Tentang Perilaku Konsumsi," *Ulumuna, Jurnal Studi keislaman*, Vol XV, No 2, (Desember, 2011), h. 4

⁶²Almizan, "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis," *Al Masraf, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 1, No 1 (Juni 2016), h. 1

Agama Islam ditandai oleh sifat komprehensif yang menguasai semua aspek kehidupan pemeluknya, tidak membedakan urusan dunia dengan urusan akhirat. Kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukannya dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya lebih jauh lagi. Pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makan ibadah. Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekatkan diri kepada Allah SWT. Menghindarkan pemeluknya dari bahaya dikotomi atau pemisahan antara apa yang religius dan kontemporer yang disebut juga sebagai sekularisme. Dan tidak mendikotomikan masyarakat golongan kaya dan golongan miskin.⁶³

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah SWT akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengan manusia mendapatkan pahala. Setiap seorang mukmin dilarang untuk berlebihan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa karena hal tersebut tidaklah termasuk ciri khas manusia yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam Islam disebut juga dengan Israf (pemborosan) atau tabzir (menghamburkan harta tanpa guna).

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengkonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian,

⁶³Almizan, "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis," *Al Masraf, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 1, No 1 (Juni 2016), h.2

karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi diri, keluarga dan orang paling dekat di sekitarnya. Meski demikian konsumsi Islam melarang seseorang melampaui batas untuk kepentingan konsumsi dasarnya, jika dalam kondisi darurat dan dikhawatirkan bisa menimbulkan kematian, maka seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang haram dengan syarat sampai masa darurat itu hilang, tidak berlebihan pada dasarnya untuk kemaslahatan manusia juga.⁶⁴

Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi seseorang sangat ditentukan oleh tingkat keyakinan atau keimanannya yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar dengan asumsi bahwa: *Pertama*, ketika keimanan berada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau memproduksi akan didominasi oleh tiga motif utama, yaitu: *mashlahah*, kebutuhan dan kewajiban. *Kedua*, ketika keimanan berada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal tadi tapi juga kemudian akan dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme) dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis. *Ketiga*, ketika keimanan beradapada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*); ego, keinginan dan *rasionalisme*.⁶⁵

⁶⁴Almizan, "Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis," *Al Masraf, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 1, No 1 (Juni 2016), h.5-6

⁶⁵Syaparudin, "Prinsip-Prinsip Dasar Alquran Tentang Perilaku Konsumsi," *Ulumuna, Jurnal Studi keislaman*, Vol XV, No 2, (Desember, 2011), h. 8

Secara khusus, konsumsi sering kali hanya dipandang sebatas pola makan dan minum. Namun, jika konsumsi itu dipandang secara luas, akan ditemukan suatu konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan suatu manfaat atas penggunaan suatu barang atau jasa. Seperti, menggunakan mesin cuci, memakai pakaian, dan lain-lain.⁶⁶

Penjelasan mengenai konsumsi juga terdapat didalam Alquran, salah satunya pada surat Al-A'raf ayat 31, yakni:

﴿يَبْنِيْٓ اٰدَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاَشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ۝ۙ﴾

Artinya:

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Dari Abu Hurairah, ia berkata bahwa Rasulullah *shallallahu 'alaihi wa sallam* bersabda,

اِنَّ اللّٰهَ يَرْضٰى لَكُمْ ثَلَاثًا وَيَكْرَهُ لَكُمْ ثَلَاثًا فَيَرْضٰى لَكُمْ اَنْ تَعْبُدُوْهُ وَلَا تُشْرِكُوْا بِهٖ شَيْئًا وَاَنْ تَعْتَصِمُوْا بِحَبْلِ اللّٰهِ جَمِيْعًا وَلَا تَقْرَفُوْا وَيَكْرَهُ لَكُمْ قِيْلَ وَقَالَ وَكَثْرَةَ السُّؤَالِ وَاِضَاعَةَ الْمَالِ

Artinya:

⁶⁶ Syaparudin, "Prinsip-Prinsip Dasar Alquran Tentang Perilaku Konsumsi," *Ulumuna, Jurnal Studi keislaman*, Vol XV, No 2, (Desember, 2011), h. 8

