

PENGARUH GAYA HIDUP DAN PEMAHAMAN POLA KONSUMSI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMSI SANTRI PONDOK PESANTREN AL-BAROKAH MANGUNSUMAN SIMAN PONOROGO

Nurma Fitrianna, Nia Khoniah

IAIN Ponorogo, Indonesia

Email: nurma@iainponorogo.ac.id, niakhoniah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman, Siman, Ponorogo. Peneliti dilakukan metode penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman dengan jumlah sampel sebanyak 109 responden yang mengisi kuesioner yang dibagikan kepada responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, sedangkan pemahaman pola konsumsi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman, Siman, Ponorogo.

Kata Kunci: gaya hidup, pemahaman, perilaku konsumsi.

Abstract

This study aims to determine the effect of lifestyle and understanding of Islamic consumption patterns on the consumption behavior of the students of Al-Barokah Mangunsuman Islamic Boarding School, Siman, Ponorogo. Researchers carried out quantitative research methods. The population in this study were students of the Al-Barokah Mangunsuman Islamic Boarding School with a total sample of 109 respondents who filled out the questionnaires distributed to respondents. The results of this study indicate that partially, lifestyle has a significant effect on consumption behavior, while understanding Islamic consumption patterns has no significant effect on consumption behavior of students at Al-Barokah Mangunsuman Islamic Boarding School, Siman, Ponorogo.

Keywords: *lifestyle, understanding, consumption behavior.*

Pendahuluan

Dalam upaya memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia pasti melakukan konsumsi. Konsumsi yang dilakukan akan berbeda dari satu manusia dengan yang lain, yang biasa disebut dengan perilaku konsumsi. Seperti yang diungkapkan oleh Smith yaitu manusia merupakan makhluk ekonomi yang cenderung tidak pernah mencapai tingkat kepuasan dan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (*self*

interest) (Iskandar dan Rahmayanti 2018). Pendapat ini memberikan pengertian bahwa perilaku konsumsi manusia cenderung tidak terbatas dan tidak rasional jika hanya menuruti keinginannya saja. Namun demikian, ada faktor-faktor lain yang akan membedakan perilaku konsumsi manusia dalam kehidupannya sehari-hari. Sehingga akan ada manusia yang rasional dan tidak rasional dalam melakukan konsumsi.

Pada dasarnya kebutuhan manusia ada tiga yaitu kebutuhan primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tersier (*tahsiniyyat*). Kebutuhan sekunder setiap manusia bisa saja berbeda. Sedangkan kebutuhan primer manusia menurut Shihab sejak dulu hingga sekarang tidak berubah yaitu sandang, pangan, dan papan (Harahap, 2015). Kebutuhan tersebut yang menjadi motivasi manusia untuk memenuhi kebutuhan. Ada sebagian orang yang terlalu berlebihan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, namun ada juga yang terlalu hemat hingga terlalu kikir dalam mengonsumsi sesuatu. Dalam ekonomi konvensional, konsumsi manusia dinilai hanya untuk memperoleh kepuasan (*utility*). Secara bahasa *utility* berarti berguna, membantu dan menguntungkan. Berbeda dengan ekonomi Islam yang lebih mempertimbangkan *maslahah* dalam melakukan konsumsi. Secara umum *maslahah* diartikan sebagai sesuatu yang baik, yaitu bermanfaat bagi manusia dan menghindarkannya dari kemudharatan atau kerusakan (Harahap, 2015).

Perilaku konsumsi manusia dipengaruhi oleh banyak faktor baik faktor internal maupun faktor eksternal. Menurut Setiadi, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah gaya hidup (Setiadi, 2015). Faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumsi menurut Setiadi adalah proses belajar (Setiadi, 2015). Belajar merupakan suatu proses perubahan perilaku. Artinya bahwa dengan belajar akan menjadi dasar dalam berperilaku (Supriadi & Ahmad, 2020). Adapun pemahaman pola konsumsi merupakan bagian dari proses belajar yang dilakukan. Memahami pola konsumsi Islam tentu akan mempengaruhi tindakan seseorang dalam melakukan konsumsi.

