

**PERILAKU KONSUMSI GENERASI MILENIAL DALAM
PENGUNAAN PAKET DATA INTERNET PERSPEKTIF
ETIKA KONSUMSI ISLAM
(Studi Kasus pada Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (S.E.)**

OLEH :

Yessi Vina Winata
NIM: 1516130270

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
BENGKULU, 2021 M/1443 H**

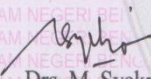
PERSETUJUAN PEMBIMBING

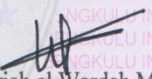
Skripsi yang ditulis oleh YESSI Vina Winata, NIM 1516130270 dengan judul Perilaku Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paket Data Internet (Studi pada Mahasiswa febi iain Bengkulu) Program Studi Ekonomi Syariah Jurusan Ekonomi Islam telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui dan layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

Bengkulu, Agustus 2021 M
Muharam 1443 H

Pembimbing I

Pembimbing II


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


Khairiah el Wardah M.Ag
NIP.197808072005012008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
BENGKULU

Jalan R. Soero Fatah Padang Dewa Kota Bengkulu 38211
Telpone (0736) 51276-51171-51172-53879 Faksimili (0736) 51171-51172
Website: www.iainbengkulu.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul "Perilaku Konsumsi Generasi Milenial dalam Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi kasus pada Mahasiswa FEBU IAIN Bengkulu)" oleh Yessi Vina Winata NIM 1516130270, 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 Kamis

Tanggal 02 September 2021 M/ 09 Muharam H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima, dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana dalam bidang Ekonomi Islam dan diberi gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Bengkulu, 07 September 2021 M

14 Muharam 1443 H

Tim Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Desi Isnami, MA

Khairiah Elwardah, M.Ag

NIP.197412022006042001

NIP.197808072005012008

Penguji I

Penguji II

Desi Isnami, MA

Badaruddin Nurhab, MM

NIP.197412022006042001

NIP.19850807215031005

Mengetahui,

Plt. Dekan

Dr. Asnami, MA

NIP.197304121998032003

MOTTO

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

*Sesungguhnya Orang-orang yang pemboros itu adalah saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.
(Al-isra : 27)*

*Dunia ini cukup untuk memenuhi kebutuhan manusia, bukan untuk keserakaham manusia
(Mahatma Gandhi)*

*Jangan rubah dirimu menjadi jahat, hanya karena kau telah terdzolimi
(Penulis)*

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan karya kecilku ini untuk orang-orang yang kusayangi:

1. Kepada orang yang sangat berharga dalam hidupku yaitu kedua orang tuaku yaitu Ayahku (Rofik AR Joni) dan Ibuku (Karmila), motivator terbesar dalam hidupku yang tak pernah jemu mendo'akanku dan menyayangiku, atas semua pengorbanan dan kesabaran mengantarkanku sampai ketahap ini. Tak pernah cukup kubalas cinta ayah ibu padaku.
2. Untuk Adikku Yogi Anggara Saputra yang telah menyamangati.
3. Keluarga besar Khairum Salmuna dan Nur Janai yang telah mendo'akan dan menyayangiku.
4. Seluruh tenaga Pendidik di Prodi, Jurusan dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu atas bimbingan selama penulis menimba ilmu.
5. Teman spesial yang telah memotivasi dan menyemangati pembuatan skripsi ini.
6. Sahabatku Latri Kurnia yang telah membantu berjuang dan menyemangati.
7. Teman dan Sahabatku, Arise Julikha, Nur Khasanah, Indri Fitriani, Seli Oktalia, Widya Angera Yunita, dan Liza Yulistia yang membantu perjuanganku hingga sampai pada tahap ini.
8. Untuk semua teman-teman seperjuangan ekonomi Islam, terimakasih telah menemani, berjuang bersama duduk di bangku kuliah yang penuh kenangan.
9. Ucapan terimakasih untuk semua yang selalu memberi motivasi, dukungan dan do'a dalam meraih cita-cita dan menyelesaikan pendidikan strata satu ini
10. Agama, Bangsa, dan Almamaterku.


SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Perilaku Generasi Milenial terhadap Penggunaan Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi kasus pada Mhasiswa FEBI IAIN Bengkulu) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Didalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu 30 Agustus 2021 M
Muharram 1443 H
Mahasiswa yang menyatakan




Yessi Vina Winata
NIM 1516130270

ABSTRAK

Perilaku Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu)

Oleh : Yessi Vina Winata

NIM : 1516130270

Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku generasi milenial pada mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data internet dan bagaimana perspektif konsumsi dalam Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Perilaku generasi milenial terhadap penggunaan paket data termasuk sudah berlebihan, karena lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. (2) Dalam penggunaan paket data internet sebanyak 14 orang mahasiswa/i yang menjadi Informan, 12 orang mahasiswa/i belum memenuhi etika konsumsi dalam Islam karena masih berlaku boros dan berlebihan, sedangkan 2 orang mahasiswa/i sudah melaksanakan dalam kehidupan sehari-hari termasuk pembelian paket data internet.

Kata Kunci : Generasi Milenial, Paket Data Internet

ABSTRACT

The Behavior of the Millennial Generation Against the Use of Internet Data Packages from the Perspective of Islamic Consumption Ethics (Study on FEBI IAIN Bengkulu)

**From : Yessi Vina Winata
NIM : 1516130270**

The purpose of this study was to determine the behavior of the millennial generation of FEBI IAIN Bengkulu students towards the use of internet data packages and how the perspective of consumption in Islam is. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques through observation, interviews, and documentation. From this study, it can be concluded that: (1) The behavior of the millennial generation towards the use of data packages is already excessive, because it is more concerned with desires than needs. (2) In using the internet data package as many as 14 students who became informants, 12 students did not fulfill the consumption ethics in Islam because they were still wasteful and excessive, while 2 students had implemented it in their daily lives including purchase of internet data packages.

Keywords: Millennial Generation, Internet Data Package

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karuniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Perilaku Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paket Data Internet (Studi pada Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu)”. 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 untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan rasa terimakasih teriring doa semoga menjadi amal ibadah dan mendapat balasan dari Allah SWT, kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku rektor IAIN Bengkulu yang telah memberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di kampus hijau tercinta.
2. Dr. Asnaini, M.A, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah sabar dalam mendidik selama proses pembelajaran.
3. Dr. Desi Isnaini, MA, selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang telah memotivasi dan membagikan ilmunya.
4. Eka Sriwahyuni, SE.,MM, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Drs. M. Syakroni, M.Ag selaku pembimbing I, yang telah meluangkan waktu dan memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun skripsi ini.

6. Khairiah Elwardah, M.Ag selaku pembimbing II, yang telah banyak membantu, mengoreksi, mengarahkan dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua yang selalu mendoakan kesuksesan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Almamaterku IAIN Bengkulu.
11. Semua pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf dan mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan kedepan.

Bengkulu, Agustus 2021 M
Muharam 1443 H

Yessi Vina Winata
NIM 1516130270

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viv
HALAMAN PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Kegunaan Penelitian	8
F. Penelitian Terdahulu	8
G. Metode Penelitian	14
1. Jenis Penelitian	14
2. Waktu dan Lokasi Penelitian	15
3. Informan Penelitian	16
4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	17
5. Teknik Analisis Data	21

BAB II KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumsi	24
B. Generasi Milenial	27
1. Pengertian Generasi Milenial	27
2. Karakteristik Generasi Milenial.....	28
C. Paket Data Internet	31
1. Pengertian Paket Data Internet	31
2. Pembagian Paket Data Internet.....	32
D. Etika Konsumsi	33
E. Karakteristik Nilai Konsumsi dalam Ekonomi	

Islam	35
-------------	----

BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	48
B. Visi, Misi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis	50
C. Kompetensi Lulusan Program Studi Ekonomi Syariah	52
D. Kompetensi Lulusan Program Studi Perbankan Syariah	53
E. Kompetensi Lulusan Program Studi Zakat dan Wakaf.....	54
F. Kompetensi lulusan program studi manajemen haji dan umrah.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	56
B. Pembahasan	67

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	70
B. Saran-saran	71

DAFTAR PUSTAKA **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Belangko Judul Proposal
- Lampiran 2 : Bukti Menghadiri Seminar Proposal
- Lampiran 3 : Surat Pernyataan Plagiat
- Lampiran 4 : Daftar Hadir Seminar Proposal Mahasiswa
- Lampiran 5 : Catatan Perbaikan Proposal Skripsi
- Lampiran 6 : Halaman Pengesahan Proposal Skripsi
- Lampiran 7 : Surat Penunjukan Pembimbing Skripsi
- Lampiran 8 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 9 : Halaman pengesahan Skripsi
- Lampiran 10 : Surat Izin Permohonan Izin Penelitian
- Lampiran 11 : Surat Izin Penelitian dari Institut Agama Islam Negeri Bengkulu
- Lampiran 12 : Surat Izin Penelitian dari Kesbangpol Kota Bengkulu
- Lampiran 13 : Lembar Bimbingan Skripsi pembimbing 2
- Lampiran 14 : Lembar Bimbingan Skripsi pembimbing 1
- Lampiran 15 : Dokumentasi Foto Bukti Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi yang sangat penting di dalam kehidupan manusia. Dalam ilmu ekonomi secara umum, konsumsi merupakan perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia sehari-hari. Dalam teori ekonomi konvensional hal terpenting pada konsumsi adalah bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan untuk bisa membelanjakan produk atau jasa dan menjelaskan keputusan alokasi tersebut dalam menentukan permintaan yang diinginkan.

Teori ekonomi Islam lahir karena adanya teori permintaan akan barang dan jasa. Sedangkan permintaan barang dan jasa timbul karena adanya keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*) oleh konsumen riil maupun konsumen potensial. Manusia diberi kebebasan dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan aturan-aturan yang ada dalam ajaran-ajaran Islam. Dalam Islam tidak hanya mengatur tentang ibadah dan cara mendekatkan diri kepada pencipta-Nya, namun juga kegiatan perekonomian. Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dengan ilmu ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan setiap orang.

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi.¹ Akan tetapi Islam juga mengajarkan manusia untuk hidup bersyukur dan menikmati tanpa berlebihan.²

Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *Israf* (Pemborosan) atau *Tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yaitu menuju tujuan-tujuan yang terlarang. Seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau sedekah. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekinian dan pemborosan. Konsumsi diatas dan melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *Israf* dan tidak disenangi Islam. Menurut Naqvi, etika dalam Islam dalam hal konsumsi yaitu, Tauhid (Kesatuan), Adil (Keadilan),

¹Muhammad Abdul Mannan, *Ekonomi Islam Teori dan Praktek (Dasar-Dasar Ekonomi Islam)*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 2013), h.44.

² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada bekerja sama dengan BI, 2015), h. 9-11.

