

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Perilaku Konsumsi**

###### **a. Pengertian perilaku konsumsi**

Terdapat perbedaan mendefinisikan konsumsi oleh para ahli ekonomi tentang perilaku konsumsi, akan tetapi konsumsi yang lumrah digunakan memiliki arti menggunakan barang atau jasa untuk pemenuhan keperluan manusia. Dari segi ekonomi Islam sendiri memiliki arti yang sama namun memiliki perbedaan dalam setiap pembahasan yang mencakupinya. Perbedaan paling mencolok dengan konsumsi ekonomi konvensional ialah tujuan yang dicapai dari keperluan konsumsi itu sendiri. Bagaimana memenuhi kaidah yang ada pada syariah Islamiyyah.

Perilaku konsumsi adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga dalam melakukan pembelian barang dan jasa hasil produksi yang dilakukan secara rutin maupun hanya sementara yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan (Lisma & Haryono, 2016). Dalam kacamata Islam sendiri perilaku konsumsi merupakan sebuah perilaku yang mana pendapatan yang diperoleh tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi saja melainkan harus di distribusikan ke zakat, infaq dan sedekah. Hal ini dikarenakan konsep Islam sendiri bukanlah kepemilikan secara mutlak, melainkan ada hak Allah yang harus dikeluarkan dari pendapatan ini, yaitu berinvestasi diakhirat (Sitepu, 2017). Perilaku konsumsi merupakan sebuah bidang ilmu yang mempelajari tentang seperti apa cara individu, kelompok, dan organisasi memilih dan membeli barang dalam rangka untuk memuaskan kebutuhan dan hasrat mereka (Razak, 2016).

Teori konsumsi Islami sendiri lahir berdasarkan syariah Islam, yang mana terdapat perbedaan dasar dengan teori konvensional. Hal ini menyangkut nilai fondasi teori, motif, dan tujuan konsumsi. Dalam Al-Qu'an Surah Al-Baqarah :168 membahas tentang perilaku konsumsi.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ  
مُبِينٌ ١٦٨

Terjemahan : “Hai manusia makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan, karena sesungguhnya setan itu musuh yang nyata bagimu” (Q.S Al-Baqarah: 168)

Tafsir dari ayat ini memiliki kunci, yaitu *kulu* dan *halalan tayyiban*. *Kulu* sendiri berasal dari kata ‘*akala-yakulu* yang artinya makan. Makan yang dimaksudkan adalah aktifitas apa pun. Lalu *halalan tayyiban* terdiri dari dua kata, yaitu: *halalan* dan *tayyiban*. Kata *halalan* bersumber dari kata *halla* yang artinya lepas atau tidak terikat. Secara etimologi *halalan* artinya hal-hal yang boleh atau dapat dikerjakan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Sedangkan maksud dari *tayyiban* adalah lezat, baik, sehat, menentramkan, paling utama. Perintah makan bermakna perintah melakukan aktifitas, dan aktifitasnya tidak hanya sekedar halal saja, akan tetapi harus baik pula. Makan dan aktifitas sering kali digunakan untuk memperdaya manusia. Dalam lanjutan ayat diatas adalah “janganlah kamu mengikuti langkah setan” yang memiliki makna insan harus waspada kepada setan, karena setan akan menggoda manusia untuk menggunakan barang atau jasa yang haram (Syaparuddin, 2015). Kesimpulannya ayat ini adalah memerintahkan kepada manusia untuk mengkonsumsi apa-apa saja yang halal dan baik, baik itu berupa barang maupun jasa. Karena manusia dilarang untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang haram dan keji. Dan manusia harus waspada karena setan akan selalu memperdaya manusia untuk mengkonsumsi barang dan jasa yang haram.

Perilaku konsumsi adalah kecenderungan konsumen dalam mengkonsumsi dengan kata lain ialah perilaku konsumen dalam belanja, mengkonsumsi, menilai dan meningkatkan produk dan jasa mereka dengan menggunakan pendapatan mereka. Dengan demikian, perilaku konsumsi tidak hanya mencakup makan dan minum

melainkan berkaitan dengan kegiatan ekonomi lainnya seperti pembelian dan pemakaian pakaian, pembelian kendaraan serta pemakaian barang konsumsi lainnya (Sumar'in, 2013).

Dari kumpulan pendapat diatas dapat disimpulkan ialah perilaku konsumsi merupakan aktivitas yang dilakukan oleh seseorang dalam membeli dan menghabiskan barang yang sudah mereka beli dalam memenuhi kebutuhan ekonomi baik individu maupun rumah tangga yang mana sikap tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor baik, faktor internal maupun eksternal. Aktifitas konsumsi yang dilakukan merupakan gambaran perilaku seseorang bagaimana ia memakai waktu dan harta akan dicerminkan oleh gaya hidup. Setiap individu memiliki kebutuhan konsumsinya masing-masing jadi perilaku setiap individu akan berbeda.

Biasanya pengeluaran konsumsi oleh seseorang di dapat dari pendapatan yang akan dibelanjakannya. Biasanya pengeluaran konsumsi itu berupa barang tahan lama, barang tidak tahan lama, dan pengeluaran untuk jasa. Pola konsumsi inilah yang terbentuk dan menggambarkan alokasi dan komposisi atau suatu bentuk konsumsi yang berlangsung secara umum. Pola konsumsi ialah himpunan atau penjumlahan pengeluaran yang dipakai seseorang dalam waktu tertentu yang dipenuhi oleh pendapatan yang digunakan untuk memenuhi keperluan hidupnya (Irham et al., 2022). Dalam konsumsi ada biaya yang harus dikeluarkan, biaya ialah sesuatu yang harus direlakan untuk memperoleh sesuatu (Atika, 2020).

