

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan ekonomi berjalan seiring dengan pengetahuan teknologi yang dimiliki. Adanya teknologi yang semakin *modern*, maka kegiatan ekonomi juga ikut berkembang. Kebutuhan manusia yang semakin tidak dapat dipenuhi menyebabkan terjadinya kegiatan tukar-menukar dalam berbagai bentuk dan munculnya beraneka jenis transaksi, mulai dari transaksi tradisional dan transaksi *modern* yang terjadi saat ini¹.

Kegiatan ekonomi dibagi menjadi tiga macam antara lain produksi, distribusi dan konsumsi. Kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi merupakan satu rangkaian kegiatan ekonomi yang tidak dapat dipisahkan. Produksi adalah kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang dimanfaatkan konsumen. Distribusi adalah kegiatan menyalurkan barang atau jasa dari pihak produsen kepada pihak konsumen. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya².

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Namun, saat ini

¹Muhammad Lutfi, "Konsumsi Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam," *Jurnal Madani Syari'ah* 2, no. 3 (2019), 66.

²Ahmad Muslim, "Peranan Konsumsi Dalam Perekonomian Indonesia Dan Kaitannya Dengan Ekonomi Islam," *Jurnal Al-Azhar* 1, no. 2 (2019), 71.

kegiatan konsumsi cenderung tidak sesuai dengan fungsi utamanya, konsumsi dilakukan tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari melainkan untuk memenuhi keinginannya. Disisi lain, kebanyakan masyarakat tidak mengetahui perbedaan antara kebutuhan dan keinginan sehingga hal tersebut dapat membuat masyarakat cenderung berperilaku konsumtif³.

Kegiatan konsumsi pada masa sekarang ini bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja, namun bertukar menjadi suatu kegiatan untuk mencari kepuasan, menyalurkan hobi, dan memenuhi keinginan yang bersifat sementara. Pergeseran perilaku konsumsi tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan suatu sensasi, tantangan, kegembiraan, sosialisasi dan menghilangkan stres. Selain itu memberikan pengetahuan baru tentang perkembangan *trend* dan model baru serta untuk menemukan barang yang baik dan bernilai bagi dirinya⁴.

Perkembangan zaman yang semakin *modern* tentunya berdampak pada kegiatan konsumsi yang dilakukan masyarakat di Indonesia. Perkembangan zaman tersebut membuat semakin beragamnya kebutuhan masyarakat yang harus dipenuhi. Kebanyakan masyarakat membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan atau hanya sekedar mengikuti *trend* walaupun harus mengeluarkan banyak uang. Pergeseran pola hidup seperti itu biasaya terjadi pada generasi *millenial*.

³Michael P Todaro, *Pembangunan Ekonomi Di Dunia Ketiga* (Jakarta: Erlangga, 1998), 49.

⁴Regina C M Chita and Lydia David, "Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran," *Jurnal E-Biomedik* 3, no. 1 (2015), 43.

Generasi *millennial* (Langgas) atau biasanya disebut juga generasi Y, *netters*, dan *nexters* merupakan generasi yang berkembang dimana banyak inovasi-inovasi ilmu teknologi informasi. Menurut Haroviz dalam Jurnal “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi *Millennial*, generasi Y atau yang disebut sebagai generasi *millennial*”, adalah sekelompok anak-anak muda yang lahir pada awal tahun 1980 hingga awal tahun 2000 an. Generasi ini nyaman dengan keberagaman, teknologi, dan komunikasi *online* untuk tetap terkoneksi dengan teman-temannya. Generasi ini juga lebih fleksibel terhadap hal-hal yang baru dan segala kemungkinan yang mungkin terjadi, sehingga sering digambarkan sebagai generasi yang sangat nyaman dengan perubahan⁵.