Pondok pesantren Al-Barokah merupakan pondok yang sebagian besar santrinya adalah mahasiswa, sehingga tidak jarang para santri diberi julukan mahasiswa santri atau bisa disingkat mahasantri. Menurut Kanserina pangsa pasar remaja merupakan sasaran empuk bagi para produsen. Mahasiswa merupakan remaja tingkat akhir dengan kecenderungan konsumsi tinggi. Mahasiswa mengonsumsi suatu barang atau jasa bukan hanya karena butuh (Kanserina, 2015). Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada santri Pondok Pesantren Al-Barokah, dapat diketahui bahwa gaya hidup mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, apabila gaya hidupnya baik maka akan mempengaruhi pilihan-pilihan konsumsi yang baik pula. Sedangkan pemahaman pola konsumsi Islam tidak mempengaruhi perilaku seseorang. Hal-hal yang telah diatur dalam Islam tidak serta merta dapat diterapkan secara keseluruhan karena beberapa faktor yang mempengaruhinya, sehingga pada kenyataannya ada konsumen yang berperilaku rasional dan ada pula yang berperilaku irasional.

Berdasarkan uraian pendahuluan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan pemahaman pola konsumsi Islam terhadap

perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman, Siman, Ponorogo.

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman dengan jumlah sampel sebanyak 109 responden. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan secara langsung kepada santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman. Sampel dalam penelitian ini didistribusikan dalam 4 kelas dinyah dengan rumus alokasi proposional yang menghasilkan pembagian sebagai berikut, kelas 1 sebanyak 29 orang, responden kelas 2 dinyah sebanyak 25 orang, kelas 3 dinyah sebanyak 24 orang dan kelas 4 dinyah sebanyak 31 orang. Responden dalam penelitian ini memiliki rentang usia 19-22 tahun dengan sebagian besar bergender perempuan yaitu 70,6% dan responden laki-laki sebesar 29,4%. Metode analisis data dilakukan dengan analisis linier berganda dengan menggunakan software SPSS.

Hasil Dan Pembahasan

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	R Hitung	R Tabel	No	Indikator	R Hitung	R Tabel
1	X1.1	0,476	0,361	16	X2.8	0,38	0,361
2	X1.2	0,46	0,361	17	X2.9	0,612	0,361
3	X1.3	0,481	0,361	18	X2.10	0,429	0,361
4	X1.4	0,514	0,361	19	X2.11	0,428	0,361
5	X1.5	0,565	0,361	20	X2.12	0,386	0,361
6	X1.6	0,438	0,361	21	X2.13	0,535	0,361
7	X1.7	0,423	0,361	22	X2.14	0,421	0,361
8	X1.8	0,512	0,361	23	X2.15	0,497	0,361
9	X2.1	0,455	0,361	24	X2.16	0,497	0,361
10	X2.2	0,461	0,361	25	Y1	0,624	0,361
11	X2.3	0,465	0,361	26	Y2	0,642	0,361
12	X2.4	0,436	0,361	27	Y3	0,764	0,361
13	X2.5	0,518	0,361	28	Y4	0,563	0,361
14	X2.6	0,524	0,361	29	Y5	0,569	0,361
15	X2.7	0,371	0,361	30	Y6	0,496	0,361

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil bahwa variabel gaya hidup (X1), variabel pemahaman pola konsumsi Islam (X2) dan variabel perilaku konsumsi (Y) yang terdiri dari 30 pernyataan memiliki nilai Rhitung > Rtabel. Sehingga semua pernyataan dinyatakan layak untuk diikutsertakan dalam kuesioner penelitian.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach's
1	X1	0,607
2	X2	0,787
3	Y	0,682

