

BAB I

PENDAHULUAN

A. latar Belakang

Globalisasi diartikan sebagai hal yang sangat umum dan mendunia berupa banyak perubahan baik dari teknologi, pemikiran dan gaya hidup pada masyarakat. adapun ciri khas yang dimiliki oleh globalisasi yakni adanya bentuk perubahan, perkembangan dan kemajuan teknologi. Adanya globalisasi adalah munculnya modernisasi yang dapat memberikan dampak yang begitu besar, adapun globalisasi di bidang ekonomi merupakan fenomena pembaharuan ekonomi antar bangsa baik nasional maupun internasional. Globalisasi yang ada pada sektor ekonomi berkembang pesat karna adanya teknologi yang sangat canggih dan salah satu akibatnya adalah masyarakat dipermudah dalam kegiatan produksi, konsumsi dan distribusi.

Masyarakat di era globalisasi dapat dikatakan sebagai masyarakat konsumtif yang demikian disebutkan karena konsumsi yang dilakukan bukan sekedar untuk pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional namun sudah menjadi budaya di masyarakat untuk memenuhi keinginan gaya hidup semata.¹

¹ Almizan, “*konsumsi menurut ekonomi islam dan kapitalis*”, jurnal keuangan dan perbankan, Vol.1 No.1 2016 hal 16.

Istilah gaya hidup ini pertama kali dibawa oleh seorang psikolog dari Australia yang bernama Alfred Adler pada tahun 1929 ia menyatakan bahwa gaya hidup termasuk dari kebutuhan sekunder yang dapat berubah seiring berubahnya zaman. Sedang menurut Kotler dan Armstrong gaya hidup merupakan pola hidup seseorang baik dari segi minat, opini dan aktivitas.²

Adapun dalam sebuah penelitian dengan menggunakan data sekunder dalam bentuk *time series* dari tahun 1980 sampai dengan tahun 2010 yang menjadi penyebab kemunculan budaya consumer adalah *public figure* di era 1990an³ dengan menampilkan budaya hidup yang *glamour* sehingga adanya media yang semakin berkembang pesat masyarakatpun meniru dengan gaya hidup yang ingin selalu mewah.⁴ Gaya hidup bisa dilihat dari apa yang dikonsumsi baik konsumsi barang ataupun jasa, konsumsi tidak dapat berhenti pada pembelian barang-barang saja namun berlaku pada kegiatan konsumsi jasa seperti pergi berbelanja dengan iming-iming harga diskon⁵, nonton di Bioskop, dll. Pola konsumsi seseorang dapat mencerminkan gaya hidup yang dianut, masyarakat konsumtif yang gemar membeli suatu barang yang sebenarnya tidak

² Joulanda Tambingon, “ *Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Di Kota Manado*”, Vol 1, No 043, 2016, Hal 24

³ Ujang Sumarwan, “*perilaku konsumen*”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2014, Hal 3)

⁴ Rina Octaviana, *konsumerisme msyarakat modern dalam kajian Herbert Marcuse*”, jurnal Aqidah Dan Filsafat Islam, Vol 5, No.1, 2020, Hal 126-127

⁵ Putri Indar Rahmani, “*Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik*”, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.7, No.2, 2019, Hal 507

mereka butuhkan dan hanya untuk menaikkan status sosial. Tindakan konsumtif seperti inilah yang dapat menghantarkan seorang individu terhadap gaya hidup hedonis, gaya hidup hedonis adalah suatu dorongan individu untuk berperilaku dengan memegang prinsip kesenangan.