Generasi *millennial* termasuk dalam kategori konsumen dengan gaya hidup dan selera kelas menengah yang lebih banyak terkontaminasi oleh pengaruh perkembangan modernisasi. Biasanya mereka tidak keberatan membelanjakan kekayaannya untuk membeli produk *fashion* atau kosmetik terbaru, *gadget* berteknologi canggih, sewa jasa transportasi premium *online*, atau makan di *cafe* dan restoran kekinian. Mereka beranggapan dengan terus mengikuti gaya hidup kekinian, hal tersebut akan menunjang karier mereka dan membuka peluang koneksi yang lebih baik⁶.

⁵Dara Ayu, Nova Dezianti, dan Fina Hidayati, “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial,” *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi* 5, no. 2 (2021), 152.

⁶Muhammad Sarkoni, “Generasi Muslim Milenial Dan Relevansinya Dalam Pendidikan Islam”, (Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, 2021), 20.

Perilaku konsumsi adalah perilaku yang ditujukan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumsi juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumber dayanya yang terbatas, seperti uang, waktu, dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya. Namun analisis konsumsi tidak hanya dipandang sekedar pemenuh kebutuhan yang bersifat fisik dan biologis manusia, tetapi berkaitan dengan aspek-aspek sosial budaya⁷.

Perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam tidak dapat dipisahkan dari keimanan, sehingga seluruh tindakan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan tidak hanya didasarkan kepada hubungan konsumen dengan barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi juga didasari oleh hubungan konsumen dengan Allah. Berdasarkan hubungan tersebut perilaku konsumsi muslim tidak hanya didasarkan pada parameter kepuasan secara materi semata, tetapi mengacu kepada norma dan nilai-nilai yang didasarkan pada ajaran agama⁸.

Konsumsi yang berlebihan dan pertumbuhan penduduk yang pesat merupakan hal yang menjadi masalah di Indonesia saat ini. Jumlah penduduk akan mempengaruhi jumlah konsumsi, begitupun akibat perkembangan teknologi komunikasi di Indonesia sudah bergeser tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi didasarkan pada motivasi untuk mendapatkan pengetahuan

⁷Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kajian Tentang Kapitalisme Dan Konsumsi Di Era Masyarakat Post-Industrial* (Jakarta: kencana, 2013), 112.

⁸Parman Komarudin, *Pengantar Ekonomi Syariah Sebuah Tinjauan Dan Praktik* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 202.

baru tentang perkembangan *trend* baru dan model baru, suatu sensasi, kegembiraan, sosialisasi serta untuk mendapatkan barang yang baik dan bernilai bagi masyarakat. Akhirnya masyarakat akan terdorong merubah gaya hidup, konsumsi, perilaku sosial serta keinginan untuk membeli produk baru yang *up to date*⁹.

Fenomena tersebut juga terjadi di lingkungan masyarakat desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik. Dimana beberapa masyarakat desa Pangkah Wetan dalam berkonsumsi cenderung mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, dimana masyarakat ketika membeli barang atau jasa selalu dipengaruhi oleh keadaan di sekitarnya. Masyarakat desa Pangkah Wetan saling bersaing dan ingin memperlihatkan bahwa dirinya lebih baik dan ingin tampil beda sehingga cenderung menggunakan barang secara berlebih-lebihan. Hal tersebut dikarenakan ingin mengikuti *trend* terbaru agar tidak dibilang ketinggalan zaman.

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi di desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah, melainkan tidak menutup kemungkinan terjadi di desa lain karena pada dasarnya saat ini masyarakat cenderung memiliki pola konsumsi yang berlebihan. Namun, lokasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik. Karena peneliti berasal dari lingkungan tersebut dan cukup mengetahui perkembangan pola konsumsi masyarakat di desa tersebut serta aksesnya mudah dijangkau sehingga penelitian dapat dilakukan dengan lancar dan

⁹Maghfirah Dewi Alfaiz, "Faktor Yang Mempengaruhi Impulsive Buying Konsumen dalam Perspektif Perilaku Konsumsi Islam," *Jurnal Universitas Islam Indonesia* (2018), 39.

lokasi penelitian tersebut sudah cukup mewakili kriteria untuk dilakukan pengambilan sampel. Selain itu, mayoritas masyarakat desa tersebut beragama Islam sehingga ingin mengetahui seberapa besar pemahaman masyarakat desa tersebut akan konsumsi yang sesuai dengan syariat Islam. Peneliti juga melakukan observasi sebelum penelitian dengan melakukan wawancara kepada beberapa masyarakat di desa tersebut.