Free Will (Kehendak bebas), Amanah (Pertanggung Jawaban), Halal, dan Sederhana (Tidak berlebih-lebihan).³

Semua kegiatan, tindakan serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut sebelum membeli merupakan perilaku konsumsi. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yakni tentang gaya hidup. Gaya hidup ditunjukkan dengan perilaku sekelompok orang atau masyarakat yang menganut nilai-nilai dan tata hidup yang hampir sama. Konsumen dari dalam *Inner Directed* merupakan gaya hidup konsumen yang membeli sesuatu produk untuk memenuhi keinginan dari dalam dirinya untuk memiliki sesuatu dan tidak terlalu memikirkan norma-norma budaya yang berkembang.⁴

Pada era revolusi industri 4.0 saat ini, perkembangan teknologi informasi mulai dari *smartphone* hingga media sosial telah mengubah gaya hidup masyarakat hingga pada titik yang paling fundamental. Dengan kemajuan teknologi yang telah mempermudah pekerjaan masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung telah merubah gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup mendorong masyarakat modern saat ini menjadi masyarakat yang cenderung konsumtif. Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern atau yang bisa disebut

³M. Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi..*,h.187-193.

⁴N.Gregory M Juankiw, dkk. *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), h. 42.

dengan generasi milenial (*Millenial Genration*), generasi milenial merupakan generasi modern yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai masuk ke segala sendi-sendi kehidupan. Generasi milenial disebut juga generasi Y ini lahir sekitar tahun 1980 sampai 2000. Jadi bisa dikatakan generasi milenial adalah generasi muda masa kini yang saat ini berusia sekitar 15-34 tahun. Kisaran usia tersebut sesuai dengan rata-rata usia mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi yaitu sekitar 19-34 tahun.

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi milenial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan dan media sosial seperti *email, instant messaging, facebook, twitter, IG, Olshop, game online* dan lain-lain. Sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era internet *booming*.⁵

Gaya hidup *online* seperti sudah menjadi bagian dari jiwa seorang milenial. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu khususnya Prodi Ekonomi Syariah mulai terpengaruh dengan perilaku konsumtif berdasarkan pengamatan sementara penulis, tidak

⁵Syarif Hidayatullah, dkk. “Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-food”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.6, No.2, 2018, (Desember, 2018), h. 240-242.

sedikit mahasiswa yang melakukan kegiatan dengan tujuan untuk memenuhi keinginan dan mengikuti gaya hidup modern, salah satunya menggunakan paket data internet, sehingga pada akhirnya mahasiswa cenderung kepada perilaku konsumtif terutama untuk gaya hidup yang semakin canggih dan milenial. Kecenderungan mahasiswa yang bersifat konsumtif yang berlebihan ini lah yang akan menimbulkan dampak bagi mahasiswa itu sendiri atau pun lingkungan sekitarnya. Melihat fenomena tersebut jika dibiarkan akan menimbulkan suatu budaya konsumtif yang akan merugikan diri sendiri maupun lingkungan.

Teori konsumsi yang Islami dibangun atas dasar syariah Islam, menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi, juga digerakkan oleh motif pemenuhan kebutuhan (*need*) untuk mencapai manfaat yang maksimum (*maximum mashlahah*). Seperti, dalam Alquran surat Al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا
وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ { ٣١ }

Artinya: “Wahai anak cucu adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah,

tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa sebagai manusia janganlah hidup melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas makanan-makanan yang telah dihalalkan. Sehingga seenaknya saja mengkonsumsi hal tersebut. Sebab Islam harus berorientasi pada *mashlahat* yakni bermanfaat baik secara material, fisik, intelektual, lingkungan, dan tentunya dalam jangka waktu yang panjang. Di samping itupun jenis barang atau jasa yang dikonsumsi haruslah halal, baik, bermanfaat dan diridhoi oleh Allah SWT. Berdasarkan observasi awal yang dilakukan penulis, maka dilihat dari pendapatan mahasiswa yang rata-rata hanya mengandalkan uang saku dari orang tuanya, sedangkan Islam sudah mengatur perihal perilaku konsumen muslim secara jelas dalam memenuhi kebutuhannya dan yang terpenting bagi orang-orang yang diberikan Rahmat oleh Allah SWT dalam bentuk adanya kelebihan rezeki, rezeki tersebut tidak semata-mata untuk dirinya sendiri maupun keluarga, namun rezekinya juga untuk orang lain yang membutuhkan.

Sehubungan dengan masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengangkat masalah ini sebagai topik

⁶Al-Qur'an Terjemahan Al-Muhaimin (Kelompok Gema Insani, 2005), h. 155

penulisan skripsi yang berjudul “**Perilaku Generasi Milenial Terhadap Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi Pada Mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu)**”

B. Batasan Masalah

Agar pembahasan tidak meluas dari topik yang dibahas dan menghindari kekeliruan terhadap hasil penelitian sekaligus mempermudah penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahannya terhadap penggunaan paket data internet perspektif etika konsumsi Islam khususnya mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu jurusan Ekonomi Islam angkatan 2016/2017 dan 2017/2018 yang menggunakan paket data internet.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perilaku generasi milenial pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data internet?
2. Bagaimana perilaku generasi milenial pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data internet perspektif etika konsumsi dalam Islam?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perilaku generasi milenial pada mahasiswa jurusan ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu.
2. Untuk mengetahui generasi milenial pada mahasiswa jurusan Ekono I Islam FEBI IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data internet perspektif etika konsumsi dalam Islam.

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu dalam hal konsumsi.

2. Secara Praktis

Bagi generasi milenial dan mahasiswa, dapat dijadikan pedoman dalam konsumsi, serta menggunakan uang yang ada.

F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian pertama oleh Iwan Setiadi, Skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumen Islam dalam Pembelian Tas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017. Skripsi ini terfokus pada tiga rumusan masalah, yaitu a) Bagaimana perilaku mahasiswi jurusan ekonomi syariah program studi ekonomi

Islam semester V dalam pembelian produk tas? b) Faktor-faktor apa saja yang mendorong perilaku pembelian tas mahasiswi ekonomi Islam semester V Fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Bengkulu? c) Bagaimana pandangan ekonomi Islam tentang konsumsi produk tas yang dilakukan Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Program Studi Ekonomi Islam Semester V?. Penelitian ini bersifat Kualitatif dengan analisis deskriptif dan teknik pengambilan sampel menggunakan *qouta random sampling*. Yang mana hasil temuannya, yaitu 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. Melihat dari perilaku konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa tersebut sangat tidak sesuai dengan aturan dan makna dalam konsumsi Islam. Dimana di dalam Islam, konsumsi bersetujuan 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.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama membahas tentang etika berkonsumsi dalam Islam, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini

fokus pada pembelian tas pada mahasiswi sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada perilaku generasi milenial untuk pembelian paket data internet sesuai etika konsumsi Islam.⁷

2. Penelitian kedua oleh Evi Khomsatun, Skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kasus Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung). Skripsi ini terfokus pada dua rumusana masalah, yaitu a) Faktor-faktor apa saja yang memengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung ? b) Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung ditinjau dari perspektif Ekonomi Islam ?. Penelitian ini bersifat lapangan (*field research*). Yang mana hasil temuannya, yaitu dengan adanya *trend* jilbab yang sedang marak di pasaran dan hampir setiap tahun berubah maka mahasiswi tersebut ingin terlihat tampil modis sehingga pola konsumsi yang terjadi pada

⁷Iwan Setiadi, “*Perilaku Konsumen Islam dalam Pembelian Tas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi pada mahasiswi Ekonomi Islam Smester V Tahun Ajaran 2016/2017)*”, (Skripsi, Bengkulu, 2017)

mahasiswi belum sesuai dengan prinsip syariah dan prinsip kuantitas dalam Islam. Hal ini karena Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata untuk memenuhi keinginan dan hawa nafsu, mealinkan untuk mendapatkan ridha Allah SWT.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang di lakukan penulis adalah sama-sama membahas konsumsi yang berlebih dalam Islam, Sedangkan perbedaannya penelitian ini fokus pada faktor-faktor konsumsi jilbab sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada perilaku generasi milenial untuk pembelian paket data internet sesuai etika konsumsi Islam.⁸

3. Penelitian ketiga oleh Siswandi, Skripsi yang berjudul “Konsep Yusuf Al-Qardhawi tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Ekonomi Islam”. Skripsi ini terfokus pada tiga rumusan masalah, yaitu a) Bagaimana konsep norma dan etika konsumsi menurut Yusuf Al-Qardhawi ? b) Faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam berkonsumsi menurut Yusuf Al-Qardhawi ? c) Tinjauan ekonomi Islam tentang norma dan etika konsumsi menurut Yusuf Al-Qardhawi . Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan (*library research*). Yang mana hasil temuannya, yaitu menurut Yusuf Al-

⁸Evi Khomsatun, “*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Jilbab ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung)*”, (Skripsi, Lampung, 2017)

Qardhawi untuk bertindak benar sesuai anjuran Al-Qur'an dan Sunnah, langkah awal yang perlu dilakukan adalah pemahaman tentang perilaku konsumsi menurut Islam. Dalam mengkonsumsi konsep dan norma dan etika Yusuf Al-Qardhawi lebih memperhatikan beberapa hal: a) Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, b) melarang sifat mubazir, dan c) sikap sederhana dalam membelanjakan harta.

Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang konsumsi secara ekonomi Islam, perbedaannya adalah skripsi ini fokus pada norma dan etika konsumsi dalam pandangan Islam, sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada perilaku generasi milenial untuk pembelian paket data internet sesuai etika konsumsi Islam.⁹

4. Penelitian Jurnal yang ditulis oleh Amalia Rosyadi Putri, Jurnal Ekonomi Yarsi Vol, III, No. 3, Desember 06/Dzulqaidah 1427. Dengan rumusan masalah bagaimana konsep perilaku konsumsi dalam pendekatan ekonomi mikro Islam dan fokus penelitian pada "Konsep Perilaku Konsumsi dalam Ekonomi Islam"¹⁰. Penelitian yang dikaji hanya fokus pada konsep teori perilaku konsumen dalam pendekatan ekonomi Islam, yang mana hasil temuannya disini ada tiga, yaitu: pertama, lima prinsip konsumsi Islam

⁹Siswandi, "*Konsep Yusuf Al-Qardhawi tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Islam*", (Skripsi, Riau, 2012)

¹⁰Nurul Huda, "*Konsep Perilaku Konsumsi dalam Ekonomi Islami*", Vol. III, No. 3, Jurnal Ekonomi Yarsi,(Desember 06/Dzulqaidah 1427), h. 67.

menurut Manan, yaitu : prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Kedua, masalah mempunyai makna yang lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi secara konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum *syara'* yang paling utama. Ketiga, kebutuhan dan keinginan merupakan sesuatu yang berbeda, menurut Imam Al-Ghazali keinginan (*hajat*) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang perlukan dalam rangka membantu mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.

Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam, Perbedaannya adalah jurnal ini hanya fokus pada konsep teori perilaku konsumen dalam pendekatan ekonomi Islam sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada perilaku generasi milenial untuk pembelian paket data internet sesuai dengan etika konsumsi Islam.