Gaya hidup hedonis boleh dan sah digunakan oleh seseorang yang mampu namun sangat berbahaya bagi mereka yang kurang mampu.⁶ Sasaran marketing terbesar pada saat ini adalah para remaja/mahasiswa karna biasanya informasi yang datang cepat terserap dengan adanya lingkungan yang sangat mendukung seperti mengikuti teman, mengikuti trend yang sedang menjadi pusat perhatian agar tidak ketinggalan zaman.⁷ Sebagai penuntut ilmu di jenjang tertinggi kegiatan membaca menulis dan berorganisasi harusnya sudah mendarah daging pada mahasiswa namun juga tidak sedikit kita temui banyak diantaranya waktu yang ada digunakan untuk menghabiskan waktu dengan sia-sia di cafe, mall bahkan *online store*.

Motif yang mempengaruhi adanya gaya hidup seperti ini ada dua faktor yakni faktor internal yang mencakup pada pengalaman, pengamatan, sikap dan kepribadiannya, sedangkan faktor eksternalnya mencakup kelompok sosial, keluarga dan

⁶ Shabrina Belinda Irawan, "Potret Gaya Hidup Hedonis Di Kalangan Mahasiswa", SKRIPSI, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2019), Hal 2

⁷ Abdur Rohman, "Budaya Konsumerisme Dan Teori Kebocoran Di Kalangan Mahasiswa", Jurnal Sosial Dan Budaya Keislaman, Vol. 24, No.2 Desember 2016, Hal 238.

kebudayaan. Berdasarkan hasil survey oleh peneliti kepada mahasiswa X Surabaya dari 57 Responden 60% diantaranya memiliki penghasilan secara mandiri dari hasil bekerja yang berbagai macam profesi sampingan seperti guru les, *wedding organization*, pegawai konter, Model DLL.

Hal ini mereka lakukan dengan berbagai macam alasan seperti ingin mencari pengalaman kerja, menambah penghasilan, dan meringankan beban orangtua. Sisi unik inilah yang menjadikan peneliti memilih Objek penelitian di kampus X Menjadi sebuah Objek penelitian. Mahasiswa juga termasuk dari rumah tangga yang juga kerap melakukan konsumsi terlebih mereka memiliki kesibukan sampingan dengan bekerja, berdasarkan bunyi rumus pendapatan mengatakan semakin tinggi pendapatan seseorang semakin tinggi pula tingkat konsumsinya. terlebih di Surabaya adalah kota terbesar di Jawa Timur dengan memiliki UMK tertinggi pula secara rasional gaji yang didapatkan lebih tinggi dibandingkan mereka bekerja di kota lain.⁸

Hal ini menjadi pertanyaan oleh peneliti apakah dengan hidup di kota besar dengan memiliki pendapatan tambahan justru pola konsumsinya meningkat bahkan cenderung hedonis sedangkan islam mengajarkan Islam mengajarkan kepada setiap ummat

⁸ Nur laila Hanum, “*Analisis Pengaruh pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Samudra Di Kota Langsa*”, Jurnal Samudra Ekonomi, Vol. 1, No.2, Hal 108

manusia untuk menyadari bahwa Allah SWT adalah pemilik dan yang berkuasa atas langit dan bumi, menciptakan manusia dan mengutus para Rasul dengan membersamai turunnya Al-Qur'an sebagai petunjuk kepada manusia, serta menciptakan manusia dan isinya dengan beragam agar saling membutuhkan dan menolong satu sama lain. Hak-hak yang dimiliki manusia termasuk hak harta bersifat relatif untuk dipakai, dan hak pakai juga memiliki aturannya, selaras dengan kewajiban, sunnah dan larangan karena kelak akan dimintai pertanggungjawaban atas apa yang telah dilakukan atas amanah titipan selama didunia.