### **b. Tujuan Perilaku Konsumsi**

Tujuan pokok konsumsi seorang muslimin ialah sebagai media untuk beribadah kepada Allah SWT. Sebenarnya menggunakan sesuatu dibarengi dengan tujuan untuk menambah stamina dan ketaatan pengabdian diri kepada Allah dapat membuat konsumsi tersebut bermakna ibadah dan mendapatkan pahala. Konsumsi terhadap barang dan jasa diklasifikasikan menjadi 3 bagian, yaitu: konsumsi barang utama/primer, barang sekunder (kenyamanan), dan barang tersier (kemewahan). Dalam

kamus ekonomi Islam tingkat penggunaan terhadap barang dan jasa dibahasakan dengan barang yang bersifat, yaitu: pertama, daruriyah (barang yang kelangkaanya dapat mengakibatkan seseorang mendapatkan kesulitan hingga kehilangan keselamatan agama, jiwa, akal, keturunan juga harta). Kedua, tahsiniyat (barang yang fungsinya bukan untuk kenyamanan melainkan untuk kemewahan). Ketiga, hajiyyat (barang yang ketersediaanya akan mengakibatkan hidup seseorang menjadi lebih nyaman dan sempurna) (Ridwan et al., 2017).

Terdapat beberapa aspek perilaku konsumsi yang menggambarkan pola dan sikap konsumsi individu. Salah satunya konsumtif, konsumtif ialah sebuah aktifitas untuk menghabiskan nilai dan jasa yang ada pada barang dengan semena-mena atau tidak rasional dalam berkonsumsi. Ketika seseorang dengan mudahnya sekarang untuk memperoleh informasi, berbagai macam produk dipasar menawarkan barang-barang yang mewah dan bernilai tinggi sehingga menggiurkan serta meningkatkan keinginan untuk memiliki barang tersebut, guna meningkatkan keinginan konsumen maka kemudian yang terjadi adalah mereka menggunakan waktu dan harta bendanya untuk dikonsumsi ke barang-barang tersebut hanya untuk semata-mata pamer agar terlihat mewah dan *glamour*, tidak peduli barang tersebut berguna untuk mereka dalam memenuhi kebutuhan ekonomi mereka sehari-hari. Sedangkan konsumen memanfaatkan pendapatan mereka dengan nilai yang lebih besar yaitu dengan cara menghabiskan waktu dan harta bendanya sesuai dengan kebutuhan pokok mereka tidak menyia-nyiakkan waktu dan harta mereka untuk hal yang tidak penting mereka miliki atau menghabiskan waktu yang tidak memberikan manfaat apa apa kepada mereka. Sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an Nya pada Q.S Al-A'raf ayat 31 yang bunyinya:

﴿يَبْنَٰى ءَادَمَ خُدُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱

Artinya: “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”. (Q.S Al-‘Araf:31)

Pada ayat diatas dikategorikan kepada ayat konsumsi. Pada ayat diatas bisa dilihat dari penggunaan kata zinat yang diterjemahkan dengan perhiasaan, kata *kulu* dan *wasyrabu* yang bermakna makan, minum dan kata *la tusrifu* yang berarti berlebih-lebihan. Surah Al-‘Araf :31 ini diturunkan karena berkaitan dengan kejadian oleh beberapa orang sahabat Nabi yang ingin mengikuti kelompok al-Hummas yaitu kelompok Quraisy yang sangat bersemangat dalam beragamanya hingga tidak ingin berthawaf kecuali menggunakan pakaian baru yang belum pernah digunakan untuk berbuat maksiat, dan juga sangat teliti dalam memakan makanan dan kadarnya yang dimakan selama melaksanakan ibadah haji. Ayat ini sangat jelas turun untuk peringatan Allah kepada bangsa Quraisy yang terlalu melebih-lebihkan dalam beribadah (Tarigan, 2019).

Tafsiran ayat ini menjelaskan tentang bagaimana Allah mengisyaratkan secara langsung agar tidak berlebihan atau melewati batas dalam menggunakan barang dan jasa untuk tujuan kebutuhan kita. Yang artinya, konsumsi haruslah dilakukan secara proposional. Prinsip proposional ini jelas berbeda dengan ideologi kapitalisme dimana mengkonsumsi yang suatu barang dan jasa di anggap sebagai mekanisme yang bertujuan untuk menekan produksi dan pertumbuhan. Semakin banyak permintaan maka semakin banyak pula barang yang akan di hasilkan (Syaparuddin, 2015).

Menghindari kita untuk berperilaku konsumtif harus memiliki pengetahuan tentang bagaimana mengelola keuangan kita dengan memahami literasi tentang keuangan, mengingat karena literasi keuangan ini merupakan sebuah pengetahuan, keahlian dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola uang (Pida & Imsar, 2022). Dalam prinsip perilaku konsumsi ekonomi Islam sendiri selain kita dilarang untuk mengkonsumsi barang dan jasa secara haram dan keji, kita juga dilarang

mengkonsumsi secara hedonisme atau berlebih-lebihan. Islam memorsikan untuk menggunakan atau memakai barang dan jasa sesuai kebutuhan saja, agar manusia tidak berlebihan dalam berkonsumsi.

