



Pengaruh Religiusitas dan Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional

Emily Nur Saidy¹, Muhammad Nasri Katman²

¹Institut Agama Islam Negeri Parepare,

²Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar

e-mail: emilynursaidy@iainpare.ac.id¹, Muh.nasri@uin-alauddin.ac.id²

ABSTRAK- Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui religiusitas dan uang saku terhadap pola konsumsi rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Data primer ini didapatkan dari angket yang di bagikan kepada responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar. Adapun sampel dalam penelitian ini berjumlah 97 mahasiswa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi rasional sedangkan uang saku berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pola konsumsi rasional.

Kata kunci: Pola Konsumsi, Rasionalitas, Religiusitas, Uang Saku

ABSTRACT- This study aims to determine the religiosity and pocket money for rational consumption patterns of students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Alauddin Makassar. This study uses a quantitative analysis approach using multiple linear regression analysis. The data source used is primary data. This primary data was obtained from a questionnaire distributed to respondents, namely students of the Faculty of Economics and Islamic Business UIN Alauddin Makassar. The sample in this study amounted to 97 students. The results of this study indicate that religiosity has a positive and significant effect on rational consumption patterns while pocket money has a negative and insignificant effect on rational consumption patterns.

Keywords: Consumption Patterns, Rationality, Religiosity, Pocket money

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan hal yang penting bagi perekonomian. Sebab manusia tidak bisa hidup tanpa konsumsi. Itu artinya mengabaikan konsumsi sama dengan mengabaikan kehidupannya sebagai manusia. Konsumsi dalam pandangan Al-Gazali merupakan (*al-hajah*) barang atau jasa yang digunakan guna memenuhi kebutuhan dengan cara bekerja (*al-iktisab*) yang hukumnya wajib (*fardu kifayah*) yang berpedoman pada etika dan moral (shariah) guna mewujudkan kemaslahatan (masalah) menuju akhirat (Chamid, 2010).

Konsumsi islami tentunya selalu berlandaskan pada ajaran agama islam. Beberapa ajaran agama terkait konsumsi, misalnya perlunya kepedulian terhadap sesama dan juga haram bagi muslim/muslimah hidup dalam keadaan yang serba berlebihan sementara tetangganya ada yang kelaparan. Konsumsi dalam Islam sendiri lebih mempertimbangkan masalah daripada utilitas. Tercapainya kemaslahatan adalah tujuan syariat Islam dan tentunya juga menjadi tujuan akhir dari kegiatan konsumsi.

Kesederhanaan dalam hidup adalah salah satu ciri Agama Islam baik dalam mengkonsumsi kebutuhan pokok seperti makan dan minum atau dalam segala hal. Begitupun dalam hal kuantitas, perilaku konsumen muslim juga tidak boleh berlebih-lebihan. Agama islam juga melarang segala bentuk tindakan mubazir serta menghambur-hamburkan barang yang dikonsumsi. Sehingga pendapatan yang dihasilkan oleh seorang muslim hanya sebagian yang dikeluarkan untuk kegiatan konsumsi dan sebagiannya lagi untuk kebutuhan beribadah kepada Allah SWT serta untuk investasi.

Menurut Yusuf al-Qaradhawi konsumsi adalah (1) Mengeluarkan harta untuk kebaikan dan menghindari sifat kikir, (2) Tidak berlebih-lebihan, mubazir, dan berfoya-foya, (3) Membelanjakan harta sesuai kebutuhan (sederhana). (al-Qaradhawi, 1996)

Peran keimanan tidak bisa terlepas dari konsumsi. Peran keimanan penting sebab keimanan memberikan cara pandang yang bisa berdampak kepada pribadi seseorang. Keimanan memberikan efek terhadap kualitas dan kuantitas konsumsi. (Wibowo, 2013) Keimanan dapat menuntun dan menyaring moral manusia dalam membelanjakan harta serta memberikan arahan dalam memanfaatkan secara efektif sumber daya (pendapatan). Saringan moral ini memiliki tujuan guna menjaga kepentingan pribadi supaya tetap berada dalam lingkup kepentingan sosial dengan cara mengubah preferensi individual menjadi preferensi antara individual dengan sosial, dan

juga menyaring guna tercapainya kebaikan dan kemanfaatan yang bisa berdampak pada persepsi konsumen.