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat bahwa hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel memiliki nilai cronbach's alpha > 0,60 sehingga dapat disimpulkan masing-masing-masing variabel dapat dikatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen pengumpulan data penelitian.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		109
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,80908988
Most Extreme Differences	Absolute	0,114
	Positive	0,063
	Negative	-0,114
Test Statistic		0,114
Asymp. Sig. (2-tailed)		,001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,110 ^d
	99% Lower Confidence Interval	0,102
	Upper Bound	
	0,118	

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 3 dapat ditunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada tabel One Sampel Kolmogorov Smirnov Test diperoleh Monte Carlo Sig 0,110 yang lebih besar dari 0,05. Maka data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 4
Hasil Uji Linieritas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Unstandardized Residual *	Between Groups	(Combined) 259,134	57	4,546	2,458	0,001
	Linearity	0,000	1	0,000	0,000	1,000
	Deviation from Linearity	259,134	56	4,627	2,502	0,001
Unstandardized Predicted Value	Within Groups	94,329	51	1,850		
	Total	353,463	108			

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 4 dapat ditunjukkan bahwa hasil uji linieritas pada tabel Anova diperoleh Sig 1,000 lebih besar dari 0,05. Maka data dalam penelitian ini linier antar masing-masing variabel.

Tabel 5
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	GAYA HIDUP	0,532	1,880
	PEMAHAMAN POLA	0,532	1,880
	KONSUMSI ISLAM		

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 5 dapat ditunjukkan hasil uji multikolinieritas pada tabel *Coefficients* diperoleh nilai VIF 1,880 < 10 pada masing-masing variabel bebas. Maka data dalam penelitian ini tidak ada multikonieritas antar variabel bebas.

Tabel 6
Hasil Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-10,501	2,491		-4,216	0
	Gaya Hidup	0,195	0,112	0,215	1,75	0,083
	Pemahaman Pola	0,1	0,06	0,207	1,686	0,095
	Konsumsi Islam					

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai sig variabel gaya hidup sebesar 0,083 dan nilai sig variabel pemahaman pola konsumsi Islam sebesar 0,095. Seluruh variabel memiliki nilai sig > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas dalam seluruh variabel penelitian.

Tabel 7
Hasil Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	7,964	2,420		3,291	0,001
	Gaya Hidup	0,321	0,108	0,357	2,964	0,004
	Pemahaman Pola	0,045	0,058	0,094	0,782	0,436
	Konsumsi Islam					

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 7 menunjukkan nilai signifikansi variabel gaya hidup (X1) $0,004 < 0,05$. Sehingga variabel gaya hidup secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Sedangkan nilai signifikansi variabel pemahaman pola konsumsi Islam (X2) adalah $0,437 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel pemahaman pola konsumsi Islam secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman.

Tabel 8
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	78,794	2	39,397	11,815	,000 ^b
Residual	353,463	106	3,335		
Total	432,257	108			

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 8 diperoleh nilai Fhitung sebesar 11,815 dan Ftabel sebesar 3,08 sehingga Fhitung $>$ Ftabel dan nilai signifikansi menunjukkan nilai $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari Gaya Hidup dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumsi.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,427 ^a	0,182	0,167	1,826

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 9 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,427 menunjukkan hubungan dalam kategori sedang antara variabel gaya hidup (X1) dan pemahaman pola konsumsi Islam (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R²) sebesar 0,182 (18,2 %) yang artinya kontribusi pengaruh gaya hidup (X1) dan pemahaman pola konsumsi Islam (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y) sebesar 18,2% sedangkan sisanya sebesar 81,8 % dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	7,964	2,420			3,291	0,001
	Gaya Hidup	0,321	0,108	0,357		2,964	0,004
	Pemahaman Pola Konsumsi Islam	0,045	0,058	0,094		0,782	0,436