Wawancara yang dilakukan bersama Ibu Ria diketahui bahwa dalam membeli suatu barang sering kali didasarkan atas keinginan bukan kebutuhan, dimana terlihat dari pembelian keperluan rumah tangga baik berupa peralatan elektronik, pakaian maupun peralatan lain yang dilakukan secara kredit¹⁰. Wawancara kedua yang dilakukan bersama Ibu Linda diketahui bahwa ketika belanja pakaian seringkali berlebih-lebihan hal ini dikarenakan ada kecenderungan mengikuti penilaian orang lain sehingga merasa ingin tampil beda dengan mengikuti *trend* terbaru agar tidak dibilang ketinggalan zaman¹¹. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa permasalahan di desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah sangat relevan dengan penelitian ini.

Kegiatan konsumsi menurut perspektif ekonomi Islam, seorang muslim dituntut untuk selektif dalam membelanjakan hartanya. Tidak semua hal yang dianggap butuh saat ini harus segera dibeli, seorang muslim hendaknya mampu menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluaran. Islam juga

¹⁰Wawancara dengan Ibu Ria selaku penjual peralatan rumah tangga, tanggal 24 Desember 2022 di Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik.

¹¹Wawancara dengan Ibu Linda selaku *Owner* Arlin Shop, tanggal 24 Desember 2022 di Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik.

melarang umatnya untuk hidup dalam bermewah-mewahan. Sebagaimana dalam Q.S. Al-A'raf [7]: 31.

يٰبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ
الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan” (Q.S. Al-A'raf [7]: 31)¹².

Ayat tersebut menjelaskan perintah untuk memakai *zinah* (pakaian bersih yang indah) ketika memasuki masjid dan mengerjakan ibadah. Ayat ini juga menjelaskan mengenai perintah untuk tidak berlebihan dalam berbelanja, dan mengkonsumsi makanan dan minuman. Perbuatan berlebihan yang melampaui batas selain merusak dan merugikan, tentunya akan mendatangkan bahaya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Irma Tika Purnama Sari dengan hasil dari penelitian ini yaitu faktor spiritual berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Rizki dengan hasil penelitian bahwa variabel pemahaman etika konsumsi Islam berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat sedangkan variabel konformitas dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian yang dilakukan Rahma Nurzianti dengan hasil bahwa

¹²“Al-A'raf – الاعراف | Qur'an Kemenag,” accessed Maret 05, 2023, <https://quran.kemenag.go.id/surah/7/31>

faktor literasi keuangan syariah berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi. Adanya *research gap* perbedaan hasil penelitian dan metode yang digunakan menjadi celah peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan menggabungkan faktor-faktor yang sudah ada pada penelitian sebelumnya dengan masyarakat muslim desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik sebagai subjek penelitian. Penggunaan studi subjek yang berbeda sehingga hasilnya pun belum tentu sama dengan penelitian sebelumnya.

Pemaparan latar belakang permasalahan diatas, menjadikan alasan bagi peneliti untuk melakukan suatu penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Generasi *Millenial* (Studi Kasus Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik)”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut: Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat muslim generasi *millenial* di desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut: Untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat muslim generasi *millenial* di desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini, antara lain:

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta ilmu pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat muslim generasi *millennial* di Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik.

b. Bagi Civitas Akademik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi kalangan akademis, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi oleh seluruh kalangan akademis khususnya bagi akademis Fakultas Keislaman yang di dalamnya menaungi Program Ekonomi Syariah.

c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi serta memungkinkan bagi masyarakat muslim ketika membelanjakan kekayaannya sesuai dengan prinsip dalam ekonomi Islam.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan akan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian selanjutnya agar lebih dikembangkan.