5. Penelitian dilakukan Rajef (*International Journal Economic*) dengan judul “*Analysis Of The Influence of Promotion, Product, Price and Place Against Puchase Decision*” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh promosi produk, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian. Jenis data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sedangkan teknik

pengumpulan data menggunakan kuesioner. Hasil dari penelitian ini memiliki pengaruh paling besar adalah variabel produk dengan koefisien regresi sebesar 0,428 diikuti variabel promosi dengan koefisien regresi 0,208, kemudian harga 0,018 dan yang tidak memiliki pengaruh positif adalah variabel tempat.

Persamaan penelitian ini sama-sama membahas tentang ekonomi, perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah penelitian ini membahas lebih ke harga, tempat, dan promosi dalam ekonomi sedangkan penelitian yang dilakukan penulis fokus pada perilaku generasi milenial untuk pembelian paket data internet sesuai etika konsumsi Islam.¹¹

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti ini yaitu menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang dapat diamati. Penggunaan pendekatan

¹¹Rajef, "Analysis Of The Influence of Promotion, Product, Price and Place Against Purchase Decision, (*International Journal Economic*), (Universitas Diponegoro, 2013)

penelitian ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian. Penelitian kualitatif yang digunakan oleh peneliti secara langsung untuk mengadakan hubungan dengan informan, baik informan utama maupun informan pendukung agar lebih mendalam dalam menggali informasi untuk mengetahui karakteristik pemasaran secara syariah dalam penentuan pemasaran dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi.

Metode kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain. Secara holistik, dan penelitian ini menggunakan cara deskriptif kualitatif dalam bentuk kata-kata dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Penelitian deskriptif kualitatif ini berusaha menggambarkan suatu gejala atau keadaan yang ada dengan menggunakan pendekatan deskriptif analisis dimana penelitian ini akan memaparkan data yang didapat di lapangan kemudian menganalisisnya dan mendapatkan kesimpulan dari penelitian ini.¹²

2. Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan mulai dari 31 Maret sampai dengan 05 Mei 2021.

¹²Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Kencana 2005), h.271

Sedangkan lokasi penelitian ini dilakukan di lingkungan kampus dengan subjek penelitiannya merupakan mahasiswa/i di Kampus IAIN Bengkulu untuk menggali informasi tentang perilaku generasi milenial terhadap penggunaan paket data internet perspektif etika konsumsi Islam dilaksanakan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu.

3. Informan Penelitian

Teknik dalam pengambilan informasi dalam penelitian ini adalah model *purposive sampling* yaitu mengambil informasi bukan berdasarkan strata tetapi didasarkan atas adanya tujuan atau pertimbangan tertentu.¹³ Artinya setiap informan yang diambil dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu, mahasiswa yang menggunakan paket data internet. Dalam penelitian ini informan yang dipilih adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu khususnya prodi ekonomi syariah jurusan ekonomi Islam angkatan 2016/2017 dan 2017/2018 yang berjumlah 14 orang.

¹³ Suharsimi Arikonoto, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Prenada Media 2013), h.84

Tabel 1.1

No	Nama	Angkatan
1.	Eli Ermawati	2017/2018
2.	Rinovsa Rianto	2016/217
3.	Tiara Rosalinda	2016/2017
4.	Windi Bespanoli	2017/2018
5.	Iswan Anja Saputra	2016/217
6.	Wulandari	2017/2018
7.	Mareta Yusianti	2017/2018
8.	Raifi Erando	2016/217
9.	Parianto	2016/217
10.	Ahmad Dhani	2017/2018
11.	Ayu Rahayu	2017/2018
12.	Sela Wahyuningsih	2016/217
13	Ade Uswatul Hasanah	2017/2018
14.	Muhammad Alfinur	2017/2018

4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Pada tahap ini, peneliti berusaha mencari dan mengumpulkan berbagai sumber data yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat data utama (primer) dan data pendukung (sekunder).

1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dilapangan atau dari sumbernya langsung. Dalam hal ini data diperoleh peneliti dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dari mahasiswa/i FEBI.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber buku pendukung, internet, dan dokumen yang berhubungan dengan masalah penelitian.¹⁴

b. Teknik Pengumpulan Data

Mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif, bisa digunakan beberapa teknik diantaranya:

1) Observasi

Observasi atau pengamatan adalah proses sistematis yang merekam pola perilaku aktual orang, dan peristiwa yang terjadi. Dalam melakukan observasi, peneliti mengamati situasi penelitian dengan cermat dan mencatat serta

¹⁴ Indriantoro, Nur, Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntan* dan *Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2002), h. 32

merekam semua hal yang ada di seputar objek penelitian yang berkaitan dengan informasi yang ingin diperoleh dari objek amatan. Metode observasi yang juga dikenal dengan metode pengamatan ini merupakan metode pengumpulan data primer yang dilakukan melalui proses pencatatan perilaku subjek (orang), objek (benda), atau kejadian sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Atas dasar apa yang terekam dalam pengamatan, peneliti membuat catatan lapangan dalam bentuk deskripsi yang kemudian digunakan sebagai sumber untuk mencari makna sebenarnya.¹⁵ Observasi dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu.

2) Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan bertatap muka langsung dengan responden, sama seperti penggunaan daftar pertanyaan. Dalam wawancara alat yang digunakan adalah alat pemandu (*interview guide*). Metode ini dapat juga dikatakan sebagai wawancara semi struktural, karena alat bantu tidak lengkap

¹⁵Sugiarto, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Yogyakarta : ANDI, 2017), h. 187

seperti pada kuesioner tersusun sedemikian rupa menurut urutan dan penggolongan data yang diperlukan. Berbeda dengan percakapan, wawancara lebih didominasi oleh pewawancara.¹⁶

3) Dokumentasi

Dokumen merupakan pencatatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif. Dokumen itu dapat berupa bentuk teks tertulis, gambar, maupun foto. Dokumen tertulis dapat pula berupa sejarah kehidupan (*life histories*), biografi, karya tulis, dan cerita. Disamping itu ada pula material budaya, atau *artefact* sangat bermakna, karena pada dokumen atau material budaya maupun artefact itu tersimpan nilai-nilai yang tinggi sesuai dengan waktu, zaman dan konteksnya.

¹⁶Moehar Daniel, *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2003), h. 143

5. Teknis Analisis Data

Model Miles dan Huberman menegaskan, bahwa dalam penelitian kualitatif data yang terkumpul melalui berbagai teknik pengumpulan data yang berbeda-beda, seperti interview, observasi kutipan, dan sari dari dokumen, catatan-catatan melalui tape; terlihat lebih banyak berupa kata-kata dari pada angka. Oleh karena itu, data tersebut harus “diproses” dan dianalisis sebelum dapat digunakan.

a. Reduksi Data

Reduksi data menunjuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, pemisah, dan pentransformasian data “mentah” yang terlihat dalam catatan tertulis lapangan. Oleh karena itu reduksi data berlangsung selama kegiatan penelitian dilaksanakan. Berarti reduksi data telah dilakukan sebelum pengumpulan data dilapangan, yaitu pada waktu penyusunan proposal, pada saat menentukan kerangka konseptual, tempat, perumusan pertanyaan penelitian, dan pemilihan pendekatan dalam pengumpulan data. Juga dilakukan pada waktu pengumpulan data, seperti membuat kesimpulan, penkodean, membuat tema, membuat *cluster*, membuat pemisah dan menulis memo. Reduksi data dilanjutkan sesudah kerja

lapangan, sampai laporan akhir penelitian lengkap dan selesai disusun.

Reduksi data adalah kegiatan yang tidak terpisahkan dari analisis data. Peneliti memilih data mana akan diberi kode, mana yang ditarik keluar, dan pola rangkuman sejumlah potongan atau apa pengembangan ceritanya merupakan pilihan analisis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan mengorganisasikan data dalam satu cara, dimana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.¹⁷

b. *Data Display*

Display dalam konteks ini adalah kumpulan informasi yang telah tersusun yang membolehkan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. *Data display* dalam kehidupan sehari-hari atau dalam interaksi sosial masyarakat terasing, maupun lingkungan belajar disekolah atau *data display* surat kabar sangat berbeda antara satu dengan yang lain. Namun dengan melihat tayangan atau *data display* dari suatu fenomena akan membantu seseorang memahami apa yang terjadi atau mengerjakan

¹⁷Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*,..., h. 408

sesuatu. Kondisi yang demikian akan membantu pula dalam melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan pemahaman yang bersangkutan.

c. Kesimpulan/*Verifikasi*

Sejak awal pengumpulan data, peneliti telah mencatat dan memberi makna sesuatu yang dilihat atau diwawancarainya. Memo dan memo telah ditulis, namun kesimpulan akhir masih jauh. Luasnya dan lengkapnya catatan lapangan, jenis metodologi yang digunakan dalam pengesahan dan pengolahan data, serta pengalaman peneliti dalam penelitian kualitatif, akan memberikan warna kesimpulan penelitian. Sejak awal peneliti harus mengambil inisiatif, bukan membiarkan data menjadi rongsokan yang tidak bermakna. Reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi harus diawali sejak awal, inisiatif berada di tangan peneliti, tahap demi tahap kesimpulan telah dimulai sejak awal. Ini berarti apabila proses sudah benar dan data yang dianalisis telah memenuhi standar kelayakan dan *konformitas*, maka kesimpulan awal yang diambil akan dapat dipercayai.¹⁸

¹⁸Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*,... h.409

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Perilaku Konsumsi

Sejak zaman prasejarah manusia dalam kehidupannya telah melakukan kegiatan konsumsi, sekalipun sifatnya masih terbatas yakni tergantung pada persediaan lingkungannya. Mereka mengkonsumsi apa-apa yang ada di alam bebas, misalnya daun-daunan, umbi-umbian, atau ikan yang ada disungai. Mereka mengonsumsi makanan tanpa memperhitungkan kualitas dan kuantitasnya, yang penting perut diisi untuk dapat tetap hidup. Tetapi manusia sekarang tidaklah demikian, mereka mengkonsumsi barang tidak hanya jenis dan jumlahnya, tetapi telah memperhatikan mutunya. Makin tinggi tingkat kehidupan dan peradaban suatu masyarakat, maka semakin tinggi pula tingkat selera konsumsinya. Pada zaman sekarang orang tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan pokok, tetapi telah berusaha meningkatkan nilai guna dan mutu barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut.

