

**ANALISIS POLA KONSUMSI ISLAMI
MASYARAKAT DI KOTA SEMARANG**

**Suryani Sri Lestari¹⁾, Iwan Budiyo²⁾, Siti Mutmainah³⁾, Siti Hasanah⁴⁾,
Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Semarang, Tembalang, Semarang
50275**

**Email: aiti_239@yahoo.com¹⁾,
gusone84@gmail.com²⁾, imut.polines@yahoo.co.id³⁾, hsnpoetry@gmail.com⁴⁾**

Abstract

Consumption patterns of Muslim-majority Indonesia should follow the five principles, namely justice, cleanliness, simplicity, generosity and morality. This study entitled "Analysis of Consumption Pattern of Islamic Communities in Semarang" aims to (1) determine the implementation of Islamic consumption pattern in the study area; (2) determine whether there are differences in the implementation of Islamic consumption patterns in the Muslim communities in the study area; (3) determine the interest of Muslim society to improve the quality of implementation of Islamic consumption patterns in the research area. Collecting data in this study conducted by taking a sample of 114 respondents in the research area in the district and sub-district Tembalang Ngaliyan Semarang. Reliability and validity testing is used to test the research instruments. The analytical method used in this study is the frequency distribution and the grand mean. The results of this study can be concluded that (1) Respondents in the two districts in the city of Semarang, namely District Tembalang and the District Ngaliyan strongly agree with the implementation of consumption patterns Islami, (2) No significant difference to the implementation of the consumption patterns of Islamic between subdistricts Tembalang and sub Ngaliyan Semarang, (3) Respondents in the study areas have a high interest to improve the implementation of Islamic consumption patterns.

Keywords: *Islam, Consumption, patterns, Community, principle*

Abstrak

Pola konsumsi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim seharusnya mengikuti lima prinsip, yaitu adanya keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Penelitian ini mengambil judul " Analisis Pola Konsumsi Islami Masyarakat di Kota Semarang" ini bertujuan untuk (1) mengetahui implementasi pola konsumsi yang Islami di wilayah penelitian; (2) mengetahui apakah ada perbedaan implementasi pola konsumsi yang Islami pada masyarakat muslim di wilayah penelitian; (3) mengetahui minat masyarakat muslim untuk meningkatkan kualitas implementasi pola konsumsi yang Islami di wilayah penelitian. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan mengambil sampel sebanyak 114 responden di wilayah penelitian di kecamatan Tembalang dan kecamatan Ngaliyan kota Semarang. Uji reliabilitas dan validitas digunakan untuk menguji instrumen penelitian. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah distribusi frekuensi dan *grand mean*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa (1) Responden di dua kecamatan di kota Semarang yaitu Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Ngaliyan sangat setuju dengan pelaksanaan pola konsumsi yang Islami, (2) Tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap implementasi pola konsumsi yang Islami antara kecamatan Tembalang dan kecamatan Ngaliyan kota Semarang, (3) Responden di wilayah penelitian mempunyai minat yang tinggi untuk meningkatkan implementasi pola konsumsi yang Islami.

Kata Kunci: *Islami, Konsumsi, Pola, masyarakat, prinsip*

Pendahuluan

Sebutan konsumen tidak terbatas pada orang dewasa tetapi juga kaum remaja maupun anak-anak. Mereka berusaha untuk dapat memuaskan kebutuhannya dengan beragam pilihan. Kondisi ini dapat dibaca dengan jelas oleh industri, sehingga kemudian industri berusaha untuk dapat memenuhi segala kebutuhan baik barang maupun jasa dengan beragam pilihan pula. Bila diperhatikan perkembangan yang ada saat ini, pola konsumerisme sudah demikian menggejala di Indonesia. Para produsen gencar memasang iklan untuk memasarkan produknya sedemikian menariknya. Konsumen tidak lagi hanya berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang primer saja akan tetapi kebutuhan sekunder dan tertier akan semakin mendominasi seiring dengan meningkatnya pendapatan. Karena itu kemudian muncul berbagai mode dengan frekuensi yang semakin sering, seperti pada industri *fashion*, *handphone*, mobil dan lain-lain. Dalam dunia fashion misalnya, kebutuhan orang terhadap baju tidak lagi hanya untuk melindungi tubuh dari cuaca panas, dingin dan sebagainya, tetapi kebutuhan orang lebih menonjol pada pilihan warna, model, corak, maupun *up-to date*-nya (kekiniannya). Pada industri mobil, fungsi mobil tidak hanya terbatas sebagai alat transportasi, tetapi akan dieliminir oleh fungsi yang lain. Sehingga konsumen akan mempertimbangkan bagaimana model mobil tersebut, harganya, kecepatannya, fasilitas yang disediakan dan sebagainya. Kebutuhan primer merupakan hal yang pasti tersedia bukan lagi sebagai pertimbangan utama. Sedangkan kebutuhan akan image, harga diri dan lain-lain yang justru lebih ditonjolkan dengan semakin meningkatnya pendapatan seseorang. Dengan demikian pola konsumsi yang konsumerisme saat ini semakin menggejala.