“Sesungguhnya Allah meridhai tiga hal bagi kalian dan murka apabila kalian melakukan tiga hal. Allah ridha jika kalian menyembah-Nya dan tidak mempersekutukan-Nya dengan sesuatu apapun, dan (Allah ridha) jika kalian berpegang pada tali Allah seluruhnya dan kalian saling menasehati terhadap para penguasa yang mengatur urusan kalian. Allah murka jika kalian sibuk dengan desas-desus, banyak mengemukakan pertanyaan yang tidak berguna serta membuang-buang harta.” (HR. Muslim no.1715)⁶⁷

Ayat di atas tidak saja membicarakan konsumsi makanan dan minuman, tetapi juga pakaian (*zinah*). Karena itu, Allah mengingatkan agar tidak berbuat boros dan berlebih-lebihan. Tidak boros dan berlebih-lebihan (*isrâf*) merupakan tuntutan yang harus disesuaikan dengan kondisi seseorang, karena kadar yang dinilai cukup bagi seseorang, belum tentu cukup bagi orang lain. Boleh jadi, *isrâf* pada seseorang, tetapi tidak *isrâf* bagi orang lain. Jadi, pengertian tidak *isrâf* yang lebih tepat adalah berbuat secara proporsional dalam berbagai hal, baik makan, minum, pakaian, alat rumah tangga dan sebagainya.

Kemudian, penjelasan mengenai konsumsi juga terdapat pada surat Al-Baqarah ayat 168, yakni:

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ الشَّيْطَانِ
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

⁶⁷ Majdudin Bin Taimiyah, *Nailul Authar* (Surabaya : Bina Ilmu, 2007) Jilid 4, No. 1715

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.

Dengan demikian ayat dan hadist tersebut di atas memerintahkan kepada manusia untuk menggunakan (mengkonsumsi) suatu barang atau jasa yang halal dan baik. Artinya, manusia dilarang mengonsumsi suatu barang atau jasa yang haram dan keji (kotor). Kalau barang atau jasa yang digunakan itu halâlan tayyibah maka dengan sendirinya manusia akan selalu condong kepada perbuatan baik. Sebaliknya kalau barang atau jasa yang digunakan itu kotor dan haram, maka manusia akan selalu condong kepada perbuatan buruk dan keji.

Sebagai manusia yang beragama Islam, sudah seharusnya kita mengetahui prinsip-prinsip dasar perilaku konsumsi muslim, yakni sebagai berikut:

1. Proporsional

Allah memerintahkan secara eksplisit agar tidak berlebihan atau melampaui batas dalam mengonsumsi suatu kebutuhan. Artinya, kegiatan konsumsi harus dilakukan secara proporsional.

2. Kepedulian terhadap kebutuhan orang lain

Kepedulian terhadap kebutuhan orang lain akan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi sehingga akan mempengaruhi seberapa banyak barang yang akan dibeli.

3. Halal dan baik

Halal dan baik meliputi dua makna, yaitu: substansi dan proses substansi. Subtansi, maksudnya adalah sesuatu itu diperbolehkan Allah swt. atau ada ketentuan hukum yang membolehkannya, yang mengangkat status hukum setiap perbuatan manusia, baik terhadap Allah swt., ataupun terhadap manusia itu dengan cara yang sah. Sedangkan proses subtansi adalah cara mencari, menggunakan, serta akibatnya tidak merugikan manusia di dunia dan di akhirat.

4. Hidup sederhana

Selain itu, dalam Qs. al-Baqarah (2): 168, Allah swt. melarang umat Islam hidup dalam kemewahan. Kemewahan yang dimaksud di sini adalah tenggelam dalam kenikmatan hidup berlebih-lebihan dengan berbagai sarana yang serba menyenangkan. Hal ini merupakan tipu daya setan dalam menjerumuskan manusia ke dalam lembahkebinasaan.⁶⁸

Dari penjelasan diatas, Islam mengajarkan agar pengeluaran seorang muslim lebih mengutamakan kebutuhan pokoknya sehingga sesuai dengan tujuan syariat. Setidaknya terdapat tiga kebutuhan pokok: *Pertama* adalah kebutuhan primer, yakni nafkah-nafkah pokok bagi manusia yang dapat mewujudkan lima tujuan syariat (yakni memelihara jiwa, akal, agama, keturunan dan kehormatan). Tanpa kebutuhan primer kehidupan manusia

⁶⁸Syaparudin, "Prinsip-Prinsip Dasar Alquran Tentang Perilaku Konsumsi," *Ulumuna, Jurnal Studi keislaman*, Vol XV, No 2, (Desember, 2011), h. 13-14

tidak akan berlangsung. Kebutuhan ini meliputi kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal, kesehatan, rasa aman, pengetahuan dan pernikahan.