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia, sejak kecil, bahkan ketika baru lahir, manusia sudah menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara, misalnya dengan menangis untuk menunjukkan bahwa seorang bayi lapar. Semakin besar dan akhirnya dewasa, keinginan dan

kebutuhan seorang manusia akan terus meningkat dan mencapai puncaknya pada usia tertentu untuk seterusnya menurun hingga seseorang meninggal dunia. Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih diantara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya yang dimilikinya.¹⁹ Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan yang berakibat mengurangi ataupun menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa. Motif seseorang bekerja adalah untuk mencari penghasilan, penghasilan yang diperoleh akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan (untuk konsumsi) dan apabila memungkinkan sisanya akan ditabung (*saving*), atau mungkin bisa diinvestasikan.²⁰

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-quran dan as-Sunnah. Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang

¹⁹Syarifudin Tohari, *Pegangan Ekonomi*, (Bandung: Armico 2014), h. 59

²⁰Dosen Mata Kuliah Ekonomi Islam, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Bengkulu: Savara Publisher, 2014), h.50

berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan. Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Lebih jauh Kartodiharjo menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai sosial ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari 10 temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada

motivasi lain. Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut “Simbol Status”. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

B. Generasi Milenial

1. Pengertian Generasi Milenial

Milenial atau kadang juga disebut dengan generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir setelah generasi X, yaitu orang yang lahir pada kisaran tahun 1980-2000an. Maka ini berarti milenial adalah generasi yang berumur 17-37 tahun. Milenial sendiri dianggap spesial karena generasi ini sangat berbeda dari generasi sebelumnya, apalagi dalam hal yang berkaitan dengan teknologi. Mereka disebut generasi milenial karena merekalah generasi yang hidup di pergantian milenium. Secara bersamaan di era ini teknologi digital mulai merasuk ke segala sendi kehidupan.²¹

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi milenial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai

²¹ Djoyohadikusumo, *Pengertian Teknologi Generasi Milenial*, (Jogyakarta. BPF, 2012), h. 12-13

dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti email, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *instagram*, dan lain-lain. Sehingga dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *Internet Booming*. Berdasarkan definisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa generasi milenial adalah generasi yang lahir diantara tahun 1980-2000 saat terjadi kemajuan teknologi yang pesat. Jika dilihat dari kelompok umur, generasi milenial merupakan generasi yang saat ini berusia dikisaraan 15-37 tahun.²²

2. Karakteristik Generasi Milenial

Generasi milenial memiliki karakter unik berdasarkan wilayah dan kondisi sosial-ekonomi. Salah satu ciri utama generasi milenial ditandai oleh peningkatan penggunaan dan keakraban dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Karenadibesarkan oleh kemajuan teknologi, generasi milenial memiliki ciri-ciri kreatif, informatif, mempunyai *passion* danproduktif. Dibandingkan generasi sebelumnya, mereka lebih berteman baik dengan teknologi. Generasi ini merupakan generasi yang melibatkan teknologi dalam segala aspek kehidupan. Bukti nyata yang dapat diamati adalah hamper seluruh individu dalam generasi

²² Sarwono, *Analisis Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam*, *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol 8 No. 1, (2009), h. 58

tersebut memilih menggunakan ponsel pintar. Dengan menggunakan perangkat tersebut para *millennials* dapat menjadi individu yang lebih produktif dan efisien. Dari perangkat tersebut mereka mampu melakukan apapun dari sekadar berkirim pesan singkat, mengakses situs pendidikan, bertransaksi bisnis *online*, hingga memesan jasa transportasi *online*. Oleh karena itu, mereka mampu menciptakan berbagai peluang baru seiring dengan perkembangan teknologi yang kian mutakhir. Generasi ini mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, pengguna media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Sehingga, mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya.²³

Generasi milenial memiliki peluang dan kesempatan berinovasi yang sangat luas. Terciptanya ekosistem digital berhasil menciptakan beraneka ragam bidang usaha tumbuh menjamur di Indonesia. Terbukti dengan semakin menjamurnya perusahaan/usaha *online*, baik di sektor perdagangan maupun transportasi. Dengan inovasi ini, generasi milenial Indonesia berhasil menciptakan sebuah solusi untuk mengatasi kemacetan di kota-kota besar

²³ Budiati Indah, Yuni Susianto, dkk, *Perilaku Generasi Milenial Indonesia*, (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Anak, 2018), h. 17

dengan transportasi *onlinenya*, terutama DKI Jakarta. Selain itu mereka berhasil memberi dampak ekonomi yang besar bagi tukang ojek yang terlibat di dalamnya. Sementara kehadiran bisnis *e-commerce* karya *millennials* Indonesia mampu memfasilitasi *millennials* yang memiliki jiwa wirausaha untuk semakin berkembang. Berbagai contoh inovasi inilah yang membuktikan bahwa generasi *millennials* Indonesia mampu mewujudkan kemandirian secara ekonomi.

Para milenial dalam bekerja memiliki karakteristik yang jauh berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya, diantaranya adalah;

- a. Para milenial bekerja bukan hanya sekedar untuk menerima gaji, tetapi juga untuk mengejar tujuan (sesuatu yang sudah dicitacitakan sebelumnya).
- b. Milennial tidak terlalu mengejar kepuasan kerja, namun yang lebih milenial inginkan adalah kemungkinan berkembangnya diri mereka di dalam pekerjaan tersebut (mempelajari hal baru, *skill* baru, sudut pandang baru, mengenal lebih banyak orang, mengambil kesempatan untuk berkembang, dan sebagainya).
- c. Milennial tidak menginginkan atasan yang suka memerintah dan mengontrol.
- d. Milennial tidak menginginkan *review* tahunan, milenials menginginkan *on going conversation*.

- e. Millennial tidak terpikir untuk memperbaiki kekurangannya, milenial lebih berpikir untuk mengembangkan kelebihanannya.
- f. Bagi millennials, pekerjaan bukan hanya sekedar bekerja namun bekerja adalah bagian dari hidup mereka.²⁴

C. Paket Data Internet

1. Pengertian Paket Data Internet

Istilah “data” dalam dunia mobile melekat sebagai besarnya biaya yang harus dibayar dalam setiap paket internet di dalam ponsel pintar. Di Indonesia perusahaan provider seluler menawarkan berbagai paket biaya untuk menebus berapa besar data yang dinikmati oleh para pengguna *smartphone*. Nilai rupiah yang sudah berbentuk paket data dalam ponsel pintar bisa digunakan untuk kepentingan teks, video, maupun audio. Selain berhubungan dengan konsumsi internet, istilah “data” juga sering digunakan untuk istilah “*big data*” yakni data yang dikeluarkan dalam jumlah besar di era teknologi digital.²⁵

Pengertian data (*kuota*) internet juga disebut jumlah batasan atau limit penggunaan dalam pemakaian internet. Contohnya kuota internet adalah 1 GB (*Gigabyte*) selama 1 bulan. Hal ini berarti anda hanya bisa mengakses internet

²⁴ Budiati Indah, Yuni Susianto, dkk, *Perilaku Generasi Milenial Indonesia, ...*, h. 19-21

²⁵ Suryani, T. *Perilaku Konsumen di Era Penggunaan Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.18

sebesar 1 GB (*Gigabyte*) saja selama 1 bulan, setelah melewati 1 GB (*Gigabyte*) maka anda tidak bisa mengakses internet lagi atau kecepatan internet anda akan diturunkan, yang bisa dikenal dengan kuota FUB (*Fair Usage Policy*) tergantung kebijakan *provider* masing-masing. Dari uraian di atas dapat menerangkan bahwa data terkait erat dengan informasi dari suatu objek atau suatu individu. Dalam bentuk apapun data dapat dimanfaatkan, terutama jika sudah terkait dengan komputer dan internet.

2. Pembagian Paket Data Internet

Di tengah membanjirnya paket data internet berbasis kuota maka ada beberapa pembagian paket data internet (kuota) yang biasanya ada di dalam paket data internet, pembagiannya sebagai berikut:

- a. Kuota utama, yaitu kuota inti dari paket internet yang dapat dipakai untuk apa saja.
- b. Kuota reguler, yaitu kuota yang dapat dipakai untuk akses internet apa saja dan pada jam berapa saja.
- c. Kuota bonus, yaitu kuota tambahan yang diberikan yang dapat digunakan dengan syarat-syarat khusus.
- d. Kuota malam, yaitu kuota yang hanya dapat dipakai pada malam hari untuk berbagai keperluan.
- e. Kuota Gaming, yaitu kuota yang hanya bisa digunakan ketika bermain game saja dan tidak bisa digunakan untuk mengakses yang lain.

- f. Kuota download, yaitu kuota yang hanya dapat dipakai untuk mengunduh file di internet.

D. Etika Konsumsi

1. Pengertian Etika Konsumsi

Etika dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yang baru Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, mengutip dari Bertens mempunyai arti bahwa:²⁶

- a. Ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).
- b. Kumpulan asas atau nilai yang berkenaan dengan akhlak.
- c. Nilai mengenai benar dan salah yang dianut suatu golongan atau masyarakat.

Banyak pendapat tentang pengertian etika, karena etika adalah studi tentang sikap dan kebiasaan manusia yang beraneka ragam. Pengertian etika dilihat dari sudut pandang nilai filososfi etika, dapat dilihat dari berbagai sudat pandang, yaitu :

1) Relatif

Keputusan etis dibuat berdasarkan kepentingan pribadi dan kebutuhan pribadi.

2) Kalkulasi Untung dan Rugi

²⁶ M.Rianto Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), h. 19

Keputusan etis dibuat berdasarkan hasil yang diberikan oleh keputusan-keputusan ini. Suatu tindakan disebut etis jika memberikan keuntungan terbesar bagi sejumlah besar orang.

3) Kewajiban

Keputusan etis yang menekankan maksud suatu tindakan atau keputusan. Keputusan yang sama harus dibuat oleh setiap orang dibawah kondisi yang sama.

4) Hak (Kepentingan Individu)

Keputusan etika yang menekankan nilai-nilai individu, kebebasan untuk memilih.

5) Keadilan Distributif (Keadailan dan Kesetaraan)

6) Keputusan etika yang menekankan nilai-nilai individu, keadilan dan menegaskan pembagian yang adil atas kekayaan dan keuntungan.²⁷

Konsumsi secara etimologi berarti pemakaian barang hasil produksi, baik pakaian, makanan, dan lain-lain. Sedangkan pelakunya disebut sebagai konsumen.²⁸

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya dalam kehidupan manusia, karena ia membutuhkan berbagai konsumsi untuk memperthankan hidupnya. Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu

²⁷Rafik Issa Beekum, *Etika Bisnis Islam, Penerjemah: Muhammad*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar , 2004), h. 17

²⁸Tim, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Keempat*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), h. 728

kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan keinginan manusiawi.²⁹ 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-sehari yang diartikan sebagai perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.³⁰

E. Karakteristik Nilai Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Karakteristik adalah mengacu pada karakter dan gaya hidup seseorang serta nilai-nilai yang berkembang secara teratur sehingga tingkah laku lebih konsisten dan mudah diperhatikan.³¹ Nilai-nilai Islam yang harus di publikasikan dalam konsumsi Islam adalah:³²

1. Seimbang dalam Konsumsi

²⁹Sohirman Rosyidi, *Pengantar Ilmu Ekonomi: Pendekatan pada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2016), h. 147

³⁰Sarwono, Analisis Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam, *Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol 8 No. 1, (2009), h. 41-53

³¹M. Yusdi, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pustaka Sinar, 2010), h. 11.

