

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Definisi Konsumsi adalah penggunaan suatu komoditas baik dalam bentuk barang atau jasa yang bertujuan agar tetap *survive* dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Aktivitas konsumsi akan secara terus-menerus berlangsung dilakukan hingga manusia tersebut meninggal dunia. Pada umumnya manusia gemar berbelanja untuk memanjakan dirinya, semua itu terjadi akibat adanya suatu tingkah laku atau perilaku konsumsi pada setiap diri manusia. Perilaku konsumen (*consumen behavior*) itu sendiri merupakan suatu tindakan yang berkaitan dengan cara memperoleh, mengkonsumsi, dan menghabiskan sebuah produk ataupun jasa sekaligus dalam melakukan pengambilan keputusan yang menjadi penentu awal dari tindakan tersebut.¹ Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana setiap individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia.²

Meskipun virus Covid-19 telah melanda tak menurunkan sedikitpun kegiatan konsumsi masyarakat meskipun pandemi Covid-19 dirasakan sangat berimbas pada sektor perekonomian seluruh lapisan masyarakat. Dampak

¹ Muhammad Anang Firmansyah, "*Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*" (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 12.

² Miftahul Huda, "Indikator Perilaku Konsumen Dalam Memenuhi Kebutuhan Primer (Studi Masalah Imam Al-Ghazali Kitab Al Mustafa Min'Ilm Ushul)", *Islamic Economic Journal*, Vol. 3, No. 2, 2017, 201–19.

tersebut dirasakan saat setelah adanya sebuah peraturan pemerintah yang berbentuk suatu kebijakan yaitu pembatasan sosial berskala besar atau PSBB hingga kebijakan PPKM yang terus berlanjut dan masih diberlakukan sampai bulan September tahun 2021, akibat pemberlakuan kebijakan tersebut intensitas interaksi sosial dan ekonomi masyarakat tengah mengalami penurunan. Banyak masyarakat yang kehilangan sumber pendapatannya, ataupun bekerja dan belajar dari rumah (*work from home/daring*). Sedangkan kebutuhan untuk konsumsi setiap harinya semakin meningkat. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap perilaku konsumsi oleh masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan sehari-harinya.³

Aktivitas konsumsi terjadi apabila seseorang mempunyai uang. Uang dalam hal ini berkaitan dengan pendapatan, karena pendapatan yang dimiliki atau diterima oleh generasi millennial saat ini berupa uang. Pendapatan merupakan uang yang diterima oleh subjek ekonomi atas dasar prestasi, keahlian, dan sejenisnya dari profesi yang dilakukan dengan nominal yang telah disesuaikan pada jenis profesi tersebut. Pendapatan selama ini menjadi sebuah bagian penting dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, tinggi rendahnya pendapatan yang dimiliki setiap orang dapat menggambarkan besar kecilnya produk yang mampu dikonsumsi.⁴

Setiap konsumen berbeda-beda dalam memiliki penghasilan, di mana satu sama lain memiliki perbedaan sudut pandang terhadap suatu produk. Ketika

³ Zulkipli dan Muharir, "Dampak Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia", *JIMESHA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 1, 2021, 7–12.

⁴ Sadono Sukirno, *Teori Pengantar Mikro Ekonomi* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006), 26.

pendapatan masyarakat menurun mereka cenderung berusaha untuk menekan pengeluaran dan membatasi konsumsinya. Seorang konsumen akan lebih memilih produk dengan harga yang terjangkau atau sesuai dengan kemampuannya saat itu. Seorang konsumen akan terus menambah porsi konsumsinya sebanding dengan pendapatannya. Pendapatan yang berbeda-beda merupakan salah satu penentu perilaku konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Ratna dan Nasrah menyatakan jika semakin tinggi pendapatan yang diterima oleh seseorang, maka akan semakin tinggi pula jumlah konsumsi yang mereka keluarkan setiap bulannya untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.⁵