Sebagaimana Safiek Mokhlis dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Konsumen yang memiliki religiusitas tinggi akan semakin sedikit mengkonsumsi barang yang menurutnya tidak sesuai dengan religiusitasnya. (Mokhlis,2008)

Selain itu, faktor ekonomi seperti pendapatan juga mempengaruhi perilaku konsumsi. Jika pendapatan naik maka konsumsi juga ikut naik, begitu pula sebaliknya. Seorang mahasiswa akan terus menambah proporsi konsumsinya sejalan dengan tingkat pertambahan pendapatan yang didapatkannya sampai batasan tertentu hingga penambahan pendapatan tidak lagi menambah konsumsinya karena kebutuhan akan kebutuhan pokok seperti makanan memiliki titik jenuh. Jadi ketika pendapatan semakin tinggi maka kecenderungan seseorang dalam memberlanjakan pendapatannya untuk makanan semakin berkurang.

Pendapatan mahasiswa meliputi uang saku dari orang tua, beasiswa serta upah jika ia bekerja. Pemberian uang saku dari orang tua ada yang diperoleh secara bulanan, mingguan dan harian dengan uang saku inilah yang selanjutnya digunakan oleh mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan baik itu untuk konsumsi rutin maupun tidak. Kebanyakan dari mereka masih belum mandiri dan bergantung kepada kedua orang tuanya, dan tentunya jika terdapat keinginan yang tidak terpenuhi akibat gaya hidup yang sering berubah serta mengikuti perkembangan zaman dan takut dikatakan sebagai orang yang ketinggalan zaman jika tidak mengikuti trend saat ini.

Uang saku yang diberikan orang tua terkadang tidak cukup untuk menunjang kegiatan konsumsi mereka. Kegiatan konsumsi yang melibihi dari uang saku ini disebabkan karena mereka cenderung mengikuti hawa nafsu serta hasratnya dalam mengkonsumsi terlebih lagi di era yang serba teknologi serta maraknya media sosial serta keinginan untuk selalu eksis dan tampak kekinian sehingga membuat perilaku mereka menjadi konsumtif dan sering tanpa. perhitungan dalam konsumsi. Akibatnya mereka lebih mengikuti hasrat dan keinginan tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka.

Fenomena yang umum terjadi adalah mahasiswa masih belum cermat memilih dan memilah apa-apa saja yang dibutuhkan, seperti lebih memililih untuk makan diluar dibandingkan masak sendiri, membeli produk-produk dari berbagai jenis merk dan yang lainnya dan itu menggunakan uang saku karena mahasiswa belum mempunyai pekerjaan. Semakin banyak uang saku yang

diberikan dari orang tua maka semakin tinggi kesempatan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang. Ada beberapa faktor yang membuat mahasiswa kurang cermat dalam mengatur keuangan dan mengkonsumsi diantaranya yaitu, keinginan yang berlebihan tak terkontrol menyebabkan pemborosan, life style anak muda zaman sekarang, kebutuhan yang tak diduga. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh terkait pengaruh religiusitas dan uang saku terhadap perilaku konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.

TINJAUAN LITERATUR

Perilaku konsumsi

Konsumsi merupakan segala bentuk pemakaian maupun penggunaan barang dan jasa guna memenuhi kebutuhan sehari-hari. (James, 20021) Kegiatan konsumsi ini dilakukan setiap hari oleh setiap orang yang bertujuan untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal serta mencapai tingkat kesejahteraan dalam berbagai macam kebutuhan, meliputi kebutuhan pokok, sekunder, tersier atau maupun kebutuhan jasmani dan rohani. Agar bisa mengkonsumsi maka seseorang harus memiliki pendapatan, tingkat konsumsi sangat dipengaruhi oleh besar kecilnya pendapatan.