Berdasarkan informasi Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa tengah pada ‘Indikator Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Tengah tahun 2017-2018’, rata-rata pengeluaran per kapita sebulan menurut jenis pengeluaran di Provinsi Jawa Tengah, secara keseluruhan mengalami kenaikan dari tahun 2016 ke tahun 2017. Perubahan pendapatan seseorang akan berpengaruh pada pergeseran pola konsumsi. Semakin tinggi pendapatan, cenderung akan semakin tinggi konsumsi untuk bukan makanan. Pergeseran pola konsumsi terjadi karena elastisitas

permintaan terhadap makanan pada umumnya rendah, sebaliknya elastisitas permintaan terhadap barang bukan makanan pada umumnya tinggi. Keadaan ini jelas terlihat pada kelompok penduduk yang tingkat konsumsi makanannya sudah mencapai titik jenuh, sehingga peningkatan pendapatan akan digunakan untuk memenuhi kebutuhan bukan makanan atau ditabung, seperti terlihat pada tabel 1 berikut:

Tabel 1:

Rata-rata Pengeluaran Per kapita Sebulan Menurut Jenis Pengeluaran dalam Rupiah dan Persentase di Provinsi Jawa Tengah tahun 2016 – 2017

Jenis Pengeluaran	Pengeluaran rata-rata Per Kapita Sebulan			
	Nominal (Rp)		Persentase	
	2016	2017	2016	2017
Makanan	371.605	403.523	49,73	52,78
Bukan Makanan	385.115	361.015	50,27	47,22
Perumahan	176.488	162.225	23,32	21,22
Barang dan Jasa	103.137	92.114	13,63	12,05
Pakaian	21.878	20.763	2,89	2,72
Barang Tahan Lama	50.234	52.064	6,64	6,81
Lainnya	33.378	33.849	4,41	4,43
Jumlah	756.720	764.539	100	100

Sumber: Publikasi Pengeluaran Untuk Konsumsi Penduduk Jawa Tengan 2017, <https://jateng.bps.go.id>

Menurut Abdul Mannan pola konsumsi yang Islami mengandung lima prinsip, yaitu adanya keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Akan tetapi pola konsumsi yang demikian sepertinya mulai bergeser di Indonesia. Padahal seperti diketahui bahwa masyarakat muslim di Indonesia jumlahnya paling banyak jika dibandingkan dengan masyarakat non muslim.

Berdasarkan latar belakang dan argumen tersebut maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi pola konsumsi yang Islami masyarakat muslim di wilayah penelitian;

2. Apakah ada perbedaan implementasi pola konsumsi yang Islami pada masyarakat muslim di wilayah penelitian;
3. Bagaimana minat masyarakat muslim untuk meningkatkan kualitas implementasi pola konsumsi yang Islami di wilayah penelitian.

Penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menganalisis implementasi pola konsumsi yang Islami masyarakat muslim di wilayah penelitian;
2. Untuk menganalisis perbedaan implementasi pola konsumsi yang Islami pada masyarakat muslim di wilayah penelitian;
3. Untuk mengetahui minat masyarakat muslim dalam meningkatkan kualitas implementasi pola konsumsi yang Islami di wilayah penelitian.