Perilaku konsumsi merupakan suatu kegiatan yang pergerakannya dinamis, hal tersebut berarti perilaku konsumen selalu berubah-ubah dan bergerak dari waktu ke waktu seiring perkembangan zaman. Faktor lain yang menimbulkan hasrat seseorang untuk melakukan konsumsi ialah tuntutan dari gaya hidup yang dapat berpengaruh terhadap perilaku serta pola konsumsinya.⁶ Gaya hidup merupakan sebuah pola hidup seseorang yang kemudian diekspresikan melalui sebuah aktivitas, minatnya, serta opininya terhadap sesuatu. Gaya hidup memiliki artian sebuah cara seseorang dalam mengelola uang dan waktunya sehingga dapat memberikan gambaran jelas mengenai

⁵ Ratna dan Nasrah, "Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Lingkungan Pemerintah Provinsi Riau", *Marwah : Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, Vol. 14. No. 2, 2015, 199–224.

⁶ Rudy Irwansyah dkk, *Perilaku Konsumen* (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021), 3.

kepribadian seseorang tersebut ketika berinteraksi.⁷ Generasi millennial yang hidup di zaman serba digital selalu *up to date* terhadap suatu hal yang menjadi *trend* dan viral baik dari media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, maupun dari lingkungan sekitarnya. Generasi millennial merupakan komunitas yang paling cepat dalam mengikuti perubahan perkembangan zaman yang ada. Secara langsung hal tersebut akan membentuk gaya hidup (*lifestyle*) seseorang baik dalam kebutuhan primer, sekunder, maupun tersier nya. Generasi millennial dalam kesehariannya memiliki gaya hidup cenderung modern yang penuh dengan fashion mode negara barat dan berbelanja melalui *onlineshop*. Tidak terkecuali di kalangan millennial muslim, mereka mayoritas mengikuti fashion yang diminati dengan tidak mempertimbangkan syariat agama islam sebagai umat muslim yang tentunya wajib untuk dianut melainkan mereka lebih memperhatikan dan mengikuti berbagai *trend* yang berkembang baru-baru ini yaitu mode negara barat (non muslim).

Generasi millennial merupakan kelompok penduduk dengan usia yang cukup matang saat ini baik dari segi pendapatan atau pemasukan yang diperoleh dan dengan usia yang ada generasi millennial memiliki kuasa dan kontrol penuh terhadap gaya hidup nya serta dalam berperilaku sebagai seorang konsumen. Generasi millennial lebih menyukai dan tertarik untuk melakukan konsumsi terus menerus diakibatkan oleh perkembangan *trend* yang begitu pesatnya. Hal ini

⁷ Delyana Rahmawany dan Hestina Febrianty, "Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa", *Jurnal Riset Sains Manajemen*, Vol. 2, Vol. 3, 2018, 103–110.

dapat dilihat ketika pembelian maupun pemakaian produk mahal hanya demi mencapai kepuasan maupun kenyamanan semata sehingga konsumsi pun semakin bertambah.⁸ Padahal dalam berperilaku seorang konsumen muslim harus mengutamakan kebutuhan daripada keinginan, tidak mengikuti perilaku konsumsi yang hanya berasal dari hawa nafsu, melainkan dengan memperhatikan norma-norma etika konsumsi dalam islam. Hal tersebut telah dijelaskan oleh Allah SWT dalam firman-Nya QS. Al-A'raf ayat 31 berikut ini :

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

Artinya : *“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap memasuki masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”* (QS. Al-A'raf [7] : 31)

Makna dari ayat di atas menerangkan bahwa sebagai manusia harus mengutamakan kebutuhan yang mendesak dan bermanfaat serta untuk tidak berlebih-lebihan dalam memenuhi kebutuhan hidup. Karena, semua hal yang bersifat berlebihan tidak baik, islam menganjurkan untuk meninggalkan konsumsi yang berlebihan dalam berbagai aspek komoditas.