Konsumsi saat ini dalam pandangan Keynes sangat dipengaruhi oleh *disposable Income* saat ini. Yang mana *disposable income* sendiri merupakan pendapatan yang siap dibelanjakan setelah dikurangi pajak. Jika *disposable Income* naik maka konsumsi tentu akan naik. Namun peningkatan konsumsi tersebut tidak lebih besar dari peningkatan *disposable Income*. Keynes juga mengungkapkan bahwa jika pendapatan seseorang semakin besar maka tingkat konsumsinya akan semakin bertambah, dan semakin bertambah pula tingkat tabungannya, sebaliknya jika semakin kecil tingkat pendapatan, maka seluruh pendapatannya akan digunakan untuk konsumsi saja sehingga tingkat tabungannya sama dengan 0. (Sukirno, 2016) Itu artinya bahwa meskipun pendapatan sama dengan nol, tingkat konsumsi tetap terpenuhi, dan ini ditentukan oleh faktor-faktor selain pendapatan, misalnya kredit/pinjaman, lokasi geografis dan lain-lain.

Terdapat dua *fundamental values* dalam teori konsumsi ekonomi konvensional yaitu rasionalisme dan utilitarianisme yang dimana keduanya lebih menekankan pada kepentingan pribadi (*self interest*) dengan menghiraukan kepentingan orang lain. Walaupun konsep dari *self interest rationality* nampak baik, namun kelonggarannya terhadap perilaku konsumen

karena ukuran rasional adalah selama memenuhi kepentingan pribadi maka kepentingan orang lain boleh diabaikan. Sedangkan *utilitarianism* menekankan tentang manfaat terbesar yang diperoleh meskipun harus mengorbankan kepentingan orang lain.

Schiffman dan Kanuk dalam tulisannya mengungkapkan pola perilaku konsumsi yang rasional yaitu: pertama, jika konsumen mempertimbangkan semua alternatif pilihan yang ada. Setelah konsumen mempertimbangkan semua alternatif ada maka konsumen harus menyadari setiap alternatif produk yang ditawarkan. Konsumen harus bisa membuat peringkat untuk setiap alternatif yang tersedia dengan melihat kelebihan dan kelemahannya. Kedua, memilih alternatif yang memberikan kegunaan paling besar manakala ketika konsumen dihadapi berbagai pilihan alternatif, konsumen diminta untuk membandingkan biaya serta manfaat dari setiap pilihan alternatif yang ada. Biaya peluang atau *opportunity cost* merupakan sesuatu yang dikorbankan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Dalam hal ini, pengeluaran untuk konsumsi harus sesuai dengan manfaat yang didapatkan dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Setelah membandingkan biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diterima dari setiap alternatif yang ada. Selanjutnya konsumen membandingkan mana dari alternatif yang ada memberikan kegunaan terbesar. (Schiffman dan Kanuk, 2010)

Rasionalitas konsumen muslim disempurnakan dengan mengabungkan antara keyakinan dan kebenaran yang melampaui dari rasionalitas manusia yang terbatas dengan selalu berlandaskan kepada Alquran dan Hadis. Konsep pemenuhan kebutuhan dalam islam disertai dengan moral, batin tidak tertekan serta terdapat keharmonisan diantara sesama. Selain itu, ekonomi Islam juga tidak hanya membahas tentang pemuasan kebutuhan materi yang sifatnya fisik, tapi juga membahas tentang pemuasan kebutuhan materi sifatnya abstrak, serta pemuasan kebutuhan yang berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah SWT.