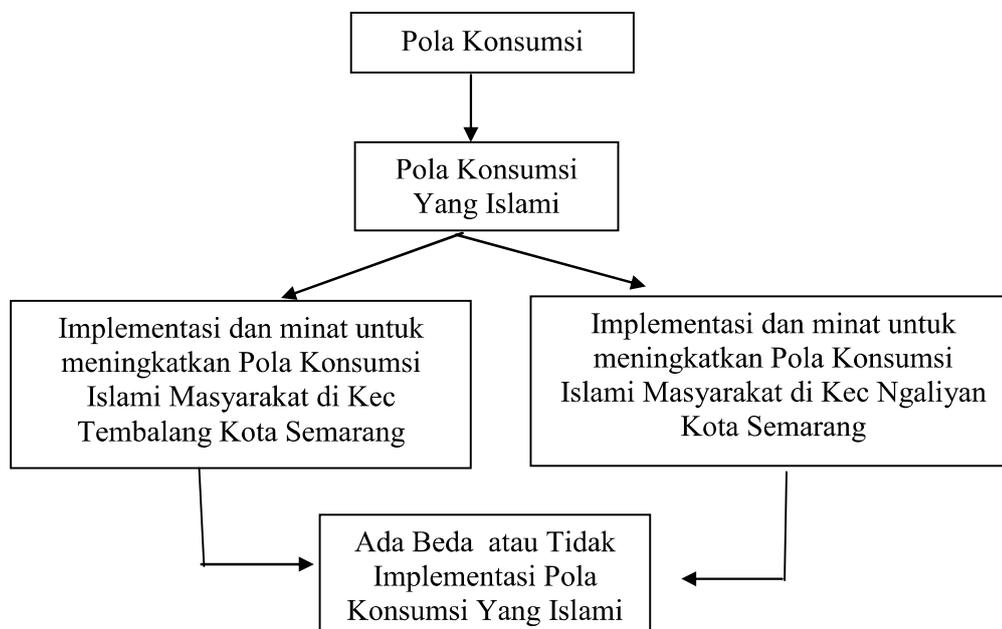
Metode Penelitian

Pengumpulan data primer dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan Cluster sampling, dimana menurut *Sugiyono* digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti sangat luas maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan. Populasi penelitian ini meliputi masyarakat muslim di Kota Semarang dengan mengambil 2 kecamatan yaitu kecamatan Tembalang dan kecamatan Ngaliyan, dari 16 kecamatan yang ada. Berdasarkan informasi dari BPS Kota Semarang tahun 2018, Kecamatan Tembalang berpenduduk sejumlah 206.271, dimana 178.302 orang beragama Islam. Pada Kecamatan Ngaliyan, berpenduduk sejumlah 162.622, dimana yang muslim sebanyak 144.509. Dengan demikian total populasi sejumlah 222.811 orang. Dalam menentukan besarnya sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan **metode Slovin**. Metode penulisan laporan menggunakan metode deskriptif analitis, yaitu memaparkan hasil penelitian dengan menyertakan analisa kualitatif.

Variabel penelitian Pola Konsumsi Islami yang digunakan adalah variable yang dikemukakan oleh *Abdul Mannan* meliputi (1) variable prinsip keadilan, (2)

variable prinsip kebersihan, (3) variabel kesederhanaan, (4) variabel kemurahan hati, dan (5) variabel moralitas.

Adapun Kerangka Pemikiran Penelitian ini adalah:



Gambar 1: Kerangka Pemikiran Penelitian Pola Konsumsi Islami di Kota Semarang

Hasil dan Pembahasan

Responden pada penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu 57 responden dari Kecamatan Tembalang dan 57 responden dari Kecamatan Ngaliyan di Kota Semarang. Berdasarkan hasil tabulasi data terlihat bahwa hampir semua responden berpenghasilan per bulan di bawah Rp 3.000.000, dimana di Kecamatan Tembalang sebanyak 83% dan di Kecamatan Ngaliyan sebesar 84%.

Selain itu hampir semua responden paham terhadap konsep agama Islam, dimana di Kecamatan Tembalang sebanyak 68% dan di Kecamatan Ngaliyan sebesar 74%. Berdasarkan informasi kuesioner terlihat bahwa sebagian responden aktif pada kegiatan di masjid/pengajian/agama, dimana sebesar 28% di kedua kecamatan Tembalang dan Ngaliyan. Di kedua Kecamatan tersebut didominasi oleh responden yang kurang aktif pada kegiatan di Masjid/Pengajian/Agama.