Hal ini sesuai dengan etika konsumsi islam yang memperhatikan keseimbangan dalam konsumsi, yakni Allah SWT memerintahkan setiap manusia

⁸ Nuri Annisa Fitri dan Hisbullah Basri, "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Millenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi", *EKOMBIS: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 9, No. 2, 2021, 37-48.

untuk berperilaku adil ketika mengkonsumsi, yakni seseorang yang memiliki harta agar membelanjakan sebagian dari harta tersebut untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Selain itu, pendistribusian pendapatan untuk kebutuhan yang artinya agama islam mengajarkan manusia dalam menggunakan hartanya harus sesuai dengan kebutuhan yang bermanfaat, tidak bersikap menghambur-hamburkan (*israf*) atau bermewah-mewahan hanya untuk memenuhi hawa nafsu semata. Dengan demikian sebagai konsumen muslim sebaiknya mampu mengalokasikan pendapatan sebagaimana syariat islam yang tentunya memiliki perbedaan yang mendasar antara perilaku konsumen dalam islam dengan perilaku konsumen secara konvensional menyangkut tujuan dan motif dalam melakukan kegiatan konsumsi tersebut.

Apabila dalam memenuhi kebutuhannya manusia tidak dapat mengendalikan maka akan menimbulkan perilaku konsumtif yang berawal dari adanya niatan konsumsi yang berlebihan, adanya theory of planned behavior memperkuat penjelasan mengenai keterkaitan sebuah kepercayaan terhadap suatu perilaku. Dalam teori tersebut menyebutkan bahwa tujuan dari perilaku konsumen secara individu dapat tercipta melalui sikap, kontrol perilaku, dan norma subjektif. Bagi generasi millennial mudah sekali terpengaruh keinginan/hasrat untuk bersikap konsumtif sehingga akhirnya menjadikan masyarakat akan sulit untuk mencapai perekonomian yang baik sesungguhnya. Menurut indriana wati menyatakan jika perilaku yang konsumtif tersebut bisa dicegah dengan adanya suatu pengetahuan mengenai pemahaman etika, dengan

itu ilmu etika konsumsi islam mampu memberikan kemampuan pada seseorang guna memahami prinsip dan konsep dalam perilaku konsumsinya, sehingga mereka mampu mencukupi kebutuhan hidupnya dengan tetap menjaga keuangannya dengan stabil dan mampu mengontrol perilaku konsumsinya.⁹

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh pendapatan, gaya hidup, dan literasi ekonomi terhadap pola konsumsi mahasiswa STIE Muhammadiyah Kabupaten Jambi yang dilakukan oleh Wahidatul Aslamia menyatakan bahwa pesatnya perkembangan zaman yang semakin modern dapat mempengaruhi perubahan konsumsi seseorang, di mana saat ini masyarakat Indonesia semakin memudahkan dalam mencari dan mendapatkan informasi mengenai berbagai macam produk dan jasa baik dalam negeri bahkan luar negeri sekalipun. Dengan kemudahan tersebut membuat masyarakat lebih condong pada mengutamakan keinginannya dibandingkan dengan skala prioritasnya.¹⁰

Masyarakat Sidoarjo, dapat dikatakan cepat sekali dalam mengikuti perkembangan zaman didukung dengan adanya sosial media yang memudahkan masyarakat kabupaten Sidoarjo dalam memperoleh informasi terbaru mengenai pekerjaan, hobi, belanja, hiburan, olahraga, dan berbagai kebutuhan lainnya. Jarak kabupaten Sidoarjo yang dekat dengan Surabaya tentunya membuat generasi millennial di kabupaten tersebut memiliki perilaku konsumen perkotaan

⁹ Entika Indrianawati, "Pengaruh Tingkat Pendapatan Dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswa Program Pascasarjana Universitas Negeri Surabaya Entika", *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, 2015, 14–26.