Adiwarman Karim dalam bukunya mengungkapkan dua makna terkait perilaku rasional yaitu metode, tindakan dipilih berdasarkan pemikiran yang beralasan, tidak didasarkan pada kebiasaan, prasangka atau emosi, dan kedua: makna tindakan yang benar-benar berhasil dalam mencapai tujuan yang diinginkan. (Karim, 2012)

Religiusitas

Religiusitas merupakan penghayatan terhadap nilai dan ajaran agama dalam pribadi seseorang. Penghayatan terkait tentang kepercayaan terhadap ajaran-ajaran dan nilai-nilai agama baik yang bersumber dari hati maupun perkataan. Kepercayaan inilah yang kemudian diaplikasikan ke dalam perbuatan sehari-hari. Glock dan Stark mengungkapkan dimensi religiusitas sebagai berikut: (a) Dimensi ideologis, (b) Dimensi ritual, (c) Dimensi pengalaman, (d) Dimensi Intelektual, dan (e) Dimensi konsekuensi.. (Aviyah dan Farid, 2014)

Bentuk pengukuran lainnya dengan menggunakan empat dimensi yaitu *associational* (frekuensi keterlibatan dalam kegiatan ritual), *communal* (frekuensi hubungan sosial), *doctrinal arthodoxy* (Intelektual terhadap doktrin agama), dan *devotionalism* (hubungan dengan tuhan mealui mediasi). Sehingga semakin tinggi dimensi ini maka religiusitas juga akan semakin tinggi. Selanjutnya pengukuran religiusitas ini berkembang menjadi lima dimensi dengan menambahkan dimensi *consequence*. (Asyari, 2016)

Uang Saku

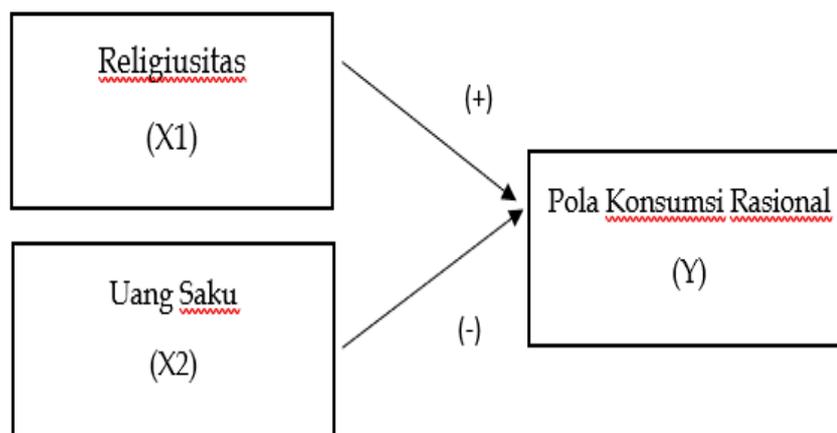
Menurut Kamus bahasa Indonesia uang saku adalah uang yang di bawa untuk keperluan sewaktu-waktu; uang jajan. (Departemen Pendidikan Nasional , 2008) Uang saku bisa dipakai untuk membeli makanan dan juga kebutuhan lainnya. Pemberian uang saku ini bertujuan sebagai sarana pembelajaran bagi anak agar mereka mampu mengelolah keuangannya dengan baik. Sehingga secara tidak langsung uang saku merupakan pendapatan yang dimiliki oleh seorang yang belum mandiri secara ekonomi seperti halnya siswa.

Besarnya uang saku harus disesuaikan dengan kemampuan ekonomi orang tua, kondisi dan kebutuhan serta usia anak. Sebagai contoh seorang anak yang berasal dari keluarga yang mapan tentunya memberikan uang saku yang jumlahnya lebih besar dibanding dengan anak yang berasal dari keluarga sederhana atau tidak mampu. Banyak sedikitnya uang saku yang diberikan akan mempengaruhi belanja si anak. Hal inilah yang nanti akan mendorong perilaku konsumtif anak. Pemberian uang saku atau uang jajan juga memiliki dampak negatif bagi anak, yaitu anak yang terbiasa mendapatkan uang dengan mudah tanpa kerja keras akan mudah mengeluarkanya dan anak terbiasa boros, tidak mau menabung dan membelanjakan uang yang ia dapat. (Jalaluddin, 2005)

Ketidakmampuan anak dalam mengelolah atau mengatur uang sakunya dengan cara membuat skala prioritas menyebabkan si anak bebas dalam

menggunakan uang saku untuk kesenangannya saja. Kebebasan inilah yang akan berpotensi besar dalam mendorong anak untuk mengikuti gaya hidup hedonis. (Sari dan Andriani, 2018)