Kedua, kebutuhan sekunder, yakni kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan, agar terhindar dari kesulitan. Kebutuhan ini tidak perlu dipenuhi sebelum kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan ini pun masih berkaitan dengan lima tujuan syariat itu tadi. *Ketiga* adalah kebutuhan pelengkap, yaitu kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia.

Dalam Islam pemenuhan kebutuhan tergantung pada bagaimana pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder berkaitan dengan lima tujuan syariat. Untuk mewujudkan lima tujuan syariat ini, seorang muslim harus disiplin dalam menepati skala prioritas kebutuhan tadi, sesuai dengan pendapatan yang diperolehnya. Meski seorang muslim sudah mampu memenuhi kebutuhan ketiga atau pelengkap, Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan mengharamkan pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasaan. Untuk mencegah agar tidak terlanjur ke gaya hidup mewah, Islam mengharamkan segala pembelanjaan yang tidak mendatangkan manfaat, baik manfaat material maupun spiritual. Apalagi melakukan pembelanjaan untuk barang-barang yang bukan hanya tidak bermanfaat tetapi juga dibenci Allah swt., seperti: minuman alkohol, narkoba, dan barang haram lainnya. Juga pembelian yang mengarah kepada kebiasaan buruk.

Namun itu semua tidak berarti membuat seorang muslim menjadi kikir. Bahkan Islam mengajarkan kepada umatnya sikap pertengahan dalam mengeluarkan harta, tidak berlebihan dan tidak pula kikir. Sikap berlebihan akan merusak jiwa, harta dan masyarakat. Sementara kikir adalah satu sikap hidup yang dapat menahan dan membekukan harta. Dengan demikian hanya dengan masalah, maka pola konsumsi yang seimbang dalam tatanan perekonomian umat akan dapat terwujud. Sehingga akan terwujud pula keseimbangan perekonomian dalam masyarakat.

Melihat dari hasil wawancara kepada konsumen mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, maka konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswi belum sesuai dengan Syari'at Islam. Dimana, konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswi bertujuan bukan untuk memenuhi kebutuhan melainkan untuk mengikuti *trend* dan gaya zaman sekarang. Hal tersebut mengakibatkan lebih besar pengeluaran daripada pemasukan, dan dapat merugikan diri sendiri serta orang lain. Meningkatnya konsumsi dikalangan mahasiswi tersebut menyebabkan mereka tidak bisa lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Padahal hal tersebut jelas-jelas dilarang dalam konsumsi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Konsumsi produk tas yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, terbiasa berbelanja tanpa memikirkan kebutuhan melainkan keinginannya. Selain itu subjek tidak mampu mengontrol diri ketika melihat barang (tas) bagus didepannya. Mereka merasa puas, lebih percaya diri, merasa status sosial tinggi dan tidak merasa malu apabila memiliki banyak tas. Sehingga mereka dapat berganti tas tiap hari. Dampak yang terjadi atau dirasakan oleh subjek yaitu pemborosan. Subjek merasa bahwa perilaku dalam berbelanja tersebut membuatnya boros atau menghabiskan uang untuk membeli barang yang bukan karena kegunaannya.
2. Faktor-faktor yang mendorong perilaku pembelian tas mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu terdiri dari dua faktor: *Pertama*, faktor internal meliputi a) pengalaman belajar, b) gaya hidup, c) motivasi. *Kedua*, faktor eksternal meliputi a) kebudayaan, b) kelas sosial, c) kelompok referensi, d) keluarga, e) situasi.
3. Melihat dari perilaku konsumsi produk tas yang dilakukan oleh mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu, sangat tidak sesuai dengan aturan dan makna dalam konsumsi Islam. Dimana dalam Islam, konsumsi bertujuan untuk meningkatkan

ketaatan beribadah dan memenuhi kebutuhan hidup. Islam mengajarkan agar pengeluaran seorang muslim lebih mengutamakan kebutuhan pokoknya sehingga sesuai dengan tujuan syariat. Meski seorang muslim sudah mampu memenuhi kebutuhan ketiga atau pelengkap, Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan mengharamkan pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasaan. Untuk mencegah agar tidak terlanjur ke gaya hidup mewah, sebagai seorang muslim sudah seharusnya untuk mengikuti prinsip-prinsip dasar perilaku konsumsi muslim yakni: a) proposional, b) kepedulian terhadap kebutuhan orang lain, c) halal dan baik, d) hidup sederhana.