³²Sri Kartini, *Konsumsi dan Investasi*, (Semarang: Mutiara Askara, 2019), h. 80

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan, keluarga, dan *fi sabilillah*, Islam mengharamkan sifat kikir. Di sisi lain, Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta.

2. Membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik.

Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan Negara.

3. Larangan bersikap *Israaf* (Royal) dan *Tabzir* (sia-sia)

Adapun nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melainkan dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur. Di samping itu, membunuh sikap jihad.³³ Ciri khas Islam ini juga memiliki daya aplikatifnya terhadap kasus orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabzir* dalam hukum (Fiqh) Islam,

³³ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Ed-1 Cet. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), h. 108-109.

orang yang semacam itu seharusnya dikenai pembatasan-pembatasan dan bila dianggap perlu, dilepaskan dan dibebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri.

Dalam pandangan syari'ah dia seharusnya diperlakukan sebagai orang tidak mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya. Selain itu, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Pedoman syariah mengenai konsumsi terbagi atas empat azaz yaitu sebagai berikut:

- a. Azaz Maslahat dan manfaat: Membawa maslahat dan manfaat bagi jasmani dan rohani dan sejalan dengan nilai maqhasid syariah. Termasuk dalam hal ini kaitan konsumsi dengan halal dan toyyib.
- b. Azaz Kemandirian : ada perencanaan, ada tabungan, mengutang adalah kehinaan. Nabi Muhammad SAW menyimpan sebagian pangan untuk kebutuhan keluarganya selama satu tahun.
- c. Azaz Kesederhanaan: Bersifat qana'ah dan tidak mubazir.
- d. Azaz Sosial: Anjuran berinfaq.

Konsumsi dalam ekonomi Islam diakui sebagai salah satu perilaku ekonomi dan kebutuhan asasi dalam

kehidupan manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai setiap perilaku seorang konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Akan tetapi, Islam menekankan bahwa fungsi perilaku konsumen adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia baik kebutuhan jasmani maupun rohani. Dengan demikian manusia dapat memaksimalkan fungsi kemanusiannya sebagai hamba Allah untuk mendapat kebahagiaan.

Konsumsi termasuk kategori permintaan, sedangkan produksi adalah penyediaan. Perbedaan antara ilmu ekonomi konvensional dengan ilmu ekonomi Islam adalah dalam hal konsumsi terletak pada pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak hanya menekankan kepada kepuasan materialistik semata. Tetapi juga kepuasan *batiniyah* seseorang. Menurut M.A Mannan ada lima prinsip dasar yang mengendalikan kegiatan konsumsi agar sesuai dengan Islam, yaitu:³⁴

- a. Prinsip keadilan, prinsip ini mengandung arti ganda mengenai rizki yang halal dan tidak dilarang hukum.

³⁴ Abdul Ghofur, *Pengantar Ekonomi Syariah, Konsep Dasar, Paradigma, Pengembangan Ekonomi Syariah*, (Depok: Rajawali Pers, 2017), h. 75-76

- b. Prinsip kebersihan, makanan harus baik dan cocok untuk dimakan tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.
- c. Prinsip kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minum yang tidak berlebihan. Sehingga jika manusia makan secara berlebihan maka nantinya takut akan mubazir jika makanan tersebut tidak habis dimakan.
- d. Prinsip kemurahan hati, dengan menaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya.
- e. Prinsip moralitas, seorang muslim dianjurkan menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih kepadanya setelah makan.

Teori ilmu ekonomi menyatakan bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi dari pendapatan masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen berupaya untuk mencapai nilai kepuasan tertinggi. Menurut teori ekonomi ada dua nilai kepuasan, yaitu konsumtif, yaitu kepuasan yang ingin mencapai nilai kepuasan yang lebih tinggi. Dan kreatif, yaitu kepuasan yang ada landasan (Agama Islam). Imam Syatibi mengatakan bahwa tanggung jawab

syariah adalah untuk menjaga *maqasid al-syar'iyah*. Tanggung jawab ini juga berkaitan dengan perilaku konsumsi yang harus diperhatikan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Tanggung jawab ini terdiri dari tiga bagian, yaitu:³⁵

a. *Dharruriyah*

Dharruriyah ialah sesuatu yang harus ada dalam menegakkan maslahat agama dan dunia, jika tidak ada maka tidaklah akan tegak maslahat tersebut secara benar, bahkan akan rusak, hancur dan hilang dari kehidupan bahkan selanjutnya juga nanti diakhirat akan menimbulkan kerugian yang nyata. Adapun yang termasuk, *dharuriyat al-khamsi* tersebut adalah:

- 1) Menjaga agama.
- 2) Menjaga Jiwa.
- 3) Menjaga akal.
- 4) Menjaga Keturunan Kehormatan.
- 5) Menjaga Harta.

Dalam hal konsumsi juga seseorang dilarang melakukan konsumsi yang membahayakan lima hal diatas.

³⁵ Muhammad Said HM, *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-dasar dan Pengembangan*, (Pekan Baru: Suska Press, 2018), h.80.

b. *Hajjiyah*

Al-Hajjiyah (Sekunder), adalah segala sesuatu yang oleh hukum syara tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok keperluan manusia diatas, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesempitan (*musyaqat*) atau berhati-hati (*ihtiyah*) terhadap lima hal tersebut. *Hajjiyat* dalam kaitannya dengan konsumsi, seperti diharamkannya kikir, mubazir dan boros, karena walaupun tidak menyebabkan lenyapnya harta, tetapi maksudnya adalah, menghilangkan kesepitan dalam penegakan hal lima diatas. Begitu juga, peminjism yang mampu, yang tidak mau membyar hutangnya. Sedangkan *hajjiyat* berkaitan dengan akal seperti diharamkannya meminum sedikit minuman keras, yang berkaitan juga dengan perilaku konsumsi. Dan hal yang *hajjiy* adalah sesuatu yang diperlukan manusia untuk kelapangan dan keleluasan, menanggung beban *taklif*, dan beban kehidupan lainnya. Apabila sesuatu itu tidak ada, maka tidak akan merusak struktur kehidupan mereka, dan kekacauan tidak akan merajalela, sebagaimana *dharuri* tidak ada.

c. *Tahsaniyah*

AL-Tahsiniyah (pelengkap) adalah tindakan dan sifat yang harus dijauhi oleh akal yang sehat, dipegangi adat kebiasaan yang bagus dan dihajati oleh kepribadian yang kuat. Itu semua termasuk bagian akhlaq karimah, sopan santun dan adab yang menuju kearah kesempurnaan. Artinya hal ini tidak dapat dipenuhi, maka kehidupan manusia tidaklah sekiranya sekacau sekiranya urusan duniawiyah tidak diwujudkan dan tidak membawa kesusahan dan kesulitan seperti tidak dipenuhinya urusan *hajiyah* manusia. Akan tetapi, hanya dianggap kurang harmonis oleh pertimbangan nalar yang sehat dan suatu hati nurani. Urusan *tahsiniyah* dalam konsumsi bisa memberikan sedekah kepada orang yang sangat membutuhkan, sebagai bentuk kepedulian, bersopan santun dalam melakukan makan dan minum, konsumsi segala sesuatu yang bersih, tidak mengandung penyakit, dan lain sebagainya.

Dalam bidang konsumsi, Islam menganjurkan pemenuhan keinginan yang terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Seacara hirarkisnya, kebutuhan manusai meliputi: keperluan,

kesenangan, dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia Islam menyarankan, agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak norma-norma yang penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, diantaranya adalah: *israf* dan *tabzir*, juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan infak. Menurut Yusuf Al-Qardhawi untuk memerangi sikap mubadzir ada beberapa hal diantaranya menjauhi hutang, menjauhi hidup mewah-mewahan dan menjauhi sifat boros:³⁶

a. Menjauhi berhutang

Setiap muslim dianjurkan untuk menyeimbangkan diantara pemasukan dan pengeluaran, antara uang pendapat dan uang belanja, agar ia tidak terpaksa berhutang dengan orang lain karena berhutang akan menjadi beban untuknya.

b. Larangan Alquran terhadap manusia yang hidup mewah.

Berlebih-lebihan dalam kesenangan pribadi atau pengeluaran belanja untuk

³⁶ Bambang Supomo, Nur. *Konsumsi Prilaku Manusia Generasi Milenial*. (Yogyakarta. BPFE Yogyakarta, 2012), h. 67-68

memenuhi sejumlah keinginan yang tidak terlalu penting disebut kemewahan. Biaya hidup mewah biasanya lebih banyak dari pada manfaat yang diambil dari kesenangan barang-barang tersebut, seperti pakaian yang mahal-mahal, serta peralatan dari emas dan perak. Kemewahan adalah salah satu sikap berlebih dan bermewah-mewahan dalam menikmati keindahan dan kenikmatan duniawi. Kemewahan juga merupakan sebuah perilaku konsumen yang jauh dari nilai-nilai syariah, bahkan merupakan indikator terhadap rusak dan goncangnya tatanan hidup.

Alquran melarang mereka yang hidup dalam kemewahan. Hidup yang mementingkan kesenangan dunia semata dan mementingkan kepentingan akhirat. Yang dimaksud dengan kemewahan disini adalah menjerumuskan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan. Jadi, diharapkan bagi setiap muslim untuk menjauhi sikap yang bermegah-megahan. Hidup dalam kemewahan berarti hidup yang hanya mementingkan kehidupannya sendiri, mereka ingin bersenang-senang dan tidak mementingkan kehidupan disekitar mereka. Sehingga mereka lupa pada kewajiban mereka dan hak orang

lain. Sehingga terjadilah ketimpangan dalam suatu segi kehidupan. Yang kaya semakin kaya yang miskin semakin miskin, yang lebih menyakitkan lagi adalah uang yang mereka hasilkan adalah uang haram, dan uang yang seharusnya milik masyarakat atau uang tersebut hasil korupsi, nepotisme dan kolusi yang dipergunakan untuk kepentingan mereka saja.

Dalam Islam telah memberikan rambu-rambu berupa batasan batasan serta arahan-arahan positif tentang berkonsumsi, setidaknya terdapat dua batasan dalam hal konsumsi:³⁷

Pertama, Pembatasan dalam hal sifat dan cara. Seorang muslim mesti sensitif terhadap sesuatu yang dilarang oleh Islam. Mengonsumsi produk-produk yang jelas keharamannya harus dihindari, seperti minum khamr dan makan daging babi. Seorang muslim haruslah senantiasa mengonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan mashlahat, sehingga jauh dari kesia-sian. Karena kesia-sian adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang oleh Islam. Dalam anjuran Islam hendak berkonsumsi memikirkan jelas sifat halal dan haramnya barang yang akan kita konsumsi. Dalam hal ini Imam Syafi'i berkata: "*Inti halalnya makanan dan minuman adalah*

³⁷ Septiana, Aldila. *Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*. Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam Vol. 2, No. 1 (January 1, 2015).

apabila menjadi milik penuh salah seorang Adam, bukan milik orang lain”.