### **c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi**

Di kehidupan sosial, terutama dalam sebuah keluarga telah mengusahakan untuk membimbing para mahasiswa untuk mengontrol perilaku konsumsi mereka, cara yang sering dilakukan ialah menetapkan uang saku mereka untuk cukup selama sebulan dengan begitu mahasiswa tersebut bisa belajar untuk mengelola pengeluaran mereka sesuai dengan apa yang mereka peroleh. Menurut pengamatan peneliti banyak oknum mahasiswa yang memiliki sikap konsumsi untuk berpikir secara rasional, hal ini di pengaruhi juga oleh gaya hidup yang mereka terapkan, dimana pemilihan konsumsi yang dijalankan tidak lagi menunjukkan kemampuan seseorang untuk bisa membedakan mana kebutuhan prioritas dan mana yang menjadi kebutuhan yang tidak perlu.

Setiap individu memiliki perilaku yang beragam, termasuk pada perilaku konsumsi. Hal ini dikarenakan perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, Faktor ini dibagi menjadi eksternal dan internal. Faktor eksternal ialah faktor yang bersumber dari luar diri individu atau berasal dari lingkungan sosialnya dimana konsumen tinggal. Faktor ini meliputi harga barang kebudayaan dan lain-lain. Gilarso mengemukakan bahwa faktor faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi adalah: (1) faktor individual, (2) faktor ekonomi, (3) faktor sosial, (4) faktor kebudayaan. Selain itu juga ada faktor faktor lain, seperti selera, faktor sosial ekonomi, kekayaan, keuntungan dan kerugian, tingkat harga dan tingkat bunga.

Dalam syari'ah islam konsumsi tidak hanya diperlukan untuk manusia dalam memenuhi segala sesuatu untuk memenuhi kehidupannya sehari-hari untuk mencapai kepuasan. Tujuan dari konsumsi islam adalah untuk mencapai masalah dunia dan akhirat. Urusan duniawi tercapai jika terpenuhi kebutuhan utama/pokok misalnya

makanan, Pendidikan, Kesehatan serta hiburan. Seorang muslim setidaknya harus memerhatikan hal-hal sebagai berikut: (Putra et al., 2018).

1. Menggunakan barang yang bersih dan halal
2. Rasional dalam membelanjakan harta
3. Murah hati dan bermoral
4. Mementingkan kebutuhan yang menjadi prioritas.

Dalam hal ini islam mengajarkan kita untuk tidak sesuka hati dalam melakukan pemenuhan kebutuhan akan tetapi menganjurkan kita untuk berpikir secara rasional yang mana dalam melaksanakan transaksi ekonomi tersebut tidak menjadi konsumtif dan memberikan manfaat kepada diri sendiri maupun keluarga. Indikator dari perilaku konsumsi ialah Budaya, Sosial, Psikologis (Septiana, 2015).

## **2. Budaya Asing**

### **a. Pengertian Budaya asing**

Budaya dimaknai sebagai bentuk jamak dari kata budi dan daya yang berarti cinta karsa dan rasa. Kata budaya berasal dari bahasa sanskerta *dudhayah* yaitu bentuk jamak dari kata Budhhi yang berarti budi atau akal. Dalam bahasa inggris, kata budaya berasal dari kata *culture* yang memiliki arti mengelolah, mengerjakan, menyuburkan tanah (bertani) dari beberapa makna diatas dapat disimpulkan bahwa segala upaya dan perilaku manusia untuk mentata dan mengubah alam sesuai dengan kemauan mereka sendiri (Herimanto, 2010). Budaya adalah sebuah perangkat rumit nilai-nilai yang dibentuk oleh sebuah citra yang mengandung pandangan dengan keistimewaannya sendiri (Sita, 2013).

Edward B taylor mengatakan bahwa budaya adalah salah satu keseluruhan pemikiran yang lengkap yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, keilmuan, hukum, adat istiadat dan kemampuan lain serta hal yang sering dilakukan yang diperoleh oleh manusia sebagai anggota dalam kelompok masyarakat. Yang

menjadi indikator dari budaya ialah Gaya hidup, Hedonisme, Fashion (Sita, 2013). Sedangkan menurut Robert H Lowie, kebudayaan merupakan semua hal yang didapatkan oleh seseorang dari masyarakat mencakup norma artistic, kepercayaan, makanan, adat istiadat dan kemampuan yang diperoleh bukan dari keahliannya sendiri merupakan warisan masa lalu yang didapat melalui pendidikan formal atau informal (Herimanto, 2010). Menurut herkovits, melihat kebudayaan sebagai super organik karena bisa diwarisi secara garis keluarga dan dari generasi ke generarsi dan tetap hidup jikalau orang-orang telah berganti yang menjadi anggota masyarakat.

Jadi dari beberapa definisi tentang budaya diatas dapat disimpulkan bahwa budaya merupakan sebuah satu kesatuan yang diciptakan oleh kelompok manusia yang sangat komplek yang di dalamnya mencakup beberapa aspek yaitu agama, pengetahuan, kesenian, adat istiadat, hukum, sopan santun, pola pikir didalam sebuah kelompok masyarakat yang mana kebudayaan tersebut dapat diwaris kepada generasi berikutnya sehingga kebudayaan tersebut menjadi karakteristik dari kelompok masyarakat tersebut. Dari pengertian tersebut kita juga dapat melihat 2 unsur utama dari budaya diantaranya ada:

- 1) Budaya atau kebudayaan terkait seluruh aspek kehidupan baik perilaku manusia.
- 2) Kebudayaan kemungkinan besar dapat dipengaruhi oleh pandangan *evolusionisme*, dikarenakan budaya sendiri sebuah hal yang diwarisi sehingga dapat dipengaruhi oleh faktor eksternal sehingga dapat berubah seiring berjalannya waktu. Ada sebuah teori yang menyatakan bahwa kebudayaan itu akan meluas dari tahap yang sederhana menjadi tahapan yang lebih kompleks (Elly, 2007).