Titipan harta yang diberikan kepada manusia semata sebagai sarana ibadah kepada Allah SWT yang mana tidak selalu datang sebagai nikmat namun juga penguji keimanan manusia. Konsumsi memiliki peranan yang sangat besar bagi kelangsungan hidup manusia. mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan pergerakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan. Aturan dan dasar konsumsi dalam islam menganut pada keseimbangan dan tidak diperbolehkan mendikotomi antara kenikmatan dunia dan akhirat. larangan islam terhadap sikap *tabzir* dan *israf* bukan mengajarkan untuk bersifat kikir dan *bakhil* ⁹

⁹ Ade Tri Saputra, "Tinjauan ekonomi islam terhadap tingkat kepuasan konsumen pada peraturan umum instalasi listrik PT konsol perdana Indonesia wilayah Bengkulu", (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), hal 36

namun menjurus pada jalur pertengahan sesuai yang sudah termaktub dalam al-Qur'an (QS. Al-Isra': 29)

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ
مُلُومًا مَّحْسُورًا

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

jika prinsip keseimbangan dalam ekonomi yang diajarkan dalam agama islam dijalankan sepenuhnya hal tersebut dapat mengikis kerusakan ekonomi yang biasa kita temukan dalam system kapitalis modern Islam memberikan pandangan dan ajaran kepada ummat manusia dalam memenuhi kebutuhannya.¹⁰

Islam mengajarkan untuk cenderung memilih barang dan jasa yang dapat memberikan masalahh secara makimum. Di dalam ekonomi Islam kepuasan dapat diartikan sebagai maslahat fisik maupun spiritual, manusia diharapkan untuk dapat menyeimbangkan antara keduanya. Islam mengajarkan untuk mempertimbangkan barang atau jasa yang akan dikonsumsi, apakah di dalamnya mengandung unsur halal atau haram,

¹⁰ Novi Indriyani Sitepu, “ *Perilaku konsumsi islam di Indoensia*”, jurnal perspektif ekonomi Darussalam, Volume 2 Nomor 1 2016, hal 97

menghindari *ishraf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia) kepuasan dalam Islam tidak didasarkan pada sedikit banyak barang yang akan dikonsumsi namun seberapa banyak konsumsinya mendatangkan ibadah.¹¹

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa X di Surabaya di era globalisasi?
2. Bagaimana perilaku konsumsi ditinjau dalam perspektif konsumsi dalam islam?

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahannya, tujuan dari penelitian ini adalah agar dapat mengetahui perilaku konsumsi mahasiswa X di Surabaya di era globalisasi dan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa ditinjau dalam perspektif konsumsi dalam islam.

Sedangkan kegunaan penelitian ini dapat diklarifikasikan ke dalam beberapa kategori, antara lain:

1. Bagi Peneliti

Dengan penelitian ini berharap sangat berguna untuk memenuhi salah satu persyaratan dari mendapatkan gelar

¹¹ Ade Tri Putra, SKRPSI, “*tinjauan ekonomi islam terhadap tingkat kepuasan konsumen pada peraturan umum instalasi listrik PT konsul perdana Indonesia wilayah Bengkulu*”, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2019), hal 36

strata satu dalam bidang program studi Ekonomi Syariah, dan dengan tujuan mendapatkan ilmu tambahan bagaimana seharusnya kita manusia mengatur etika dan pola konsumsi yang baik menurut konsumsi yang diajarkan dalam islam.

2. Bagi Akademisi

Dengan penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu literatur yang bisa dimanfaatkan oleh akademisi dalam memberikan hazanah keilmuan, informasi, serta proses pembelajaran tentang etika perilaku konsumsi di era digitalisasi sesuai dengan etika perilaku konsumsi yang diajarkan dalam islam.

3. Bagi Praktisi

Bagi praktisi atau seluruh masyarakat kalangan manapun dapat bermanfaat sebagai rujukan tentang etika konsumsi yang baik di era yang serba mudah ditinjau dalam perspektif konsumsi dalam islam.