¹⁰ Wahidatul Aslamia, "Pengaruh Pendapatan Gaya Hidup Dan Literasi Ekonomi Terhadap Pola Perilaku Mahasiswa STIE Muhammadiyah Kabupaten Jambi", (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, 2019), 36-37.

yang senantiasa ingin memenuhi segala keinginan dan kebutuhan hidupnya sesuai dengan pemimpin opini mereka seperti selebriti/selebgram.¹¹ Kabupaten Sidoarjo merupakan kawasan metropolitan gerbang kertosusila yang mengalami pengembangan pembangunan wilayah cukup pesat oleh pemerintah, sehingga taraf hidup dan kesejahteraan masyarakat akan terus meningkat dengan banyaknya industri dan perdagangan.¹² Untuk itu, penelitian terhadap generasi millennial muslim kabupaten Sidoarjo pastinya akan sangat dibutuhkan di masa depan. Dengan uraian latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Gaya Hidup dan Pendapatan terhadap Perilaku Konsumen Muslim Millennial Kabupaten Sidoarjo dengan Pengetahuan Etika Konsumsi Islam sebagai Variabel Moderasi”**.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku konsumen muslim millennial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19?
2. Apakah pendapatan dapat mempengaruhi perilaku konsumen muslim millennial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19?
3. Apakah pengetahuan etika konsumsi islam adalah variabel yang mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim millennial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19?

¹¹ Miftahul Huda, "Indikator Perilaku Konsumen Dalam Memenuhi Kebutuhan Primer (Studi Masalah Imam Al-Ghazali Kitab Al Mustafa Min'Ilm Ushul)", 201-219.

¹² <http://perkotaan.bpiw.pu.go.id/n/metropolitan/1>, diakses tanggal 28 April 2022.

4. Apakah pengetahuan etika konsumsi islam adalah variabel yang mampu memoderasi pengaruh dari pendapatan terhadap perilaku konsumen muslim millenial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim millenial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19.
- b. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumen muslim millenial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19.
- c. Untuk mengetahui apakah pengetahuan etika konsumsi islam adalah variabel yang mampu memoderasi pengaruh gaya hidup terhadap perilaku konsumen muslim millenial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19.
- d. Untuk mengetahui apakah pengetahuan etika konsumsi islam adalah variabel yang mampu memoderasi pengaruh dari pendapatan terhadap perilaku konsumen muslim millenial kabupaten Sidoarjo di masa pandemi Covid-19.

2. Kegunaan penelitian

- a. Kegunaan teoritik

- 1) Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan bagi peneliti mengenai perilaku konsumen muslim millennial kabupaten sidoarjo dimasa pandemi Covid-19.
- 2) Sebagai media dalam metode penelitian sehingga dapat menunjang kemampuan para mahasiswa ketika melakukan analisis permasalahan atau studi kasus pada masyarakat.
- 3) Penelitian ini juga diharapkan berfungsi sebagai wacana keilmuan, memperbanyak literatur, referensi, dan informasi ilmiah mengenai pengaruh gaya hidup dan pendapatan terhadap perilaku konsumen muslim khususnya bagi mahasiswa program studi ekonomi syariah dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya dengan mengusung tema yang sama.

b. Kegunaan praktis

- 1) Bagi Fakultas Keislaman

Dapat memberikan referensi baru dalam bidang keilmuan yang berkaitan dengan gaya hidup, pendapatan, dan perilaku konsumen muslim millennial.

- 2) Bagi Pengusaha Bisnis dan Produsen

Dapat dijadikan sebagai pandangan dalam berbisnis.

- 3) Bagi Pemerintah

Dapat dijadikan sebagai pedoman untuk dapat membimbing masyarakat muslim millenial kabupaten sidoarjo dalam perilaku konsumsinya.

D. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini akan terbagi menjadi lima bab sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

BAB II : LANDASAN TOERI

Pada bab ini akan membahas tentang tinjauan pustaka dan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dingkat meliputi pengertian konsumsi, pendapatan, gaya hidup, perilaku konsumen, dan etika konsumsi islam.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode dan cara peneliti dalam melakukan penelitian yang terdiri dari jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, variabel penelitian, hipotesis, teknik pengumpulan data,dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan membahas hasil dari penelitian yang dilakukan berkaitn dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan dengan menyertakan bukti olahan data.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan berisi mengenai kesimpulan atas apa yang telah didapatkan dari penelitian serta saran dari peneliti kepada penelitian selanjutnya.