KERANGKA PIKIR



Gambar 1. Kerangka Pikir

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Variabel dalam Penelitian ini adalah religiusitas (X1), uang saku (X2) dan Pola Konsumsi Pola Konsumsi Rasional (Y). Dengan Indikator sebagai berikut:

Tabel 1 Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Indikator
Religiusitas (X1)	1. Dimensi ideologi, 2. Dimensi ritual, 3. Dimensi pengalaman, 4. Dimensi intelektual, dan 5. Dimensi konsekuensi.
Uang Saku (X2)	1. Pendapatan 2. Pemanfaatan
Pola Konsumsi Rasional (Y)	1. Pertimbangan terhadap semua alternatif yang ada 2. Pemilihan alternatif yang kegunaanya paling besar

Penelitian ini menggunakan data primer. Adapun Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar sebanyak 2.585 populasi. Sedangkan teknik pengambilan sampel yaitu proportional random sampling dengan jumlah sampel sebanyak 97 responden yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumentasi dan angket/kuisisioner dengan setiap pernyataan kuisisioner menggunakan skala likert, yaitu 1 untuk “Tidak Pernah” (TP), 2 untuk “Jarang” (J), 3 untuk “Biasa” (B), dan 4 untuk “Selalu” (SL). Sedangkan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linear sederhana, yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (independen) terhadap satu variabel terikat (dependen).

Rumus regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \mu$$

Keterangan:

Y = Pola Konsumsi Rasional

X₁ = Religiusitas

X₂ = Uang Saku

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

μ = Error term (5%)

Uji statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji t yang gunanya untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat atau Uji t dimaksudkan untuk mengetahui secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau dengan cara membandingkan nilai signifikansi 0,05. Jika nilai signifikansi < 0,05 berarti variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat namun jika nilai signifikansinya > 0,05 berarti tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**Analisis Regresi Linear Berganda****Tabel 2 Koefisien Regresi**

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.849	5.115		1.534	.128
	Religiusitas	.774	.140	.495	5.548	.000
	Saku	-.300	.433	-.062	-.693	.490

a. Dependent Variable: Konsumsi

Sumber: Output SPSS

Berdasarkan hasil di atas maka persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 7.849 + 0.774X_1 - 0.300X_2 + \mu$$

Sehingga dari persamaan regresi tersebut maka dapat dinyatakan sebagai berikut: (1) Konstanta α sebesar 7.849 menunjukkan jika nilai X_1 dan X_2 sama dengan 0, maka nilai pola konsumsi rasional adalah 7.849, (2) $\beta_1 = 0.774$ menunjukkan koefisien regresi positif, artinya setiap peningkatan religiusitas sebesar satu satuan maka akan meningkatkan pola konsumsi rasional sebesar 0.774, (3) $\beta_2 = -0.300$ menunjukkan koefisien regresi negatif, artinya setiap peningkatan Uang Saku sebesar satu satuan maka akan menurunkan pola konsumsi rasional sebesar -0.300.

Kemudian berdasarkan tabel diatas juga dapat diketahui pengaruh religiusitas dan uang saku terhadap pola konsumsi rasional yaitu dengan cara melihat nilai signifikansinya. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi rasional dengan nilai sig.<0,05. Sedangkan uang saku tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi rasional dengan nilai sig.= 0.490 >0,05.

Koefisien Determinasi

Tabel 3 Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.502 ^a	.252	.237	3.579

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Saku

Sumber: Output SPSS

Tabel diatas menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,237 yang artinya bahwa proporsi pengaruh variabel religiusitas dan uang saku terhadap variabel pola konsumsi rasional sebesar 23,7% sedangkan sisanya sebesar 76, 3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam model regresi.