Kedua, pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi Islam melarang umatnya berlaku kikir yakni terlalu menahan-nahan harta yang dikarunia Allah SWT kepada mereka. Namun Allah SWT juga tidak menghendaki umanya membelanjakan harta mereka secara berlebih-lebihan diluar kewajaran. Dalam mengkonsumsi, Islam sangat menekankan kewajaran dari segi jumlah, yakni sesuai dengan kebutuhan.³⁸ Ada beberapa ayat-ayat Alquran yang menjadi landasan konsumsi Ekonomi Islam:

a. Alquran antara lain

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا
تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itulah musuh yang nyata bagimu. (QS.Al-Baqarah: 168).³⁹

³⁸ Siswandi, *Konsep Yusuf Al-Qardhawi*,..., h. 50-51.

³⁹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h. 25.

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 (pembelanjaan itu) ditengah-tengah diantara yang demikian”. (QS. Al-Furqaan: 67).⁴⁰

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا
 طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى
 الْفُلْكَ مَوَاحِرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ
 وَلِعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ﴿١٤﴾

Artinya: “Dan dialah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan dari padanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai: dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur”. (QS. An-Nahl: 14).⁴¹

⁴⁰Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 365.

⁴¹Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya...*, h. 268.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Berdirinya Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Tahun 2012 berdasarkan peraturan presiden Nomor 51 tahun 2012, STAIN Bengkulu diubah menjadi IAIN Bengkulu. Seiring peralihan status STAIN menjadi IAIN Bengkulu maka Jurusan Syariah beralih menjadi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Selanjutnya dengan diterbitkannya peraturan presiden (Perpres) Republik Indonesia 45 tahun 2021 tentang Universitas Islam Negeri Fatmawati Bengkulu, artinya Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu telah ditetapkan statusnya menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Fatmawati Sukarno Bengkulu. 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 Syariah dan Perbankan Syariah. Program Studi Ekonomi Syariah didirikan pada tanggal 1 November 2007 dengan Nomor SK Pendirian Dj.I/422/2007 yang ditandatangani oleh Direktur Jendral Pendidikan Islam. Sedangkan Prodi Perbankan didirikan pada tanggal 13 Agustus 2012 dengan nomor SK Pendirian 1195 tahun 2012 yang ditandatangani oleh Direktur Jendral Pendidikan Islam.

Pada tanggal 5 Juni 2015 ditetapkan 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.⁴²

IAIN Bengkulu meresmikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) dengan Jurusan Ekonomi Islam pada hari Sabtu 16 Juni 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, M, M.Ag, M.H. 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 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).

⁴² Puji Lestari, *Perilaku Konsumsi Busana Muslim Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*, (Skripsi: Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, 2017),h.48

B. Visi, Misi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam merupakan salah satu fakultas di IAIN Bengkulu berdasarkan Menteri Agama nomor 35 Tahun 2012. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki dua program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah. Pada mulanya program studi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah ini berada dibawah naungan fakultas Syariah dan Ekonomi Syariah. Penggabungan antara jurusan Syariah dan Ekonomi dalam suatu fakultas menjadi diskusi panjang baik kalangan civitas akademika IAIN Bengkulu maupun masyarakat karena dari sisi akademik IAIN Bengkulu maupun masyarakat karena dari sisi akademik dan keilmuan kurang tepat.

Selain itu, perkembangan lembaga keuangan syariah baik perbankan maupun non perbankan yang begitu pesat mendorong IAIN Bengkulu untuk mendirikan fakultas tersendiri yang khusus menyelenggarakan pendidikan ekonomi dan bisnis Islam. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam melahirkan alumni-alumni yang berkompeten. Alumni fakultas ekonomi dan bisnis Islam telah banyak bekerja di instansi pemerintah seperti menjadi pegawai negeri sipil (PNS) di kementrian Agama, pegawai perbankan dan non bank, sebagai dosen di perguruan tinggi dan guru disekolah/madrasah yang tersebar di provinsi Bengkulu. Profesi guru bagi alumni fakultas ekonomi dan bisnis Islam sesuai dengan pernyataan

Mahkamah Konstitusi (MK) bahwa sarjana yang berasal dari jurusan pendidikan dapat menjadi guru. Hal ini dinyatakan dalam putusan yang menolak permohonan ujian materi pasal 8, 9, dan 10 Undang-undang nomor 14 Tahun 2015 tentang guru dan dosen.⁴³

1. Visi

Unggul dalam Kajian dan Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam yang Memadukan Sains dan Berjiwa Kewirausahaan di Asia Tenggara Tahun 2037.

2. Misi

- a. Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang efektif, dinamis, dan profesional dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
- b. Melaksanakan penelitian masyarakat dalam bidang ekonomi syariah, sains dan kewirausahaan.
- c. Melaksanakan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi syariah, sains, dan kewirausahaan.
- d. Menjalani kerja sama secara produktif dengan lembaga keuangan syariah di tingkat lokal, nasional, dan internasional.

3. Nilai Dasar:

- a. Cerdas
- b. Ikhlas
- c. Berakhlak mulia

⁴³ Sumber: Data Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2019

- d. Jujur dan Bertanggung Jawab
- e. Disiplin
- f. Berdaya asing
- g. Mandiri
- h. Kerjasama (*Teamwork*)

**C. Kompetensi Lulusan Program Studi Ekonomi Syariah,
Antara Lain:**

1. Menguasai teori dan pemikiran ekonomi dalam kerangka mikro dan makro ekonomi serta mampu mengembangkannya dalam konteks ekonomi saat ini.
2. Menguasai teori-teori ilmiah dan metodologi ekonomi Islam dan implementasinya dalam mengembangkan system ekonomi yang berkeadilan di atas nilai-nilai syariah.
3. Mampu mengembangkan substansi ekonomi syariah ke dalam model ekonomi secara matematis.
4. Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif yang memadai untuk mengembangkan penelitian dan penulisan karya ilmiah di bidang ilmu ekonomi syariah.
5. Mampu merumuskan solusi dan strategi terhadap problem ekonomi dan pembangunan ekonomi masyarakat yang berkeadilan.

6. Memahami konsep moneter dengan prespektif ekonomi syariah dan pengembangan dalam investasi dan instrumen keuangan syariah⁴⁴
7. Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam desain intrument keuangan berbasis syariah.

Tujuan:

- a. Dapat mewujudkan perencanaan ekonomi dan pembagunan berbasis syariah.
- b. Analisis kebijakan fiscal, moneter, dan keuangan syariah.
- c. Tenaga Ahli bidang keuangan syariah.
- d. Akademis penelitian, dan
- e. Konsultasi bidang keuangan syariah.

D. Kompetensi Lulusan Program Studi Perbankan Syariah, antara lain:

1. Memahami akad transaksi syariah secara kopresif serta penerapannya dalam mendesain, mengoprasionalkan, memasarkan produk dan jasa bank syariah.
2. Terampil dalam mengaplikasikan teknologi informasi, dan pengembangannya pada produk dan jasa syariah.
3. Terampil dalam menyusun, menganalisis, dan audit laporan keuangan syariah serta melakukan evaluasi terhadap kinerja bank syariah.

⁴⁴ Sumber: Data Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam 2019

4. Menguasai teori keuangan dan implementasinya dalam mendesain produk bank syariah yang kompetitif dan berdaya saing tinggi serta pengelolaan investasi dana bank syariah.
5. Memiliki kemampuan analisis kuantitatif dan kualitatif terhadap persoalan bank syariah sebagai dasar pengembangan penelitian sebagai dasar pembangunan penelitian dan penulisan karya ilmiah.
6. Memiliki integritas moral, etika dan sikap profesional dalam berpikir di industry bank syariah.

Tujuan:

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

E. Kompetensi Lulusan Program Studi Zakat dan Wakaf,

Antara Lain:

1. Tenaga ahli zakat/wakaf.
2. Praktisi BAZ/LAZ.
3. Manajer BAZ/LAZ.
4. Pengawas syariah.
5. Legal officer BAZ/LAZ.
6. Konsultan pemberdayaan zakat dan wakaf.
7. Peneliti.

8. Akademisi bidang zakat dan wakaf.
9. Motivator/penggerak zakat dan wakaf.

F. Kompetensi lulusan program studi manajemen haji dan umrah, antara lain:

1. Organizer haji dan umrah.
2. Biro jasa perhajian dan umrah.
3. Tenaga badan pengelola keuangan haji indonesia.
4. Ahli manajemen penyelenggaraan haji dan umrah.
5. Ahli perencanaan dan pengawasan penyelenggaraan haji dan umrah.
6. Ahli manajemen SDM penyelenggaraan haji dan umrah
7. Konsultasi haji dan umrah.
8. Tenaga admin haji dan umrah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Data hasil penelitian yang didapatkan melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis pada waktu 31 Maret sampai dengan 05 Mei 2021. Dimana informan yang diwawancarai secara mendalam adalah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu angkatan tahun 2016/2017 dan 2017/2018 yang menggunakan paket data internet. Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis mengenai etika konsumsi yang dilakukan mahasiswa, diperoleh hasil yang hampir sama jawaban antara mahasiswa satu dengan yang lainnya.

Sebagai mahasiswa mempunyai kebiasaan buruk yang secara tidak sadar adalah konsumtif. Beberapa mahasiswa yang menggunakan paket data internet jurusan Ekonomi syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dari segi etika konsumsinya. Golongan generasi remaja hingga dewasa (milenial) merupakan golongan yang paling cepat menyerap budaya konsumtif. Mahasiswa merupakan salah satu contoh yang paling mudah terpengaruh dengan konsumsi yang berlebihan. Dari hasil penelitian dilakukan analisis setiap pertanyaan, yang pertama mengenai nilai uang saku setiap bulannya dan pemakaian paket data internet. Hasil penelitian dari informan yang didapatkan menunjukkan uang saku yang

mereka dapatkan setiap bulannya itu beragam yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan pokok *Dharuriyah* dan juga paket data internet yang sudah menjadi kebutuhan mahasiswa, tetapi terkadang lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan sekunder *Hajjiyah* atau pun kebutuhan pelengkap *Tahsiniah* yang menurut penjelasan asy-Syatibi merupakan kebutuhan pelengkap, yang jika tidak dipenuhi akan membuat kehidupan menjadi kurang nyaman. Hasil wawancara salah seorang informan yang bernama Eli Ermawati mengatakan :

“Pekerjaan orang tuanya saat ini sebagai seorang pedagang, uang saku saya setiap bulan yang didapat dari orang tua untuk biaya kebutuhan kuliah Rp.1.000,000,00; uang itu juga digunakan untuk membayar biaya kos setiap bulannya Rp.450.000,00; untuk membeli paket data internet Rp.150.000.00, dan sisanya kebutuhan lain. Uang saku yang diberikan orang tuanya hampir setiap bulan tidak mencukupi untuk kebutuhan sehari-hari karena banyaknya kebutuhan yang menurutnya harus terpenuhi termasuk paket data internet sedangkan uang yang dia punya hanya dari uang saku dari orang tuanya dan tidak ada pendapatan lain. Saya menggunakan 50% untuk kepentingan kuliah dan 50% untuk menggunakan sosial media”.⁴⁵

⁴⁵ Eli Ermawati, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 31 Maret 2021.