B. Saran

Berdasarkan data-data yang diperoleh di lapangan, terdapat banyak kekurangan dan kasus-kasus baru. Maka dari itu peneliti mengajukan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi Informan Penelitian

Hasil penelitian dapat memberikan gambaran mengenai pandangan konsumsi Islam terhadap pembelian tas yang dilakukan oleh mahasiswa Ekonomi Islam Semester V Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu. Informan atau subjek penelitian diharapkan dapat mengontrol diri dalam melakukan konsumsi pada produk barang ataupun jasa. Dan hendaknya lebih memikirkan kebutuhan yang paling dibutuhkan.

2. Bagi Masyarakat

Diharapkan dapat menjadi petunjuk dan gambaran tentang perilaku konsumtif (boros) sehingga dapat mengontrol diri sendiri dalam berbelanja dari sekarang agar tidak mengalami pemborosan.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti yang tertarik meneliti dengan tema yang sama, diharapkan lebih fokus terhadap tema yang diteliti sehingga data tidak keluar dari tujuan penelitian, akurat dan tidak mempersulit pada analisis.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Shiddiqi, Nejatullah Muhammad. *Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta: LPPM, 1991.
- Alquran dan Terjemahan, *Mushaf Al-Azhar*, Bandung: Penerbit Hilal, 2014.
- Asnaini, dkk., *Buku Pedoman Penulisan Skripsi*, Bengkulu: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu, 2015.
- Almizan. “Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis,” *Al Masraf, Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan*, Vol 1, No 1, 2016 .
- Bahri, Andri S. “Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, Vol. 11 No 2, *Jurnal Studia Islamika*, 2014.
- Brosur Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik, 2016.
- Habibullah, Eka Sakti. “Etika Konsumsi Dalam Islam, *Jurnal Etika dan Bisnis Islam*, 2006.
- Idris. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*, Jakarta; Prenadamedia Group, 2015.
- Karim, Adiwarmanto A. *Ekonomi Islam: Suatu Kajian Kontemporer*, Jakarta: Gema Insani Press, 2003.
- Lubis, K, Chairuman Pasaribu., Suhrawardi. *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, Jakarta : Sinar Grafika, 1994.
- Marhaini. “Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Komputer Merek Acer,” *Jurnal Manajemen Bisnis*, Vol.1 No.3, Sumatera Utara, 2008.
- Manan M. Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.
- Mania, Sitti. “Observasi sebagai Alat Evaluasi Dalam Dunia Pendidikan dan Pengajaran,” Vol. 11, No. 2, *Lentera Pendidikan*, 2008.
- Mufidah, Lailatul Nur. “Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt Oleh Keluarga,” *Jurnal Biokultur*, Vol.1 No.2, 2012.

- Prayitno, Reksa Sudiono. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: BPFE, 2000.
- Rachmat, Ryatnasih. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Honda Beat," *Jurnal Manajemen*, Vol.10 No.3, UNSIKA, 2013.
- Rosyid, Maskur. "Dimensi Kemanusiaan Dalam Sistem Ekonomi Islam", *KHAZANAH, Jurnal Studi Islam dan Humaniora*, Vol 3, No, 1, Tangerang, 2015.
- Rosyidi, Suherman,. *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2000.
- Ryatnasih, Rachmat. "Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Sepeda Motor Honda Beat," *Jurnal Manajemen*, Vol.10 No.3, UNSIKA, 2013.
- Suprihartini, Lia. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Fashion Yang Ditawarkan Melalui Social Networking," *Jurnal Ekonomi*, Tanjung Pinang.
- Syaparudin. "Prinsip-Prinsip Dasar Alquran Tentang Perilaku Konsumsi," *Ulumuna, Jurnal Studi keislaman*, Vol XV, No 2. 2011.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Bandung: Alfabeta, 2011.
- Tim, *10 Tahun STAIN Bengkulu Mengabdi*, Bengkulu: STAIN Bengkulu Publising, 2007.
- Tim Akreditasi Prodi Perbankan Syari'ah IAIN Bengkulu Buku III A Borang Akreditasi.
- Wahyuni, Endang Tri, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi*, Yogyakarta, 2000.