Budaya juga bisa merujuk kepada karya karya seni, terutama pada aktifitas artistik, seperti artefak. Benda yang dilahirkan yang dalam bentuk karya memiliki nilai budaya yang mana hal tersebut menjadi ciri khas dari masyarakat kelompok tertentu. Contoh di Indonesia di pulau jawa tengah ada warisan budaya dahulu yaitu Candi yang

mana hal tersebut memiliki nilai budaya yang tinggi, hal tersebut merupakan salah satu wujud budaya yang bisa kita lihat dan kaitkan dengan definisi budaya.

Begitu juga dengan budaya-budaya asing merupakan sebuah kebudayaan lain yang mempengaruhi dan mengganti pola pikir budaya yang telah ada, atau dapat kita simpulkan bahwa budaya asing ialah sebuah kebudayaan yang berasal dari Negara luar yang masuk ke daerah dan dapat diterima serta dilakukan oleh masyarakat yang tinggal di daerah tersebut. Budaya asing masuk ke Indonesia tentu saja melalui beberapa cara yaitu, arus yang paling deras masuknya budaya asing ke Indonesia dengan teknologi dan sosial media yang sekarang hampir dimiliki dan diakses oleh setiap manusia yang hidup di dunia ini. Tidak terelakkan mahasiswa-mahasiswa ini bahkan menjadi kelompok manusia yang paling banyak dalam menggunakan teknologi dan sosial media dalam penelitian yang dilakukan oleh cindy pada tahun 2020 di websitenya databoks laporan tersebut mendapati bahwa pada usia 18-24 tahun pengguna sosial media persentasinya 45% diikuti oleh kelompok usia 25-34 tahun 30% dan sisanya dikelompok 40 tahun keatas berada di 25%. (Databoks.katadata.co.id)

Masuknya budaya asing ke Indonesia mengakibatkan masyarakat Indonesia terlebih kalangan remaja lebih mencintai produk dan makanan dari Negara lain seperti makanan fast food dan makanan cenderung mengikuti perilaku budaya asing dan itu merupakan fakta yang telah kita lihat seiring berkembangnya teknologi komunikasi sekarang. Munculnya rasa ambisius pada remaja yang selalu mengikuti trend-trend yang ada diluar negeri sehingga perilaku konsumsi mereka berubah mengikuti budaya luar (Sita, 2013). Budaya asing juga menggeser perlahan pemikiran remaja Indonesia, golongan usia remaja merasa bahwa kebudayaan di negerinya sendiri terasa jauh dari kata modern. Inilah yang menjadikan para anak muda enggan untuk tidak mengikuti pertumbuhan zaman meskipun hal tersebut bertentangan tentang nilai nilai yang diajarkan oleh budaya dan agama yang di anutnya. Sehingga pada akhirnya anak muda kita lebih menyukai dan memahami kebudayaan asing dibandingkan budaya negara sendiri. Indonesia sendiri juga merasakan kebudayaan asing yang semakin hari

semakin menggeser kebudayaan daerah yang sudah lama di wariskan oleh leluhur di negeri ini. Kebudayaan yang dimiliki Indonesia begitu beragam dan tak kalah menarik. Akan tetapi generasi muda kita menilai hal ini sudah tidak relevan dengan mereka, hal ini dapat kita lihat dengan lebih banyak anak muda kita mengetahui lagu-lagu pop barat dibandingkan lagu daerah, lebih banyak anak muda kita yang enggan untuk melestarikan warisan-warisan budaya.

## **b. Etika Dalam Berbudaya**

Etika dalam berbudaya mengharuskan kita untuk memiliki nilai-nilai etik yang bersifat universal dan dapat dimiliki dan diterima oleh kalangan masyarakat. Tentu saja nilai-nilai budaya pada Negara luar berbeda dengan budaya yang ada di negara kita. Di negeri kita Etika budaya harus memiliki nilai-nilai budaya yang mampu mempertahankan, menjaga dan juga dapat meningkatkan martabat dan hakikat dari manusia itu sendiri. Sebaliknya budaya yang tidak beretika ialah kebudayaan yang akan menjatuhkan atau bahkan menghancurkan martabat kemanusiaan (Herimanto, 2010).

### **1) Sifat-sifat Budaya**

Kebudayaan pada dasarnya dimiliki oleh setiap individu itu berbeda satu sama lainnya, misalkan saja Indonesia yang mempunyai banyak macam suku dan budaya yang memiliki pola ciri khas tersendiri. Sifat ini dapat di artikan sebagai sifat universal. Dimana sifat-sifat budaya ini akan mempunyai ciri yang sama bagi semua kehidupan manusia dengan tidak membedakan lingkungan, ras, atau bahkan pendidikan. Sifat ini dari lahir yang dimiliki atau berlaku umum bagi seluruh golongan. Sifat hakiki dari kebudayaan dapat dikategorikan sebagai berikut: (1) budaya terwujudnya dan tersalurkan dari perilaku manusia, (2) budaya telah lebih dulu ada dari pada hal lainnya

terhadap suatu generasi yang berkaitan, (3) budaya diperlakukan oleh manusia dan diwujudkan dalam tingkah lakunya, (4) budaya mencakup aturan-aturan yang bersifat kewajiban-kewajiban, tindakan yang dilarang, dan tindakan yang diizinkan.

## **2) Unsur-unsur kebudayaan**

Menurut Bronislaw Malinowski kebudayaan itu ada 3 unsur : (1) sistem norma yang kemungkinan kerjasama antara para anggota masyarakat dalam usaha menguasai sekelilingnya, (2) organisasi ekonomi, (3) alat-alat dan lembaga pendidikan, (4) organisasi kekuatan. Melville J. Herkovits mengatakan unsur pokok dalam kebudayaan adalah : (1) alat-alat teknologi, (2) sistem ekonomi, (3) keluarga, (4) kekuasaan politik (Elly, 2007).