D. Kajian Pustaka

Hasil dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Skripsi, Aulia Rizki tahun 2022 Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, yang membahas mengenai “Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konfirmatas dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh”. Subjek penelitian yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor konfirmatas dan gaya hidup mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi sedangkan faktor

pemahaman etika konsumsi islam mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan¹³.

2. Skripsi, Tika Purnama Sari tahun 2020 Institut Agama Islam Negeri Bukittinggi, yang membahas mengenai “Pengaruh Faktor Agama terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Muslim (Studi Kasus: Masyarakat Jorong Cingkariang Kanagarian Kabupaten Agam)". Subjek penelitian yaitu masyarakat desa Jorong Cingkariang Kanagarian Kabupaten Agam. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor agama mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat¹⁴.
3. Jurnal, Rahma Nurzianti tahun 2022 yang membahas mengenai “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon”. Subjek penelitian yaitu mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN Takengon. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor literasi keuangan syariah mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap perilaku konsumsi¹⁵.

¹³Aulia Rizki, “Pengaruh Pemahaman Etika Konsumsi Islam, Konformitas, Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh" (Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry, 2022), 77.

¹⁴Tika Purnama Sari, “Pengaruh Faktor Agama Terhadap Pola Konsumsi Rumah Tangga Muslim (Studi Kasus: Masyarakat Jorong Cingkariang, Kanagarian Cingkariang, Kecamatan Banuhampu, Kabupaten Agam)” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi, 2020), 70.

¹⁵Rahma Nurzianti, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah IAIN Takengon,” *Journal Gorontalo Development Review* 5, no. 1 (2022), 57.

4. Skripsi, Fitria Ratna Wulan tahun 2018 Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, yang membahas mengenai “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Kecamatan Kedanton Kota Bandar Lampung)”. Subjek penelitian yaitu masyarakat Kecamatan Kedanton Kota Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan regresi linear berganda. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor pendapatan dan gaya hidup mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumsi sedangkan tingkat pendidikan mempunyai pengaruh negatif dan tidak signifikan¹⁶.
5. Skripsi, Riza Haslina tahun 2018 Institut Agama Islam Negeri Metro, yang membahas mengenai “Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Makarittama Kecamatan Gedung Aji Baru Kabupaten Tulang Bawang dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Subjek penelitian yaitu masyarakat desa Makarittama Kecamatan Gedung Aji Baru Kabupaten Tulang Bawang dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa faktor perencanaan, pendapatan, gaya hidup, iklan, pengalaman dan motivasi melatarbelakangi perilaku konsumsi masyarakat¹⁷.

¹⁶Fitria Ratna Wulan, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Rumah Tangga Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kecamatan Kedaton Kota Bandar Lampung)” (Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, 2018), 89.

¹⁷Riza Haslina, “Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Makartitama Kecamatan Gedung Aji Baru Kabupaten Tulang Bawang Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018), 50.

E. Sistematika Pembahasan

Urutan sistematika pembahasan yang ditulis oleh peneliti dalam penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Generasi *Millenial* (Studi di Desa Pangkah Wetan Kecamatan Ujungpangkah Kabupaten Gresik)” antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian yang membahas mengenai alasan mengambil judul tersebut dalam penelitian ini, kemudian dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi mengenai kerangka teori yang membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, kemudian diikuti dengan kajian pustaka yang berisi mengenai penelitian-penelitian terdahulu guna mengetahui persamaan dan perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu.

BAB III METODELOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, kemudian diikuti mengenai karakteristik responden, dan yang terakhir mengenai analisis data dan pembahasan dari hasil temuan penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab terakhir ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian dan saran yang akan disampaikan dari penelitian ini.