Sumber: data diolah dengan bantuan IBM SPSS 25

Berdasarkan Tabel 10 diperoleh perhitungan $Y = 7,964 + 0,321X_1 + 0,045X_2$, sehingga dapat disimpulkan bahwa: a) Nilai konstan (a) = 7,964 menyatakan bahwa apabila variabel gaya hidup dan pemahaman pola konsumsi Islam nilainya sebesar 0, maka Y akan mengalami peningkatan variabel perilaku konsumsi sebesar 7,964; b) $b_1 = 0,321$ nilai koefisien regresi variabel gaya hidup, artinya setiap peningkatan satu poin/satuan variabel gaya hidup maka variabel perilaku konsumsi akan meningkat sebesar 0,321 dengan syarat variabel lain bersifat konstan; c) $b_2 = 0,045$ nilai koefisien regresi variabel pemahaman pola konsumsi Islam, artinya setiap peningkatan satu poin/satuan variabel pemahaman pola konsumsi Islam maka variabel perilaku konsumsi akan meningkat sebesar 0,045 dengan syarat variabel lain bersifat konstan.

Dari hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa gaya hidup (X_1) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa semakin baik atau rasional gaya hidup akan mengakibatkan semakin baik pula perilaku konsumsi. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Setiadi, yang menyatakan bahwa gaya hidup merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi (Setiadi, 2015). Penelitian ini juga didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Iskandar dan Rahmayanti (2018) dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi” yang memberikan hasil bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, semakin rasional gaya hidup maka semakin rasional pula perilaku konsumsi (Iskandar & Rahmayanti, 2018).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pemahaman pola konsumsi Islam (X_2) berpengaruh terhadap perilaku konsumsi (Y). Hal tersebut memiliki arti bahwa tidak ada pengaruh antara pemahaman pola konsumsi Islam terhadap perilaku konsumsi. Hasil dari penelitian ini bertolak belakang dengan pendapat Setiadi yang menyatakan bahwa proses belajar merupakan salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi. Setiadi, Perilaku Konsumen, 14. Dimana dalam belajar terjadi perubahan perilaku dan pemahaman merupakan bagian dari proses pembelajaran (Supriadi & Ahmad, 2020). Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sholekah (2017) dengan judul “Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Metro” yang memberikan hasil bahwa pengaruh pemahaman pola konsumsi Islami terhadap perilaku konsumsi berada pada kategori sangat lemah, sehingga dapat disimpulkan bahwa keduanya tidak memiliki korelasi (Sholekah, 2017).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa secara parsial gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi, dan pemahaman pola konsumsi Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumsi. Sedangkan secara simultan gaya hidup dan pemahaman pola konsumsi Islam berpengaruh terhadap perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman, Siman, Ponorogo. sebagai implikasi dari penelitian ini adalah para akademisi diharapkan mampu memahami materi tentang perilaku konsumsi dan faktor-

Pengaruh Gaya Hidup dan Pemahaman Pola Konsumsi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Al-Barokah Mangunsuman Siman Ponorogo

faktor yang memengaruhinya. Sehingga materi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai bahan pembelajaran lebih lanjut. Kemudian para santri diharapkan agar terus menerus berusaha untuk memahami prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam dan menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari agar kegiatan konsumsi santri lebih baik dan rasional. Untuk penelitian selanjutnya, alangkah baiknya apabila memperluas variabel yang diamati dan memperluas wilayah penelitian agar mendapatkan gambaran yang lebih luas.

BIBLIOGRAFI

- Harahap, I. (2015). *Hadis-hadis Ekonomi*. Prenadamedia Group. [Google Scholar](#)
- Iskandar, I., & Rahmayanti, R. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Kelompok Teman Sebaya, dan Literasi Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 93–104. <https://doi.org/10.17509/jimb.v9i2.19749> [Google Scholar](#)
- Kanserina. (2015). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Undiksha 2015*. 5(1). [Google Scholar](#)
- Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen* (ke-6). Prenadamedia Group.
- Sholekah, A. (2017). *Pengaruh Pemahaman Pola Konsumsi Islami terhadap perilaku Konsumsi Mahasiswi IAIN Metro*. IAIN Metro.
- Supriadi, & Ahmad, N. I. (2020). J-HES. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 4. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Nurma Fitrianna, Nia Khoniah (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:

