

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Konsumsi merupakan pengeluaran seseorang untuk membeli barang dan jasa. Faktor utama yang menentukan konsumsi seseorang akan barang dan jasa adalah tingkat pendapatan konsumen tersebut. Tingkat pendapatan berpengaruh positif, dalam arti apabila pendapatan seseorang naik maka pengeluaran konsumsinya juga akan mengalami kenaikan, begitu pula sebaliknya. Konsumsi adalah kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang ataupun jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Konsumsi adalah pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga atas barang dan jasa dengan tujuan memenuhi kebutuhan orang yang melakukan pekerjaan (Umanailo *et al.*, 2018). Dalam sebuah perekonomian, konsumsi adalah kegiatan menghabiskan *utility* (nilai guna) barang dan jasa. Barang meliputi barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang tidak tahan lama seperti makanan tanpa pengawet. Didalam kehidupannya, sejak awal manusia selalu dituntut untuk bekerja guna memenuhi kebutuhan hidupnya.

Dan setiap rumah tangga tidak akan terlepas dari perilaku konsumsi, baik digunakan untuk memenuhi kebutuhan primer, sekunder maupun penyempurna guna keberlangsungan hidup rumah tangganya (Rumondang *et al.*, 2020). Kebutuhan makanan bertujuan menolak rasa lapar serta bertujuan untuk kelangsungan hidup, kebutuhan pakaian dan tempat tinggal untuk menolak rasa

panas, dingin dan kerusakan. Konsumsi telah diatur dalam Al-qur'an sebagai mana firman Allah dalam Qs. Al-Baqarah (2) 173 :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ
رَّحِيمٌ ۝

Artinya : *"Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh, Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang."*

Dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhannya, Rasulullah tidak rakus dan melarang sikap rakus dalam konsumsi, sebagaimana sabdanya:

Dari Zakaria bin Abi Zaidah dari al-Sya'bi berkata: saya mendengar Nu'man bin basyir berkata di atas mimbar dan ia mengarahkan jarinya pada telinganya, saya mendengar Rasul SAW bersabda: halal itu jelas, haram juga jelas, diantara keduanya itu subhat, kebanyakan manusia tidak mengetahui, maka barang siapa menjaga diri dari barang subhat, maka ia telah bebas untuk agama dan kehormatannya, barang siapa yang terjerumus dalam subhat maka ia seperti penggembala disekitar tanah yang dilarang yang dikhawatikan terjerumus. Ingatlah sesungguhnya bagi setiap pemimpin daerah larangan. Larangan Allah adalah yang diharamkan oleh Allah, ingatlah bahwa sesungguhnya dalam jasad terdapat segumpal daging , jika baik maka baiklah seluruhnya, jika jelek maka jeleklah seluruh tubuhnya, ingatlah itu adalah hati. (HR. Muttafaqun Alaih).

Senada dengan hal itu, Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang mengutamakan keinginan dibanding kebutuhan sehingga sulit untuk dikendalikan, dimana manusia terus menerus berusaha memenuhi hasratnya untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik berupa

barang, makanan, gaya/penampilan. Menteri Perdagangan tahun 2020, yaitu Thomas Trikasih Lembong mengatakan bahwa 50 persen masyarakat Indonesia hidup sangat konsumtif, hal itu membuat masyarakat Indonesia tidak lagi berfikir panjang dalam berbelanja sehingga mengabaikan mutu dan produk yang akan dikonsumsi.

Di sisi lain, perilaku konsumtif cenderung hanya dinikmati oleh kalangan kaya. Menurut Nadia & Syafri (2019), pertumbuhan ekonomi di Indonesia saat ini lebih dinikmati oleh 20 % masyarakat terkaya, sedangkan 80 % penduduk masih tertinggal. Kemajuan teknologi di era revolusi industri 4.0 ini juga membuat masyarakat semakin konsumtif, kemudahan mengakses market place membuat masyarakat semakin mudah dalam berbelanja. Hal ini diamini oleh Presiden Republik Indonesia Joko Widodo yang mengatakan bahwa masyarakat Indonesia semakin konsumtif dengan adanya market place (Lestari, 2020).

Senada dengan hal itu, Menteri Sosial pada tahun 2017, Khofifah Indar Parawansa mengatakan bahwa belanja online menyumbang sifat konsumtif masyarakat Indonesia. Bahkan menurut beliau, sifat konsumtif (pemakaian barang secara berlebihan) membuat rasa kesetiakawanan dan solidaritas antar sesama maupun rasa solidaritas kepada yang miskin maupun yang kurang beruntung menjadi berkurang. Faktor internal yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yakni faktor agama atau religiusitas.

Religiusitas merupakan sebagai keberagamaan, yang berarti adanya unsur internalisasi agamanya dengan dirinya (Wulandari, 2021). Agama yakni memiliki peranan penting dalam pembinaan moral karena nilai-nilai moral yang datang dari agama akan tetap dan bersifat universal. Apabila seseorang dihadapkan dengan masalah maka seseorang akan menggunakan pertimbangan-pertimbangan berdasarkan nilai moral yang datang dari agama. Dimanapun orang

itu berada dan diposisi manapun mereka berada, dia akan memegang prinsip moral yang telah ditanam dalam hati nuraninya.

Seseorang yang makin mengidentifikasi diri dengan agama dianutnya akan semakin besar kemungkinan terkena pengaruhnya. Dimana keyakinan beragama menjadi bagian integral dari kepribadian keyakinan seseorang. Sehingga keyakinan itu akan mengawasi segala perbuatan, perkataan, bahkan perasaannya. Ketika seseorang tertarik sesuatu maka keimanannya akan menimbang dan meneliti apakah itu baik atau tidak oleh agamanya. Dalam pemenuhan kebutuhan, ibu rumah tangga merupakan kelompok yang memiliki peran penting dalam pembelian suatu barang (Desriane, 2021).

Karena peranan ibu rumah tangga dalam keluarga merupakan pembeli utama yang banyak melakukan pembelanjaan untuk kebutuhan rumah tangganya. Dapat dikatakan ibu rumah tangga merupakan agen pembelian. Dalam rumah tangga, ibu juga memiliki peran untuk memegang uang serta mengatur pengeluaran. Sehingga dari keadaan inilah sedikit banyak yang mendorong ibu rumah tangga untuk berperilaku konsumtif. Dan wanita sering menggunakan emosi dalam berbelanja.

Untuk membeli suatu barang maupun jasa sangat diperlukan suatu pendapatan. Sehingga faktor lingkungan sekitar yang juga dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan aktivitas perilaku konsumtif yakni faktor ekonomi yang meliputi pendapatan. Pendapatan merupakan balas jasa yang diterima seseorang atau sebagai tenaga kerja (Fajirin & Indrarini, 2021). Pendapatan berperan penting dalam menentukan tingkat konsumtif masyarakat. Banyaknya jumlah rumah tangga serta pemeluk agama Islam yang ada di Kota Medan, bahwa besar kecilnya terkait pendapatan, cara pandang dan tingkat emosi dalam perilaku konsumtif yang dilakukan oleh ibu rumah tangga tidak sama dengan individu satu dengan yang lainnya.

Menurut Keynes, terdapat hubungan antara pengeluaran konsumsi dan pendapatan , di mana pengeluaran konsumsi dan pendapatan dinyatakan dalam tingkat harga konstan. Pendapatan yang mempengaruhi konsumsi adalah pendapatan nasional yang terjadi saat ini, bukan pendapatan nasional yang lalu ataupun yang diramalkan. (Suparmono, 2004 : 74) Dari data pendapatan di berbagai negara, termasuk di negara kita, dengan nyata dapat dilihat bahwa konsumsi rumah tangga merupakan komponen yang sangat penting dalam perbelanjaan.

Di kebanyakan negara konsumsi rumah tangga meliputi di sekitar 60-70 persen dari pendapatan nasional. Konsumsi tersebut meliputi pengeluaran rumah tangga untuk membeli kebutuhankebutuhan hidupnya seperti makanan dan minuman, pakaian, kendaraan, sewa rumah, hiburan, pendidikan dan perobatan. (Sukirno, 2000 : 96). Setiap rumah tangga tidak jarang memiliki perbedaan terkait pendapatan dalam mempengaruhi pola konsumtif mereka.

Perbedaan tersebut dapat dilihat dari besar kecilnya total konsumtif yang dikeluarkan. Sehingga dari adanya perbedaan pendapatan tersebut, akan mempengaruhi fungsi konsumtif setiap individu, rumah tangga atau kelompok. Seperti halnya perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim yang ada di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Medan. Dimana ibu rumah tangga yang ada di kecamatan-kecamatan yang ada di Kota Medan dalam memenuhi kebutuhan atau kelangsungan hidup, mereka melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi, dapat ditampilkan dalam tabel berikut ini :

Tabel 1.1
Jumlah Rumah Tangga diBeberapa Kecamatan-Kecamatan di Kota Medan Tahun 2021

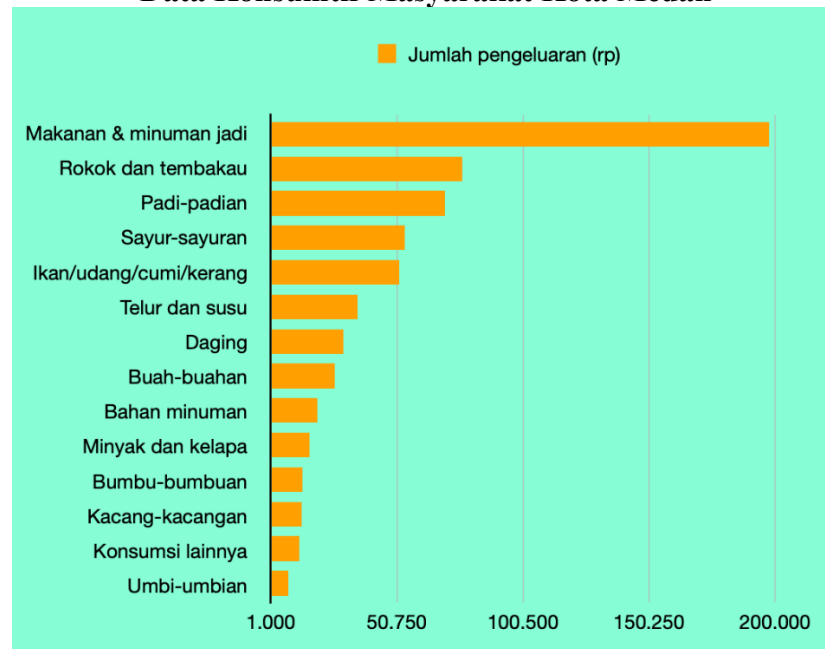
Wilayah	JumlahRumahTangga
Medan Tuntungan	21.544
Medan Johor	32.177
Medan Marelan	39.045
Medan Denai	34.159
Medan Belawan	24.268
Medan Kota	19.966

Wilayah	JumlahRumahTangga
Medan Maimun	9.842
Medan Polonia	15.047
Medan Tembung	33.574
Medan Deli	44.446
Medan Labuhan	28.804
JUMLAH	302.872

Sumber : www.medankota.bps.go.id

Berdasarkan data tabel 1.1 yang diketahui bahwa pada tahun 2021, menurut Badan Pusat Statistik Kota Medan. Di Kota Medan memiliki jumlah rumah tangga dari yang tersedikit sebanyak 9.842 di Kecamatan Medan Maimun sampai yang terbanyak di Kecamatan Medan Deli sebanyak 44.446.

Tabel 1.2
Data Konsumtif Masyarakat Kota Medan



Sumber : www.medankota.bps.go.id

Berdasarkan data tabel 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa konsumtif masyarakat di Kota Medan paling banyak pada makanan dan minuman jadi sebesar 195.890, rokok dan tembakau

sebesar 65.725, padi-padian sebesar 64.890, sayur-sayuran sebesar 52.175, ikan/udang/cumi/kerang sebesar 50.750, telur dan susu sebesar 46.621, daging sebesar 45.874, buah-buahan sebesar 44.945, bahan minuman sebesar 42.762, minyak dan kelapa sebesar 40.637, bumbu-bumbuan sebesar 38.315, kacang-kacangan sebesar 38.123, konsumsi lainnya sebesar 37.923, umbi-umbian sebesar 25.773.

Penelitian yang dilakukan oleh Bukhari *et al.*, (2022) menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi tingkat pendapatan masyarakat, maka semakin tinggi juga tingkat perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti bahwa pola perilaku konsumtif masyarakat dalam menggunakan atau membelanjakan uang yang mereka miliki salah satunya adalah dengan adanya pendapatan. Bahwasannya pada saat ini memiliki pendapatan cenderung akan berbelanja online.

Sebaliknya bagi masyarakat yang berpendapatan rendah biasanya tidak akan banyak melakukan kegiatan konsumsi karena daya belinya juga rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Rahmat *et al.*, (2020) yang menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh negatif terhadap perilaku konsumtif. Semakin tinggi nilai religiusitas masyarakat, maka tingkat perilaku konsumtif masyarakat akan semakin rendah. Adanya keyakinan terhadap agama membentuk seorang dengan nilai dan norma yang ada sehingga paham akan konsumsi sesuai takaran serta harus mempertimbangkan manfaatnya, sehingga terhindar dari perilaku konsumtif.

Permasalahan yang dilihat dari latar belakang, konsumsi berhubungan erat dengan pendapatan dan tingkat religiusitas seseorang, pendapatan keluarga juga berpengaruh dalam pengeluaran konsumsi rumah tangga karna semakin tinggi pendapatan maka semakin tinggi pula jumlah konsumsinya, dan tingkat religiusitas sangat berpengaruh terhadap pengeluaran konsumsi rumah tangga, karna religiusitas akan menekan sifat konsumtif manusia. Sehingga berdasarkan

latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan Dan Religiusitas Terhadap Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Muslim Di Kota Medan”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Dalam hal ini, yang menjadi identifikasi masalah yakni dalam memenuhi kebutuhan. seseorang membutuhkan penghasilan agar dapat mencukupi kebutuhannya. Pendapatan rumah tangga memiliki tingkat pendapatan yang berbeda. Dalam rumah tangga, individu yang sering melakukan agen pembelian yaitu ibu rumah tangga, dari hal itu ibu rumah tangga akan cenderung melakukan konsumsi untuk rumah tangganya. Dan religiusitas setiap individu dapat menimbulkan masalah dalam perilaku konsumtif.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan?
2. Apakah religiusitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan?
3. Apakah pendapatan dan religiusitas secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan?

1.4 Batasan Masalah

Penelitian ini mengkaji mengenai perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan khususnya kecamatan medan deli sampai medan marelان. Penelitian ini membatasi masalah dengan memfokuskan pada pengaruh pendapatan dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim. Penelitian ini hanya berfokus pada ibu-ibu rumah tangga muslim di Kota Medan khususnya Kecamatan Medan Deli sampai Medan Marelan. Peneliti tidak akan meneliti di luar cakupan tersebut.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji secara empiris pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan.
2. Untuk menguji secara empiris pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumtif ibu rumah tangga muslim di Kota Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Ibu Rumah Tangga

Diharapkan bagi ibu rumah tangga dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan sebelum bertindak memilih serta memilah berbagai jenis barang maupun jasa yang ada di masyarakat dalam melakukan kegiatan perilaku konsumtif.

2. Bagi Universitas

Diharapkan mampu memberikan tambahan wawasan dalam bidang ekonomi terkait pengembangan ilmu pengetahuan serta penganalisaan bagi semua orang khususnya bagi semua Mahasiswa Universitas Potensi Utama terkait tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif rumah tangga.

3. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat mendapat gelar sarjana pada Prodi Ekonomi Syariah Universitas Potensi Utama, dan juga menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam membuat proposal yang salah satunya untuk membantu dalam proses penyusunan skripsi penulis nantinya.

1.7 Sistematika Penyusunan Skripsi

Untuk memberi gambaran secara garis besar mengenai penelitian ini maka disusunlah sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penyusunan skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian teoritis dan penelitian terdahulu yang mendukung mengenai masalah yang diteliti dalam penelitian ini. Selain itu bab ini berisi kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini akan menguraikan tentang jenis dan sumber data, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel dan aspek pengukuran variabel, teknik pengumpulan data, uji instrumen penelitian, teknik pengolahan & analisis data, serta jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan mengenai hasil dari proses analisa data yang dilakukan selama penelitian. Yang meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data dan interpretasi hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjabarkan tentang kesimpulan secara keseluruhan dari hasil penelitian dan saran yang perlu di sampaikan.