D. Kajian Pustaka

Dalam upaya melakukan sebuah penelitian dibutuhkan sebuah panduan dan dukungan dari beberapa penelitian yang pernah ada sebelumnya, yang mana penelitian tersebut berkaitan atau masih dalam satu lingkup dengan penelitian yang sedang dilakukan yakni:

1. Jurnal Afifah Hidayati, Taufiq Hidayat, Rika Pristian “*E-commerce dan dampaknya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro)*”¹² penelitian ini terfokuskan pada bagaimana besar dampak E-commerce di era globalisasi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi fakultas ilmu pengetahuan sosial IKIP PGRI Bojonegoro. Persamaan dengan penelitian ini adalah mencari tahu beberapa perilaku mahasiswa terhadap konsumsi. Perbedaan dengan penelitian yang diambil oleh penulis adalah pada penelitian ini terfokuskan pada dampak E-commerce terhadap perilaku konsumsi mahasiswa.
2. Jurnal Melly Ridaryanthi “*bentuk budaya populer dan konstruksi perilaku konsumen studi terhadap remaja*”¹³. Dalam penelitian ini membahas tentang budaya *Korean wave* yang mengarahkan target pemasarannya terhadap Asia sehingga produk-produknya banyak dikonsumsi oleh masyarakat akibat berkembangnya teknologi di era

¹² Afifah Hidayati DKK, “E-commerce dan dampaknya terhadap perilaku mahasiswa prodi pendidikan ekonomi IKIP PGRI Bojonegoro”, (<http://repository.ikip PGRI Bojonegoro.ac.id>, diakses pada 12 Januari 2022)

¹³ Melly Ridaryanthi, “*bentuk budaya populer dan konstruksi perilaku konsumen studi terhadap remaja*”, jurnal visi komunikasi volume 13, No. 01, Mei 2014, hal 87

globalisasi, yang mana budaya yang menjadikan suatu identitas tertentu banyak di minati oleh kalangan remaja. Persamaan penelitian ni dengan yang diteliti oleh penulis adalah cangkupan budaya yang menjadi faktor perilaku konsumsi. Perbedaan dengan penelitian yang penulis ambil yakni pada perilaku konsumsi produk secara umum oleh mahasiswa khususnya.

3. Jurnal Nurlaila Hanum “*Analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Samudra di kota Langsa*”¹⁴. Pada penelitian ini membahas tentang pendapatan (uang saku dari orangtua) dan pola perilaku konsumsi makanan dan non makanan sehingga dapat dijadikan sebuah penelitian apakah pendapatan tersebut memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi mahasiswa. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni apakah faktor pendapatan juga memiliki pengaruh terhadap konsumsi mahasiswa, sedangkan perbedaannya pada bagaimana mahasiswa di era globalisasi mengatur pola konsumsi di era globalisasi.

¹⁴ Nurlaila hanum,”*analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa universitas samudra di kota langsa*”, jurnal samudra ekonomika, vol. 1, no.2 oktober 2017, hal 108

4. SKRIPSI Muhammad Zulfy Fauzy “*pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi melalui budaya digital pada mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan dan dirasat islamiyah universitas islam negri syarif hidayatullah*”,¹⁵ tahun 2020, maksud dan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi mahasiswa melalui budaya *digital* sebagai variabel moderasi. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah bertujuan untuk mencari tahu tingkat konsumsi mahasiswa di era digital yang tidak lain merupakan pembaharuan era globalisasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada fokus penelitian serapan budaya *digital* untuk kegiatan konsumsi setiap hari pada mahasiswa.
5. SKRIPSI, Rahayu Meiwardani, “*perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam*”, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pola perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Ponorogo dalam perspektif Ekonomi Islam. Persamaan dengan penelitian ini adalah keduanya menjelaskan bagaimana islam mengatur pola konsumsi yang baik bagi setiap kalangan sesuai porsi yang

¹⁵ Muhammad Zulfy Fauzy, *pengaruh pendapatan terhadap tingkat konsumsi melalui budaya digital pada mahasiswa jurusan ekonomi pembangunan dan dirasat islamiyah universitas islam negeri syarif hidayatullah Jakarta*”, SKRIPSI, (Jakarta: Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2020).

baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada fokus waktu yang dijadikan patokan penelitian.