## **3) Etika berbudaya**

Etika bisa diartikan dengan moral, kesusilaan, dan akhlak. Berkaitan dengan budaya ataupun kebudayaan ialah manusia membentuk norma etik ataupun moral sebagai landasan dalam bertingkah laku. Dengan demikian manusia bisa membedakan mana perilaku yang baik dan mana yang tidak baik. Etika dalam berbudaya sendiri mewajibkan budaya yang dihasilkan mengandung nilai-nilai etik ialah budaya yang mampu menjaga, mempertahankan, bahkan bisa meningkatkan harta dan martabat seseorang. Begitupun sebaliknya, budaya yang tidak beretika merupakan akan merendahkan atau bahkan martabat kemanusiaan (Herimanto, 2010).

## **3. Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

### **a. Pengertian Status Sosial Ekonomi Orang Tua**

Status sosial disamaratakan dengan kelas sosial yang mana dimaksudkan untuk pembagian masyarakat kepada kelas kelas tertentu yang berbeda ataupun pada cluster yang berbeda. Biasanya kelas sosial dibagi menjadi 3 kelas, kelas menengah, kelas menengah kebawah dan kelas menengah ke atas. Kedudukan atau kelas sosial dimana tempat seseorang sebagian umum pada masyarakatnya dengan orang lain disekitarnya

dalam arti ruang lingkup pergaulannya, prestise serta hak dan kewajibannya tergantung kepada aspek status sosial (Soerjano, 2000).

Status sosial ekonomi diperoleh sebagai strata sosial seorang individu dalam kelompok serta masyarakat. Cara memperoleh status sosial sendiri berbeda dari satu individu dengan individu lain ada yang diperoleh secara alami dan diperoleh dengan usaha yang dilakukan. Yang menjadi indikator ialah Pendapatan, Pekerjaan, Jabatan sosial (Syani, 2014).

Dari beberapa pengertian diatas dapat peneliti simpulkan bahwa status sosial ekonomi orang tua adalah sebuah kondisi sosial yang diperoleh dengan cara tertentu dan bergantung kepada kondisi sosial yang ada di tengah-tengah sosial masyarakat. Status sosial ekonomi ini diperoleh berdasarkan kemampuan seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya yang mana didalam kehidupan sosial bisa memberikan kedudukan sendiri untuk meningkatkan status sosial. Hal ini bisa diperoleh jika kita memiliki kekayaan harta dan kekayaan intelektual yang dapat memberikan dampak kepada kehidupan masyarakat sekitar.

Jika dalam sebuah keluarga memiliki perekonomian yang cukup, maka kebutuhan materil seorang anak ia akan memperoleh kesempatan yang begitu luas untuk meningkatkan berbagai macam kecakapan hidup yang tidak bisa ia peroleh ketika ia tidak bisa menyediakan sarana dan prasana yang mana hal itu tidak dapat diperoleh jika orang tua tidak memiliki perekonomian yang baik, dan juga hubungan antara orang tua dan anak cenderung akan baik, setidaknya persoalan kekurangan materil terhadap kebutuhan yang dibutuhkan oleh anak tidak memiliki masalah. Dapat disimpulkan status sosial ekonomi orang tua bersifat relatif sehingga tidak bisa disamaratakan antara kelompok masyarakat yang satu dengan kelompok masyarakat lainnya (Astuti, 2016).

#### **b. Ruang Lingkup status sosial ekonomi orang tua**

Pada dasarnya status sosial ekonomi orang tua diklasifikasikan dengan kondisi ekonomi yang dimiliki oleh orang tua. Dalam mengukur aspek aspek yang menjadi acuan yaitu diantaranya pekerjaan, pendapatan dan harta benda. Sedangkan menurut bomstein dan Bradley yang dikutip oleh munandar dalam bukunya bahwa aspek dalam penghitungan status sosial ekonomi yaitu pekerjaan, jabatan, tingkat pendidikan dan pendapatan (Munandar, 2006). Jadi dapat disimpulkan beberapa aspek untuk mengetahui indikator status sosial ekonomi orang tua:

### **1) Pendidikan**

Pendidikan dapat diartikan sebagai proses yang melewati 3 dimensi diantaranya masyarakat, individu dan komunitas yang terdiri dari beberapa individu tersebut dan semua kandungan realitas, baik spiritual ataupun material yang memiliki peranan untuk membentuk sifat, nasib dan bentuk manusia maupun masyarakat (Nurkholis, 2013). Pendidikan sendiri menjadi acuan status semakin tinggi jenjang pendidikan seseorang maka dalam kacamata sosial kita status kita akan semakin bernilai tinggi, pendidikan juga mempengaruhi pekerjaan, semakin tinggi jenjang pendidikan kita maka pekerjaan yang kita peroleh akan semakin bagus. Dalam proses pengembangan manusia, manusia membutuhkan tiga dimensi yang mana tiga dimensi tersebut termasuk Pendidikan (Tambunan et al., 2022).

### **2) Pekerjaan**

Pekerjaan adalah sebuah kegiatan sistematis dalam memenuhi tugas dan kewajiban serta tanggung jawab dari sebuah profesi, yang dia kuasai dan keahlian yang mumpuni dalam melakukan pekerjaan baik bekerja dalam sebuah organisasi maupun bidang jasa (Muspawi, 2017). Pekerjaan juga dalam kondisi sosial kita menjadi sebuah aspek yang sangat dipandang dalam status sosial ekonomi kita ada berbagai pekerjaan yang bisa ditekuni, seperti pegawai negeri sipil, pengusaha, ataupun dalam bidang jasa.