Uji instrumen penelitian dilakukan masing-masing di Kec. Tembanlang dan Kec Ngaliyan dengan dua pendekatan, yaitu uji reliabilitas/*reliability* dan uji validitas/*validity*. Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kehandalan instrumen penelitian yang digunakan dalam sample penelitian yang dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Sedangkan uji validitas digunakan untuk menguji kesesuaian item pertanyaan apakah mewakili variabelnya, yang dilakukan dengan menggunakan *Korelasi Product Moment*. Adapun instrumen penelitian yang digunakan pada pola konsumsi yang Islami sebagai berikut:

Tabel 2 Variabel dan indikator Penelitian Pola Konsumsi yang Islami (*Abdul Mannan*)

PRINSIP KEADILAN	
1	Mengonsumsi barang/jasa yang halal
2	Mengonsumsi barang/jasa yang tidak membahayakan moral dan spiritual kecuali darurat
3	Tidak pelit/kikir dalam mengonsumsi barang/jasa
PRINSIP KEBERSIHAN	
1	Mengonsumsi barang/jasa yang baik
2	Mengonsumsi barang/jasa yang bersih
3	Mengonsumsi barang/jasa yang bermanfaat
4	Mengonsumsi barang/jasa yang tidak menjijikkan
PRINSIP KESEDERHANAAN	
1	Mengonsumsi barang/jasa tidak berlebih-lebihan
2	Mengonsumsi barang/jasa tidak rakus
3	Mengonsumsi barang/jasa tidak serakah
4	Mengonsumsi barang/jasa sesuai dengan kebutuhannya
PRINSIP KEMURAHAN HATI	
1	Mengonsumsi barang/jasa untuk kelangsungan hidup
2	Mengonsumsi barang/jasa untuk kesehatan yang lebih baik
3	Mengonsumsi barang/jasa untuk menunaikan perintah Allah SWT.
PRINSIP MORALITAS	
1	Mengonsumsi barang/jasa dengan menyebut nama Allah sebelum makan
2	Mengonsumsi barang/jasa dengan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan
3	Mengonsumsi barang/jasa merupakan perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia

Hasil Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Alpha, dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5%. Indikator kehandalan akan ditunjukkan dengan nilai alpha yang

semakin tinggi. Dari tabel di atas terlihat bahwa **instrumen yang digunakan dalam penelitian ini handal dengan nilai alpha lebih besar dari 0,6**. Hal ini berarti tidak ada keberatan yang signifikan dari penggunaan instrumen penelitian dalam penelitian yang dilakukan.

Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas digunakan dengan melihat keeratan hubungan antar item pertanyaan dalam instrumen penelitian. Indikator validitas ditunjukkan dengan semakin eratnya hubungan antar item tersebut terhadap variabelnya (homogen). *Korelasi product moment* digunakan untuk pengujian keeratan antar item tersebut. Pada penelitian ini **uji validitas menunjukkan valid setelah dibandingkan dengan r table, dimana nilai korelasinya lebih besar dari 0,2609**. Dengan demikian seluruh *item* instrumen penelitian tersebut valid dalam mengukur variabelnya.

Analisis Pola Konsumsi yang Islami

Tanggapan masyarakat muslim di Kota Semarang terhadap implementasi pola konsumsi yang Islami dilakukan dengan melihat skor dari jawaban yang diperoleh dari responden dari setiap instrumen penelitian yang ditanyakan. Kemudian perhitungan dilakukan dengan melihat grand mean dari skor yang diperoleh responden dari setiap instrumen penelitian yang ditanyakan. Pengukuran variabel menggunakan skala *Linkert* (skala 5) tetapi jawaban yang berada di tengah (cukup) dihilangkan dalam upaya menghindari jawaban yang tidak jelas. Pada implementasi pola konsumsi yang Islami terdapat 4 alternatif jawaban, yaitu: Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Setuju dan Sangat Setuju, masing-masing dengan skor 1, 2, 3, dan 4. Untuk mengetahui bagaimana minat masyarakat muslim untuk meningkatkan implementasi pola konsumsi yang Islami digunakan skor 1, 2, 3, dan 4 pula dengan 4 alternatif jawaban sebagai berikut: Sangat Tidak Minat, Tidak Minat, Minat, Sangat Minat.