Informan bernama Rinovsa Rinanto

“Rinovsa telah menggunakan paket data internet sejak menggunakan *handphone* android sampai sekarang. Saya telah menggunakan paket data internet sejak saya mengenal *handphone* android hingga saya kuliah saat ini, paket data internet yang telah saya gunakan mulai dari paket data Telkomsel, IM3, 3, dan Axis yang saya gunakan sesuai sinyal atau jaringan yang stabil dan saya menggunakan paket data internet 40% untuk kebutuhan kuliah dan 60% untuk bermain gam dan media sosial lainnya ”. ⁴⁶

Wawancara terhadap Tiara Rosalinda, Tiara mengatakan :

“Ada beberapa jenis paket data internet yang diketahui seperti Telkomsel (Simpati, Kartu As, dan Kartu Halo), Axis, XL, Tree (3), Smartfreen, dan IM3. Saya menggunakan paket data internet telkomsel karena menurut saya jaringan telkomsel cukup stabil saat berada diwilayah kampus maupun rumah dibandingkan paket data internet lainnya. Tetapi saya juga pernah mencoba menggunakan paket data internet Tree (3) pada saat keuangan menipis, ternyata paket data ini jaringannya tidak terlalu buruk dari yang saya bayangkan jaringannya cukup bagus untuk digunakan

⁴⁶ Rinovsa Rianto, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 31 Maret 2021.

di wilayah kampus dan rumah dan saya menggunakan paket data internet sekitar 45% untuk daring kuliah dan 55% lainnya untuk bermain media sosial”.⁴⁷

Informan Windi Bespanoli :

“Uang jajan yang diberikan orang tua saya setiap saya sisihkan uang tersebut untuk membeli paket data internet tergantung dari kiriman itu, jika saya dikirim uang Rp.800.000.00; untuk kebutuhan kuliah dan sehari-hari setidaknya Rp.200.000.00; saya sisihkan hanya untuk membeli paket data internet tetapi kalau dikirim hanya Rp. 500.000.00; saya sisihkan Rp. 150.000.00; untuk membeli paket internet yang digunakan untuk keperluan kuliah, bermain *game online*, maupun hanya santai membuka sosial media. Tapi terkadang saya juga bisa membeli paket data internet dua kali lipat dari biasanya karena menggunakan *tiktok* sehingga uang untuk kepentingan kuliah sering terpakai dan saat butuh uang tersebut untuk kepentingan”.⁴⁸

⁴⁷ Tiara Rosalinda, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 31 Maret 2021.

⁴⁸Windi Bespanoli, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam. Pada tanggal 05 April 2021.

Iswan Anja Saputra, Informan ini mengatakan :

“Menggunakan Paket data internet untuk game online seperti *Mobile Legend* dan *Free Fire*, saya menggunakan *game online* di saat waktu senggang kuliah dan sedang tidak ada kerjaan apa-apa. Saya juga menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Youtube*, *Messenger*, *Telegram*, *Tiktok*, *Shopee*, dll. Beberapa media sosial saya gunakan untuk berkomunikasi dengan teman-teman, dosen, orang tua, dan kerabat lain sedangkan beberapa media lain seperti *shopee* saya gunakan untuk berbelanja online seperti baju, celana dan tas, *tiktok* saya gunakan untuk hiburan jika sedang bosan tidak ada kegiatan”.⁴⁹

Wawancara terhadap Wulandari, Wulan mengatakan :

“Anggaran belanja untuk kebutuhan kuliah berkisar 30-45% dari uang saku yang diberikan orang tuanya, anggaran tersebut digunakan untuk membeli paket data internet dan biaya makan setiap hari. Pemakaian paket internet terkadang bisa melampaui batas atau melebihi dari anggaran dikarenakan kebutuhan tugas kuliah. Sedangkan barang-barang kebutuhan kuliah seperti buku, pena, tas, pakaian, dll juga harus dipenuhi

⁴⁹ Iswan Anja Saputra, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 06 April 2021.

termasuk kebutuhan barang kuliah dibeli diluar dari biaya anggaran yang telah ditentukan”.⁵⁰

Dari pendapat ke-enam informan di atas peneliti lebih jauh mengamati, uang saku yang diberikan orang tua terkadang belum bisa memenuhi semua kebutuhan mahasiswa/i ditambah lagi berlebihan (*boros/israf*) dalam pembelian paket data internet. Uang dari orang tua digunakan untuk membeli bensin, membeli beras, foto *copy* buku, membeli buku ikut kegiatan kampus seperti seminar, membeli kuota, dan yang jauh dari orang tuanya digunakan untuk membayar kos. Uang saku yang diberikan orang tua informan diatas berbeda-beda tergantung pendapatan orang tua yang didapat setiap bulannya. Hasil penelitian bahwa pemakaian paket data internet oleh mahasiswa/I sesuai dengan jaringan yang stabil untuk digunakan sebagai kepentingan kuliah, *game online*, sosial media maupun *shopee* untuk membeli barang-barang pribadi mereka, seperti baju, kosmetik agar tidak ketinggalan zaman dan ingin tampil lebih percaya diri. Analisis yang dilakukan oleh mahasiswa/i FEBI yang menjadi informan semuanya menyatakan alasan mereka dalam membeli paket data internet untuk kepentingan kuliah dan bermain *game online* serta menggunakan

⁵⁰ Wulandari, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 06 April 2021.

media sosial lainnya. Penulis juga melakukan wawancara pada salah seorang informan yang bernama Mareta Yusianti mengatakan :

”Sangat memperhatikan manfaat dan kepentingan saat membeli paket data internet karena saat membeli paket data itu berarti saya sedang membutuhkan untuk digunakan dalam kegiatan perkuliahan maupun kegiatan sehari-hari. Untuk kepentingan kuliah biasanya saya gunakan untuk *searching google* untuk mencari referensi tugas kuliah, menggunakan media sosial (facebook, instagram, whatsapp) untuk mengetahui info atau pengumuman dari kampus maupun info dari grup kelas atau untuk berkomunikasi dengan teman-teman dan dosen yang bersangkutan dengan mata kuliah. Dalam kegiatan sehari-hari saya menggunakan paket data internet untuk bermain *game online*, menonton *youtube*, *tiktok*, dan lainnya”.⁵¹

Kemudian ditambah oleh Raifi Erando, yang menyatakan:

“Hanya mementingkan kebutuhan *dharuriyah* saja, tanpa mengatur untuk pengeluaran *hajjiyah* maupun *tahsaniyah* karena kebutuhan *dharuriyah* sangat penting untuk kehidupan sehari-hari yang mencakup agama setiap hari dilaksanakan shalat wajib lima waktu

⁵¹ Mareta Yusianti, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 15 April 2021.

dari subuh, dzuhur, ashar, maghrib, dan isya serta memenuhi kebutuhan pokok kita seperti bekerja untuk makan, minum, kebutuhan kuliah dan kebutuhan lainnya. Sedangkan kebutuhan yang lainnya seperti hajjiah dan tahsaniyah juga dibutuhkan untuk penambahan kebutuhan saya walaupun terkadang sering terjadi kesalahan dalam pembagian kebutuhan *dharuriyah*, *hajjiah*, dan *tahsaniyah*, sehingga lebih mementingkan kebutuhan *hajjiah* dan *tahsaniyah* dari pada *dharuriyah*”.⁵²

Informan bernama Parianto yang mengatakan :

“perbandingan harga dari paket data yang akan dibeli sangat diperhatikan karena setiap paket data itu harganya berbeda dengan paket data lainnya, selain itu saya juga melihat kondisi keuangan saya pada saat ingin membeli paket data internet untuk menyesuaikan paket data yang cocok dengan keuangan saya pada saat itu. Tapi saat saya tidak mempunyai uang maka saya akan membeli paket yang murah atau pun saya akan meminjam uang kepada teman, karena paket data yang murah terkadang sinyal atau jaringannya kurang stabil sedangkan saya ingin paket data internet yang jaringan

⁵² Raifi Erando, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 15 April 2021.

stabil untuk saya gunakan dalam kegiatan kuliah, menggunakan media sosial, maupun *game online*”.⁵³

Informan Ahmad Dhani :

“Akan membeli satu paket data saja, misalnya telkomsel ya saya hanya akan memakai paket telkomsel sesuai kebutuhan dan tidak akan membeli atau menggunakan paket data jenis lainnya, tapi saya juga sering memakai uang untuk kebutuhan kuliah misalnya untuk bayar kos itu saya pakai dulu untuk beli kuota. Tapi saat butuh untuk kebutuhan tersebut tersebut saya mulai pusing karena harus minjam atau minta lagi dengan orang tua untuk membayarnya karena hampir 75% paket data internet saya gunakan untuk bermain media sosial dan game online dan sisanya baru untuk kuliah”.⁵⁴

Informan Ayu Rahayu :

“Apabila membeli paket data itu sesuai dengan keinginan saya karena pada saat paket data habis maka harus membeli paket lagi agar bisa menggunakan media sosial maupun game online. Saya juga tidak membatasi pembelian paket data sesuai dengan kondisi

⁵³ Parianto, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 19 April 2021.

⁵⁴ Ahmad Dhani, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 19 April 2021.

keuangan saya karena saya akan bosan (kudet) jika tidak memiliki paket data internet dan handpone android seperti tak berguna jika tidak memiliki paket data internet sehingga saya terkadang memakai uang untuk bayar kos atau UKT terlebih dahulu”.⁵⁵

Sebagian kecil mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah FEBI mengatakan bahwa motivasi membeli paket data internet sesuai dengan promosi harga dan kegunaannya. Salah seorang informan yang bernama Sela Wahyuningsih ia mengatakan bahwa :

“Pengeluaran hanya untuk membeli paket data dalam kurun waktu satu bulan kurang lebih Rp. 150.000 s/d Rp. 200.000, paket yang saya gunakan adalah paket telkomsel. Saya membeli paket data internet termotivasi karena dari promosi harga dan paket tersebut sesuai kebutuhan saya karena jaringannya stabil”.⁵⁶

Ade Uswatul Hasanah mengatakan :

“Lebih tertarik pada paket data internet berjenis isi ulang, karena lebih efektif dan mudah di gunakan tanpa harus memasukkan kode *voucher* atau kerugian pada saat *voucher* gagal diisi. Apabila menggunakan

⁵⁵ Ayu Rahayu, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 22 April 2021.