### **3) Jabatan**

Jabatan merupakan kekuasaan ataupun kedudukan yang dimiliki atas dasar kemampuan yang dikuasai baik dalam pekerjaan maupun dalam kehidupan sosial yang mana dengan kedudukan tersebut dia memiliki wewenang untuk mengakomodir bawahannya maupun masyarakat sekitarnya sehingga akan menambah kewibawannya dan pendapatannya. Jabatan yang bisa menambah status sosial kita biasanya kepala desa, walikota maupun bupati dan lain-lain.

#### **4) Pendapatan**

Pendapatan merupakan materi yang diperoleh seseorang dalam melakukan sebuah pekerjaan atau disebut dengan gaji, usaha yang telah dia lakukan dalam bertransaksi maupun dalam memberikan jasa yang mana pendapatan tersebut digunakan untuk memenuhi kebutuhan kehidupannya sehari-hari. Dalam kondisi sosial pendapatan menjadi aspek yang cukup penting dalam menentukan status sosial seseorang dalam masyarakat. Dikarenakan semakin tinggi pendapatan yang mereka peroleh maka meningkatlah pertumbuhan ekonomi (Harahap & Tambunan, 2022).

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA MEDAN

### **4. Literasi Ekonomi Islam**

#### **a. Pengertian Literasi Ekonomi Islam**

Manusia merupakan makhluk ekonomi yang mana memiliki karakteristik dasar yang tidak pernah puas akan tetapi alat pemuas kebutuhan yang sangat terbatas sehingga dibutuhkan keterampilan maupun wawasan untuk dapat menyelesaikan problematika tersebut. Literasi ekonomi merupakan sebuah keterampilan hidup yang dimiliki seseorang untuk menentukan keputusan ekonomi yang tepat, keterampilan ini dibutuhkan baik individu maupun dalam konteks rumah tangga (Sina, 2012).

Literasi ekonomi merupakan sebuah perilaku yang membuat orang yang awalnya tidak cerdas menjadi cerdas memanfaatkan keadaan pendapatan berinvestasi dalam memenuhi kebutuhan ekonomi kehidupan sehari-hari. Yang menjadi indikator

literasi ekonomi sebagai berikut: (1) kelangkaan, (2) sumber daya produktif, (3) sistem ekonomi, (4) tukar-menukar, (5) Insentif ekonomi, (6) pasar, (7) Ekonomi Manajemen (Dias Kanserina, 2015). Literasi merupakan kemampuan mengidentifikasi persoalan ekonomi, alternatif lain dan menganalisa manfaat suatu produk dalam memenuhi kondisi ekonomi dan kebijakan publik, mengumpulkan dan mengatur lalu lintas ekonomi serta menimbang manfaat biaya yang dikeluarkan (Sina, 2012).

Berdasarkan beberapa asumsi dari para sumber referensi diperoleh maka kesimpulan yang bisa diambil dari pemahaman tentang literasi ekonomi ialah literasi ekonomi merupakan sebuah keterampilan yang dimiliki oleh seseorang yang diperoleh dari pendidikan dan pengalaman yang mana dari keterampilan tersebut dapat lebih bijak dalam mengambil keputusan ekonomi yang tepat dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya sehari-hari. Literasi ekonomi merupakan komponen penting dalam menyelesaikan problematika yang dibutuhkan dalam berbagai macam informasi.

#### **b. Manfaat Literasi Ekonomi Islam**

Adapun manfaat lainnya ketika memiliki keterampilan literasi ekonomi ialah:

- a. Menjadi orang yang lebih bijak dalam mengelola keuangan. Tidak menunda-nunda untuk menabung dan berinvestasi, memajemen keuangannya dengan tepat dengan melihat pengeluaran dan pemasukan.
- b. Dapat berpikir rasional dalam aktifitas konsumsi akan membuat kita menjadi baik dalam berkonsumsi. Tentunya sebagai seorang konsumen kita harus bijak dalam mengkonsumsi barang ataupun jasa sesuai dengan prinsip ekonomi.
- c. Literasi ekonomi dapat memfalisitasi interaksi antara nilai tukar uang dan inflasi sehingga manfaat dalam berkonsumsi meningkatkan literasi ekonomi (Sina, 2012).

Rendahnya literasi ekonomi tentu akan mempengaruhi perilaku konsumsi individu dalam mengkonsumsi sebuah barang. Mereka akan semena-mena dalam membelanjakan uang mereka ke hal yang tidak mereka perlukan sehingga mereka akan boros dan tidak sesuai dengan pendapatan mereka terhadap pengeluaran yang mereka miliki. Dengan literasi ekonomi yang baik mereka akan lebih bijak dalam membelanjakan uang mereka, karena keputusan ekonomi yang rasional terlihat dari bagaimana mereka memahami konsep ekonomi dalam memanfaatkan sumber daya yang terbatas untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Yang menjadi indikator dari literasi ekonomi Islam ialah, penawaran dan permintaan, permasalahan ekonomi dan pengetahuan ekonomi islam.

Dilihat dari kondisi masyarakat kita masih banyak yang belum sadar terhadap pentingnya memahami pengetahuan tentang ekonomi. Mengapa, karena dengan kita melek ekonomi akan membantu kelangsungan hidup kita untuk memilih dan memilah apa yang perlu dipenuhi dengan kebutuhan yang memang menjadi kewajiban dalam menjalani kehidupan. Bagaimana cara kita mengatur keuangan agar tidak boros dan bisa memaksimalkan uang yang kita peroleh dengan susah payah dalam bekerja. Dan juga kita tidak mudah tertipu dengan apa yang sering terjadi dalam kehidupan kita di era digital yang mana informasi sangat mudah untuk didapat dan tidak menutup kemungkinan peluang untuk terpaparnya hoax akan terjadi untuk kita ataupun keluarga kita, kasus yang terjadi yang marak terjadi adalah penipuan investasi bodong. Hal ini bisa dihindari dengan memahami pemahaman tentang ekonomi sehingga kita terhindar dari penipuan-penipuan yang bisa merugikan kita.