Simpulan

Dari penelitian “Analisis Pola Konsumsi Islami Masyarakat di Kota Semarang” dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari perhitungan score implementasi pola konsumsi yang Islami pada tabel terlampir dapat dilihat bahwa secara umum para responden di dua kecamatan di kota Semarang yaitu Kecamatan Tembalang dan Kecamatan Ngaliyan sangat setuju dengan pelaksanaan pola konsumsi yang Islami, dengan menegakkan prinsip keadilan, kebersihan kesederhanaan, keurahan hati, serta moralitas. Secara rata-rata skor implementasi pola konsumsi yang Islami di Kecamatan Tembalang Semarang lebih tinggi dari kecamatan Ngaliyan Semarang, meskipun tingkat pemahaman terhadap agama di kecamatan Ngaliyan lebih tinggi dari kecamatan Tembalang. Implikasi dari simpulan ini dapat dinyatakan bahwa tingkat pemahaman agama yang semakin tinggi perlu diaplikasikan dalam pola konsumsi yang lebih Islami.
2. Tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap implementasi pola konsumsi yang Islami antara kecamatan Tembalang dan kecamatan Ngaliyan kota Semarang, khususnya terhadap pelaksanaan prinsip kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Namun ada perbedaan terhadap pelaksanaan prinsip keadilan di kedua wilayah penelitian.
3. Responden di wilayah penelitian mempunyai minat yang tinggi untuk meningkatkan implementasi pola konsumsi yang Islami.

Saran untuk penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan menggunakan obyek penelitian yang lebih spesifik. Misalnya mahasiswa muslim di Politeknik Negeri Semarang. Perlunya menindaklanjuti perbedaan yang signifikan kaitannya dengan pelaksanaan prinsip keadilan pada pola konsumsi yang Islami

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Afif, 12 Januari 2019, Analisis Pola Perilaku Konsumsi dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim pada Bulan Ramadhan, www.digilibfeb.ub.ac.id.
- Andika, Rahmat, 30 Maret 2019, <http://demafebiuinar.blogspot.com/2017/05/prinsip-konsumsi-dalam-islam.html>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah, *Indikator Kesejahteraan Rakyat Provinsi Jawa Tengah tahun 2017-2018*, <https://jateng.bps.go.id>

**Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat
Polines - 2019**

- Gani, Asep Haerul, 17 Januari 2019, *Konsumerisme: Kegagalan Ummat Menghayati Makna Shiyam*, www.dilibrary.net.
- Karim, Adiwarmanto, Oktober 2000, *Teori Ekonomi Islam*, makalah disampaikan pada *Shari'ate Economics Informal Study 1*, Kelompok Studi Ekonomi Islam, Undip Semarang.
- Lestari, Suryani Sri, *Persepsi Masyarakat Muslim Terhadap Implementasi Pola Konsumsi Yang Islami di Jawa Tengah*, Hasil penelitian tahun 2007.
- Mannan, Abdul, 1997, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktik*, Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Mooduto, M. Arie, Agustus 2003, *Islamic Banking, Does It Supplement or Substitution*, makalah disampaikan pada seminar nasional Kelompok Studi Ekonomi Islam, Undip, Semarang.
- Nugraheni, Anita, et al., Identifikasi Pola Perilaku Konsumsi Islam di Lingkungan Universitas Islam Bandung, *Prosiding Ilmu Ekonomi*, ISSN: 2460 6553.
- Putriani, Yolanda Hani, Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari Tingkat Religiusitas, *JESTT Vol. 2 No. 7 Juli 2015*, <https://e-journal.unair.ac.id>.
- Qardhawi, Yusuf, 1997, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press.
- Setiawan, Abdul Aziz, Februari 2006, *Pola Konsumsi Umat Islam*, Suara Hidayatullah, Edisi 10/XVIII, Jakarta.
- Sitepu, Novi Indriyani, Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia, *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam Volume 2 Nomor 1, Maret 2016*, ISSN. 2502-6976.
- Sugiyono, 2002, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Suprayitno, Eko., 2005. *Ekonomi Islam* (hlm. 92-95). Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2015.