⁵⁶ Sela Wahyuningsih Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 22 April 2021.

voucher itu sering terjadi masalah seperti masa aktif voucher kadaluarsa, kode tidak valid, gangguan pada jaringan, voucher belum diaktifkan dari outlet sehingga tidak bisa digunakan. Sedangkan untuk pembelian paket data internet dia lebih memilih paket data internet yang mempunyai jaringan yang lebih stabil, bukan hanya mengikuti teman atau menyamakan dengan teman gunakan karena percuma sama kalau jaringan tidak stabil”.⁵⁷

Berbeda dengan Muhammad Alfinur Kartika mahasiswa/i FEBI. Alfi mengatakan :

“secara Islam sudah mengethui dalam hal kehalalan, tidak berlebihan, dan tidak memaksakan kehendak. Maka dari itu saya memilih kehalalan dana atau barang yang akan dikonsumsi, membatasi konsumsi agar tidak berlebih dan tidak memaksakan keinginan dan kehendak diri sehingga tidak berlebihan dan tidak boros sehingga saya menggunakan paket data internet untuk bermain media sosial hanya sekitar 35% saja dan sisanya saya gunakan untuk kebutuhan kuliah yang lebih penting.”⁵⁸

⁵⁷ Ade Uswatul Hasanah, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 05 Mei 2021.

⁵⁸ Muhammad Alfinur, Mahasiswa FEBI IAN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam, Wawancara: Pada tanggal 05 Mei 2021.

B. Pembahasan

1. Berdasarkan hasil penelitian penulis terhadap 14 orang Informan mahasiswa/i milenial pada Jurusan Ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu ini dalam pola konsumsi paket data internet cukup berlebihan. Karena dari beberapa wawancara yang saya lakukan pada bulan Maret hingga Mei lalu mahasiswa/i tersebut menjelaskan bahwa pemakaian paket data internet mereka cukup besar hingga Rp.100.000.00 sampai dengan Rp.250.000.00 perbulan terkadang lebih, mereka juga harus menyesuaikan jaringan dan tempat tinggal maupun area kampus agar jaringannya akan tetap stabil sehingga terkadang harus membeli paket data yang lebih mahal sedangkan pendapatan hanya dari uang saku orang tua setiap bulannya yang hanya berkisar Rp.500.000.00 sampai dengan Rp.1.000.000.00 perbulan sehingga terkadang tidak mencukupi kebutuhan paket data internet karena lebih sering menggunakan media sosial dan *game online* tidak hanya digunakan untuk kuliah, sehingga mereka menggunakan paket data internet itu 65% untuk menggunakan media sosial dan 45% lagi untuk kebutuhan kuliah (daring) Ditambah lagi saat masa pandemi covid-19 pada saat ini sehingga pemakaian kuota lebih banyak karena perkuliahan sering dilakukan *online* dan waktu lebih banyak dihabiskan di rumah dan lebih sering menggunakan kuota untuk mengakses media sosial, *game online*, maupun

menonton *youtube* untuk mengisi kekosongan disela perkuliahan yang dilaksanakan *online* karena pembatasan untuk kegiatan di luar rumah dan anjuran di rumah aja oleh pemerintah.

2. Jika dilakukan analisa secara mendetail maka penggunaan paket data internet sangat dibutuhkan bagi mahasiswa mahasiswi milenial yang terdapat pada Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016/2017 dan 2017/2018 FEBI IAIN Bengkulu, paket data internet seolah sudah menjadi kebutuhan pokok *Dharuriyah* untuk setiap mahasiswa untuk mereka gunakan sehari-hari dalam kegiatan perkuliahan maupun diluar perkuliahan. Jenis paket data yang dipakai mulai beragam dari Telkomsel, tree(3), IM3, XL, dan lainnya, mereka harus membeli paket data internet sesuai dengan kebutuhan maupun keinginan masing-masing sesuai dengan kondisi jaringan yang stabil untuk mereka gunakan terutama untuk penggunaan kegiatan kuliah. Sehingga sebagian dari mereka menyamakan kebutuhan *Dharuriyah*, *hajjiyah*, dan *tahsaniyah*, karena mereka sudah tidak mengkonsumsi sesuai kebutuhan tapi sesuai dengan keinginan.
3. Pada penggunaan paket data internet ada yang menggunakan dengan sewajarnya saja, tapi ada juga yang secara berlebihan. Berdasarkan hasil penelitian sebagian mahasiswa/i milenial ini memahami cara mengkonsumsi dalam

Islam dalam hal kehalalan, tidak berlebihan dan tidak memaksakan kehendak, Tapi karena besarnya keinginan dan pengaruh lingkungan serta perkembangan zaman milenial ini maka tidak jarang sebagian mahasiswa/i ini tidak lagi memikirkan batas mana penggunaan paket data yang cukup atau tidak berlebih. Sehingga mereka sering memaksakan kehendak yang berlebih untuk keinginan yang mereka anggap penting dan tidak jarang terjadi pemborosan pada mahasiswa/i ini.

4. Dalam nilai atau prinsip etika konsumsi Islam sangat mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta karena sangat merugikan diri sendiri maupun orang lain. Berdasarkan hasil penelitian pada mahasiswa/i milenial Jurusan Ekonomi Islam ini masih banyak mahasiswa/i yang melakukan konsumsi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam karena masih ada yang menggunakan hartanya dengan tabzir tanpa memikirkan dan mengimbangi konsumsi Islam.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Perilaku generasi milenial terhadap penggunaan paket data internet pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu angkatan 2016/2017 dan 2017/2018 termasuk sudah berlebih, karena lebih besar menggunakan paket data internet yaitu 65% dari total 100% penggunaan setiap bulannya dan 45% digunakan untuk perkuliahan (daring) dan lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.
2. Perilaku mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam FEBI IAIN Bengkulu angkatan 2016/2017 dan 2017/2018 dalam penggunaan paket data internet sebanyak 14 orang mahasiswa yang menjadi Informan, 12 orang mahasiswa belum memenuhi etika konsumsi dalam Islam karena masih berlaku boros dan berlebihan, sedangkan 2 orang mahasiswa/i sudah memahami etika konsumsi Islam karena telah melaksanakan dalam kehidupan sehari-hari termasuk pada pembelian paket data internet.

B. Saran-Saran

1. Untuk mahasiswa/i jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu Sebagai mahasiswa/i yang telah mempelajari etika konsumsi dalam Islam hendaknya mereka lebih memilih dan memikirkan mana yang harus didahulukan agar uang saku yang diberikan orang tua cukup setiap bulannya serta bisa membedakan mana kebutuhan *Dharuriyah*, *hajjiyah*, dan *tahsiniyah* supaya perilaku konsumsi mereka sesuai dengan ajaran yang telah mereka terima di Jurusan Ekonomi Syariah ini serta terbebas dari pemborosan (berlebih-lebihan) yang dilarang dalam Islam tersebut untuk kebutuhan yang lebih penting bukan hanya bersenang-senang bermain *game online*, menggunakan semua aplikasi media sosial, maupun hanya sekedar melihat aplikasi belanja *online* yang akhirnya tertarik lalu membeli barang tersebut tanpa berpikir manfaat apa yang akan di dapat.
2. Bagi penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode lain dalam meneliti perilaku konsumsi generasi milenial, misalnya wawancara mendalam terhadap responden yang menggunakan paket data internet, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dari pada pertanyaan yang jawabannya telah tersedia.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M.Rianto. *Pengantar Ekonomi Syariah Teori dan Praktik*. Bandung: CV. Pustaka Setia. 2015.
- Aldila, Septiani. "Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, I (Januari, 2015)
- Al-Muhaimin, Al-Quran Terjemahan. (Kelompok Gema Insani).
- Arikonto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Renika Cipta. 2016.
- Bugin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana .2005
- Daniel, Muhar. *Metode Penelitian Sosial Ekonomi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2003.
- Departemen Agama RI. *Al-Quran dan Terjemahannya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro. 2010.
- Gregory.N, M Juankiw. dkk. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Jakarta: Salemba Empat. 2012.
- Ghofur, Abdul. *Pengantar Ekonomi Syariah, Konsep Dasar, Paradigma, pengembangan Ekonomi Syariah*. Depok: Rajawali Pers. 2017.
- Hadikusumo, Djoyo. *Pengertian Teknologi Generasi Milenial*. Yogyakarta: BPFE. 2012.
- Hidayatullah,Syarif. dkk. Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2 (Desember, 2018).
- Huda, Nurul. "Konsep Perilaku Konsumsi dalam Ekonomi Islam". *Jurnal Ekonomi Yarsi*, III (Desember, 2006).

- Issa Beekum, Rafik. *Etika Bisnis Islam*, Penerjemah: Muhammad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2014.
- Indriantoro. Nur. Bamabang Supomo. *Metodelogi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2002.
- Khomsatun, Evi. *Analisis faktor faktor yang mempengaruhi konsumsi jilbab ditinjau dari perspektif ekonomi islam (studi kasus pada mahasiswi jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung . Lampung: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonimi dan Bisnis Islam*. 2017.
- Kartini, Sri. *Konsumsi dan Investasi*. Semarang: Mutiara Aksara. 2019.
- Lestari, Puji. ”*Perilaku Konsumsi Busana Muslim Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bengkulu*”. Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017
- Mannan, M. Abdul. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Penerjemah: Drs. M. Mastangin. Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf. 2017.
- Mujianto. *Konsep Analisis Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Bandung: Alfabeta. 2014.
- Nur, Bambang Supomo. *Konsumsi Perilaku Manusia Generasi Milenial*. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta. 2012.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada bekerja sama dengan BI. 2015.
- Rajef. *Analysis Of The Influence of Promtion, Product, Price and Place Again St Purchase Decision” (International Journal Economic)*. Skripsi Sarjana Universitas diponegoro.2013.

- Rosyidi, Sohirman. *Pengantar Ilmu Ekonomi: Pendekatan pada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*. Jakarta: Raja Grafindo. 2016.
- Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Persada. 2014.
- Said HM, Muhammad. *Pengantar Ekonomi Islam. Dasar-Dasar dan Pengembangan*. Pekanbaru: Suska Press. 2008.
- Saladin, Djaslim. *Konsep Dasar Ekonomi dan Lembaga Keuangan Islam*. Bandung: Linda Karya. 2012.
- Setiadi, Iwan. *Perilaku Konsumen Islam dalam Pembelian Tas Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Bengkulu (Studi pada Mahasiswi Ekonomi Islam Semester V Tahun Ajaran 2016/2017)*. Bengkulu: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2017.
- Siswandi. *Konsep Yusuf Al-Qardawi tentang Norma dan Etika Konsumsi Menurut Pandangan Islam*. Riau: Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. 2012.
- Sugiarto. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI. 2017.
- Sarwono. "Analisis Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam". *Jurnal Inovasi Pertanian*. I (Desember, 2009).
- Tim. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Keempat*. Jakarta: PT. Gramedia. 2008.
- T. Suryani. *Perilaku Konsumen di Era Penggunaan Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013.
- Yusuf, Muri. *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana. 2014.
- Yusdi,M. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pustaka Sinar. 2010.



(Foto Bersama Beberapa Informan Penelitian)









(foto bersama informan penelitian)



(foto bersama informan mahasiswa FEBI IAIN Bengkulu)