Indonesia sebagai Negara mayoritas muslim pasti memiliki pemahaman terhadap ekonomi islam. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Erika fridina dalam jurnalnya yang berjudul Pengaruh Literasi ekonomi syariah terhadap minat mahasiswa menabung di Bank syariah dinyatakan bahwa Indonesia ditunjukkan tingkat pemahaman tentang literasi ekonomi islam sebesar 16,3% di kategorikan sebagai well

literated maksudnya dikategorikan kepada pemahaman yang baik dan didukung oleh sikap positif dan kemampuan numerik, ada 4 tingkatan literasi ekonomi syariah:

- a. Well literated, merupakan sebuah kondisi yang mana mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang baik pada 6 indikator literasi ekonomi syariah terhadap 6 indikator literasi ekonomi syariah serta responden minimal memiliki pengetahuan dengan persentasi 75% pada setiap indikator penyusunan literasi.
- b. Sufficient literate, merupakan sebuah kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang cukup pada 6 indikator literasi ekonomi islam serta responden memiliki pengetahuan dengan persentasi 60%-75% pada setiap indikator penyusunan literasi.
- c. Less literate, merupakan sebuah kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang cukup pada 6 indikator literasi ekonomi islam serta responden memiliki pengetahuan dengan persentasi 40%-60% pada setiap indikator penyusunan literasi.
- d. Not literated, merupakan sebuah kondisi individu yang mempunyai pengetahuan dan pemahaman yang cukup pada 6 indikator literasi ekonomi islam serta responden memiliki pengetahuan dengan persentasi kurang dari 40% pada setiap indikator penyusunan literasi (Firdiana & Fikriyah, 2021).

## **5. Hubungan Budaya Asing, Status Sosial Ekonomi Orang Tua Dan Literasi Ekonomi Islam dalam Perilaku Konsumsi**

### **a. Hubungan Budaya Asing dalam Perilaku Konsumsi**

Budaya yang berkembang di masyarakat tentunya sangat mempengaruhi perilaku yang ada di masyarakat. Hal ini dikarenakan budaya merupakan sangat melekat dengan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan sehingga ikut berperan. Perilaku yang dikeluarkan pasti terpengaruh dengan budaya yang ada, tak terkecuali dengan perilaku konsumsi. Dalam transformasi budaya, baik secara langsung ataupun tidak langsung membentuk kognisi, dalam artian pengertian, pengalaman, pengetahuan. Jika semua unsur diterima secara seimbang maka akan terbantu sebuah sikap. Apabila hal

ini terjadi secara bersamaan maka terbentuklah konsumsi terhadap individu tersebut (Syamaun, 2019).

### **b. Hubungan Status Sosial Ekonomi Orang Tua dalam Perilaku Konsumsi**

Mahasiswa termasuk kepada golongan masyarakat yang masih memperoleh pendapatan melalui uang saku yang diberikan oleh kedua orang tua nya. Semakin tinggi status sosial orang tua nya maka semakin besar pula uang saku yang diberikan oleh orang tua nya. Tidak bisa dipungkiri uang saku yang diberikan pasti mempengaruhi perilaku mereka dalam konsumsi, apalagi mereka memperoleh uang tersebut tanpa perlu berusaha ataupun bekerja dengan jumlah yang begitu banyak, dan tentu jika sedikitpun mereka akan berpengaruh dalam memperkecil kebutuhan mereka.

Hubungan yang terjadi adalah status sosial yang dimiliki oleh orang tua mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa, perilaku konsumsi dipengaruhi bahkan oleh faktor kelompok kecil seperti keluarga. Peran keluarga didalam membentuk perilaku konsumsi anak, sehingga dapat diartikan perilaku seseorang dalam melakukan konsumsi dipengaruhi oleh status sosial orang tua dan masyarakat sekitarnya (Imansari & Fitriyati, 2016).

### **c. Hubungan Literasi Ekonomi Islam dalam Perilaku Konsumsi**

Dalam persepektif Ekonomi Islam, kebutuhan disebut sebagai *masalahah* yakni keperluan yang harus dipenuhi oleh manusia baik secara fisik maupun rohani, kebutuhan fisik seperti makan, minum, dan pakaian sedangkan kebututuhan rohani seperti pengetahuan dan ketenangan. Wawasan dan pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi perilaku yang akan dilakukan, dalam Islam sendiri telah mengatur seluruh aktifitas yang dilakukan manusia dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Islam memiliki ketentuan yang wajib memiliki pemahaman serta dilakukan setiap umatnya sebagai pedoman dalam aktifitas konsumsi agar tidak menyimpang dari kaidah keIslaman. Literasi ekonomi Islam memiliki peranan penting dalam membentuk

perilaku konsumsi, baik literasi tersebut ia peroleh dalam Pendidikan formal maupun non formal (Faatihah, 2021).