PEMBAHASAN

Pengaruh Religiusitas Terhadap Pola Konsumsi Rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Alauddi Makassar

Agama memiliki peran yang sangat besar dalam mengembangkan jiwa para remaja sehingga dapat mengendalikan dan mengontrol kehidupannya termasuk dalam hal konsumsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar. Hal ini menunjukkan bahwa semakin religius seseorang maka perilaku konsumsi seseorang semakin rasional. Pengembangan dimensi religiusitas mahasiswa ini berpijak pada ajaran Islam yang selalu diselingkan dengan mata kuliah umum disamping itu dosen-dosen atau para pengajar diwajibkan memberikan wejangan atau nasihat-nasihat agama kepada mahasiswa sebelum kuliah dimulai. Hal tersebut tentu akan berdampak pada bertambahnya wawasan dan pemahaman mereka tentang Agama Islam dan selanjutnya akan meningkatkan religiusitas mahasiswa.

Anton Bawono dalam jurnalnya mengemukakan bahwa rasionalitas seorang muslim dipengaruhi oleh tingkat religiusitas, religiusitas inilah yang akan berfungsi sebagai pengendali perilaku yang konsumtif.(Bawono, 2014) Selain itu Djamchid Assadi dalam jurnalnya juga mengemukakan bahwa agama mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu bahwa nilai-nilai agama yang dianut oleh konsumen mempengaruhi perilaku konsumen khususnya dalam membeli dan mengkonsumsi suatu barang; dimana konsumen akan mempertimbangkan

hal-hal yang berkaitan dengan ajaran agamanya dalam mengkonsumsi suatu barang. Konsumen yang memiliki pemahaman yang tinggi terhadap agamanya akan semakin selektif dalam mengkonsumsi suatu barang. (Assadi, 2003) Konsep rasionalitas sendiri secara teoritis dapat menghindari perilaku konsumsi yang berlebih-lebihan, konsumen yang memiliki rasionalitas tinggi tentunya dapat memilih beberapa alternatif pilihan dari komoditas yang bisa memuaskan kebutuhannya. Rasionalitas berhubungan dengan skala prioritas berupa pilihan-pilihan terhadap suatu komoditas tertentu yang dapat memaksimalkan utility dari beberapa pilihan yang rasional.

Konsumsi bukan hanya terkait pemenuhan kebutuhan pangan seperti makan dan minum. Melaikan juga memenuhi kebutuhan sandang dan papan. Pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, papan dan pangan ini harus dilakukan secara terencana apa yang diinginkan sesuai dengan budget yang tersedia. Jangan sampai apa yang kita butuhkan melebihi dari budget yang tersedia atau dikenal dengan istilah "lebih besar pasak dari tiang" hal tersebut bisa berdampak negati bagi kelangsungan manusia. Sehingga konsumen diharuskan untuk bersikap lebih rasional dalam mengkonsumsi sehingga sifat perilaku konsumtif dapat terhindari. Sebagaimana dalam QS. Al-'A`raf /7 : 31: " *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*"

Rasionalitas dalam ekonomi Islam cakupan dimensinya jauh lebih luas jika dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Rasionalitas dalam ekonomi Islam dijadikan sebagai dasar perilaku umat Islam dengan mempertimbangkan kepentingan pribadi, sosial, dan peribadatan kepada Allah SWT. Masuknya aspek religiusitas dalam diri konsumen, dalam rangka memenuhi kebutuhan dasarnya yaitu bukan hanya memenuhi kebutuhan pribadinya saja melainkan kebutuhan sosial. Kebutuhan sosial ini bisa diaplikasikan melalui zakat, infak dan sedekah (ZIS). Perilaku inilah yang akan menciptakan pemerataan pendapatan atau kesejahteraan bagi orang-orang yang membutuhkan, selain itu juga bertujuan memberikan sebagian pendapatannya kepada fakir miskin serta orang yang kurang mampu merupakan bentuk penyucian harta.

Pengaruh Uang Saku Terhadap Pola Konsumsi Rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Uin Alauddin Makassar

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uang saku berpengaruh negatif dan terhadap pola konsumsi rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar. Hubungan negatif ini menunjukkan bahwa uang saku yang tinggi dapat membuat pola konsumsi mahasiswa menjadi irrasional. Semakin tinggi uang saku yang diberikan oleh orang tua maka akan mendorong perilaku boros dan cenderung menggunakan uang sakunya untuk

berfoya-foya akibat dari gaya hidup yang mengikuti tren apabila tidak mengikuti trend masa kini mereka akan dicap kuno dan ketinggalan zaman. Salah satu contoh mahasiswa akan lebih ingin memenuhi keinginan dan hawa nafsu mereka dengan membeli HP terbaru agar nampak tren dan kekinian dibandingkan membeli buku-buku perkuliahan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa uang saku tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi rasional. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Fiqriyah dkk yang menunjukkan bahwa variabel uang saku berpengaruh positif dan signifikan terhadap rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang; keterbatasan uang saku akan meningkatkan kemampuan dalam mengelolanya dengan kemampuan pengelolaan uang saku yang tinggi maka rasionalitas perilaku konsumsi mereka juga akan tinggi. Rasionalitas perilaku konsumsi siswa kelas X IIS MAN 1 Malang dapat dilihat dari prioritas mereka dalam membeli suatu barang, dimana mereka lebih mengutamakan membeli kebutuhan daripada keinginan mereka. (Faqriyah, et al, 2016) Sedangkan untuk kasus ini mahasiswa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar, uang saku tidak dijadikan sebagai penentu rasionalitas dalam perilaku konsumsi. Terbatasnya atau tidaknya uang saku yang diterima tidak membuat mereka menjadi rasional terhadap pengambilan keputusan dalam konsumsi. Hal ini disebabkan karena mahasiswa yang memiliki keterbatasann uang saku atau lebih itu tidak menjamin bahwa mereka tidak mampu mengelola uang saku mereka secara tepat ini disebabkan selama perkuliahan mereka diajarkan bagaimana cara mengelola keuangan dengan baik sehingga hal ini mampu meningkatkan literasi keuangan yang tentunya akan berdampak pada rasionalitas dalam perilaku konsumsi.

Kajian ekonomi konvensional mengungkapkan manusia dikatakan rasional secara ekonomi jika memaksimalkan utilitynya bagi konsumen sedangkan profit/keuntungan bagi produsen. Berbeda halnya dalam ekonomi Islam, baik produsen ataupun konsumen, akan memaksimalkan mashlahahnya. Rasionalitas dalam ekonomi Islam cakupan dimensinya jauh lebih luas jika dibandingkan dengan ekonomi konvensional. Rasionalitas dalam ekonomi Islam dijadikan sebagai dasar perilaku umat Islam dengan mempertimbangkan kepentingan pribadi, sosial, dan peribadatan kepada Allah SWT.

Konsep rasionalitas dalam ekonomi konvensional lebih cenderung menggambarkan bahwa sesuatu dianggap rasional jika mengandung keuntungan material bagi dirinya. Selain itu, masing-masing orang akan

berupaya memakai logikanya guna mendapatkan keuntungan yang maksimal dan sebesar-besarnya. Konsep rasionalitas dalam Islam didasarkan pada penggunaan akal dengan mengkombinasikan dengan aspek religiusitas yang bisa mengubah kehidupannya menjadi lebih baik. Dengan demikian, tercapainya kebahagiaan dan keuntungan tidak hanya untuk kepentingan pribadi melainkan kemaslahatan bersama secara menyeluruh. Jadi tujuan konsumsi dalam Islam bukan hanya mencari keuntungan semata tetapi juga untuk mendapatkan maslahah.

Rasionalitas dalam Islam haruslah berdasarkan aturan Islam sebagai berikut: (Agil, 1992)

1. Seorang konsumen muslim dikatakan rasional jikalau pengeluaran konsumsinya sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan anggarannya.
2. Seorang konsumen muslim dikatakan rasional jikalau pengeluaran konsumsinya bukan hanya untuk barang-barang duniawi semata, tetapi juga untuk kepentingan jalan Allah.
3. Seorang konsumen muslim dikatakan rasional jikalau tingkat konsumsinya lebih rendah dibanding dengan non muslim karena konsumsi dibatasi untuk barang-barang halal dan toyyib saja.
4. Seseorang dikatakan rasional jikalau mereka tidak menumpuk harta kekayaan dalam bentuk tabungan tetapi menyalurkannya dalam bentuk investasi atau dengan berzakat.

KESIMPULAN

Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap pola konsumsi rasional Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Alauddin Makassar. Itu artinya bahwa semakin religius seseorang maka perilaku konsumsi seseorang semakin rasional. Religiusitas inilah yang akan berfungsi sebagai pengendali perilaku konsumtif. Agama memiliki peran yang sangat besar dalam mengembangkan jiwa para remaja sehingga dapat mengendalikan dan mengontrol kehidupannya termasuk dari sifat konsumtif.

Uang saku berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pola konsumsi rasional. Hubungan negatif ini menunjukkan bahwa uang saku yang tinggi dapat membuat pola konsumsi mahasiswa menjadi irrasional. Semakin tinggi uang saku yang diberikan oleh orang tua maka akan mendorong perilaku boros dan cenderung menggunakan uang sakunya untuk berfoya-foya. Sedangkan pengaruh tidak signifikan disebabkan uang saku tidak dijadikan sebagai penentu rasionalitas dalam perilaku konsumsi. Terbatasnya atau

tidaknya uang saku yang diterima tidak membuat mereka menjadi rasional terhadap pengambilan keputusan dalam konsumsi..

REFERENSI

- al-Qaradhawi, Yusuf .Daurul Qiyam Wal Akhlaq Fil Iqtishodil Islami, Beirut : Al- Resalah, Lebanon, 1996.
- Agil, Syed Omar Syed. "Rationality in Economic Theory: A Critical Appraisal", Journal of Islamic Economics. Vol.2 No.2 (Juli 1989 – 1992),h.90
- Assadi Djamchid, "Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting Rules and Marketing Concepts", Cahiers du CEREN, 5,(Desember 2003),h.11
- Asyari, "Religiusitas dan Cultural Belief dalam Perilaku Ekonomi Muslim Minangkabau di Sumatera Barat",Disertasi (Padang: Program Pascasarjana Doktoral Ilmu Ekonomi Universita Andalas,2016).
- Aviyah, Evy dan Muhammad Farid. "Religiusitas, Kontrol Diri dan Kenakalan Remaja. Persona", Jurnal Psikologi Indonesia Vol. 3, No. 02, (Mei 2014), h. 126 – 129.
- Bawono, Anton. "Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim", Vol. 8, No. 2,(Desember 2014), h.289
- Chamid, Nur. Jejak Langkah Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam ,Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Departemen Pendidikan Nasional, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Jakarta: Balai Pustaka, 2008
- Fiqriyah, Rizky et al." Pengaruh Pengelolaan Uang Saku, Modernitas, Kecerdasan Emosional, Dan Pemahaman Dasar Ekonomi Terhadap Rasionalitas Perilaku Konsumsi Siswa Kelas X Iis Man 1 Malang", Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol.09, No.1, (2016), h. 5
- Jalaluddin,. Psikologi Agama ,Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005
- James, Michael. Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga, Jakarta: Ghalia, 2001.
- Karim, Adiwarmarman. Ekonomi Mikro Islami, Jakarta: RajawaliPress, 2012.
- Mokhlis, Safiek. "Consumer Religiosity and the Importance of Store Attributes", The Journal of Human Resource and Adult Learning Vol. 4, Num. 2, (December 2008),h.130
- Sari, Novita Erliana dan Dwi Nila Andriani. "Hubungan Jumlah Uang Saku Dengan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Di Kota Madiun", Jurnal Pendidikan Ekonomi UM Metro Vol.6. No.2 (2018), h.83

AT TAWAZUN, Volume 2 Nomor 1, April 2022: 1-15

<http://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/attawazun/index>

Publisher: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar

Schiffman & Kanuk, L.,. Consumer Behaviour. New Jeraey : Prentice Hall, 2010.

Sukirno, Sadono. Makroekonomi Teori Pengantar, Jakarta: Rajawalipers,2016

Wibowo, Sukarno ,dan Dedi Supriadi. Ekonomi Mikro Islam, Bandung: pustaka setia, 2013