## B. Penelitian terdahulu

**Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu**

No.	Nama/ Judul/ Tahun	Metode Penelitian	Hasil	Perbedaan
1.	Mu'afifah kusniawati dkk/ Pengaruh status sosial ekonomi Orang Tua dan literasi ekonomi terhadap perilaku onsumsi siswa kelas X IPS di Sma N 2 tuban/2019	Metode penilitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif	Status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa kelas X IPS di Sma Negeri 2 tuban yang mana semakin tinggi status sosial ekonomi orang tua dan semakin luas wawasan tentang ekonomi maka perilaku konsumsi siswa semakin rasional	Perbedaannya terletak pada responden, variabel responden yang digunakan berbeda dan variabel dari penelitian peneliti ada tambahan variable

2.	Lisnawati/ pengaruh status sosial ekonomi dan literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi kasus pada mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2015-2018 fakultas ekonomi Universitas Negeri Semarang)/2019	Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif	penelitian tersebut mendapatkan kesimpulan bahwa Variabel status sosial ekonomi dan literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan.	variabel dari penelitian peneliti ada tambahan variable
3.	Nur Azizah/ Pengaruh status sosial ekonomi orang tua dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam UIN Walisongo Semarang)/2019	Deskriptif kuantitatif	Dalam skripsinya memperoleh hasil variabel status sosial ekonomi orang tua berpengaruh secara signifikan. Variabel kelompok teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku mahasiswa Febi UIN Walisongo	variabel dari penelitian peneliti ada tambahan variable

			Semarang, dan status ekonomi dan kelompok teman sebaya secara bersama sama secara simultan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UIN Walisongo Semarang.	
4.	Akta ristama/ pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa (studi kasus mahasiswa prodi Ekonomi syariah stambuk 2018 UIN Raden Intan Lampung)/2020	Deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	penelitiannya memperoleh hasil variabel status ekonomi sosial orang tua berpengaruh secara signifikan.	variabel dari penelitian peneliti ada tambahan variable.
5.	Fitri Nur solihat dkk/ Pengaruh lingkungan sosial, iklan, dan	Metode kuantitatif	Hasil penelitiannya pengaruh	variabel dari penelitian peneliti ada

	literasi ekonomi terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Prodi ekonomi syariah Uin STS Jambi/2021		lingkungan sosial, iklan dan literasi ekonomi berpengaruh secara signifikan	tambahan variable
6.	Cita ayu marlika/Pengaruh literasi ekonomi islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa jurusan ekonomi islam universitas islam negeri alaudinn Makasar/2019	Metode kuantitatif	Hasil penelitiannya Literasi ekonomi islam berpengaruh secara signifikan	variabel dari penelitian peneliti ada tambahan variable
7.	Nasriah/ Pengaruh Budaya Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Membeli Mobil Toyota Avanza Pada PT. Hadji Kala Cabang Makassar/2016	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah Budaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen	Variabel dan metode

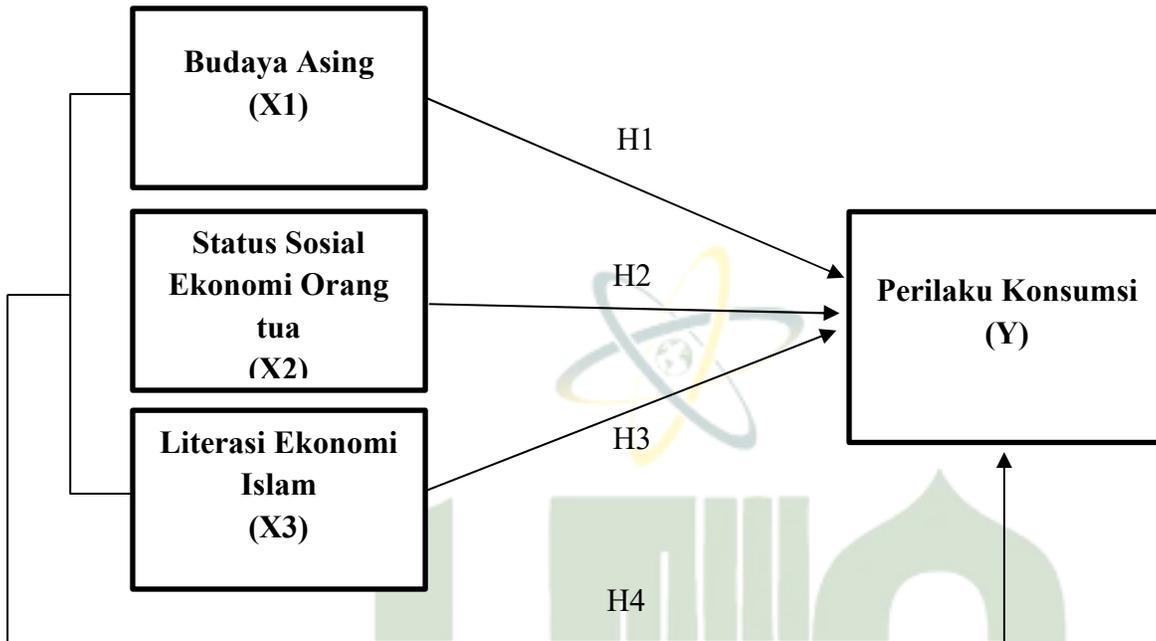
8	Kiki Winaryo/ Pengaruh status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumsi siswa kelas XI IPS di SMA N Rembang Purbalingga/ 2018	Kuantitatif	Status sosial ekonomi dan kelompok teman sebaya berpengaruh secara signifikan	Variabel kelompok teman sebaya tidak menjadi pembahasan saya
9	Ismayanti/ Pengaruh literasi ekonomi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Islam Negeri Sumatra Utara/ 2018	Kuantitatif	Ada pengaruh yang signifikan antara literasi ekonomi dengan perilaku konsumsi	Variabel dari penelitian ini Cuma satu variable
10	Wahidatul Aslamia/ pengaruh pendapatan, gaya hidup dan literasi ekonomi terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa STIE	Kuantitatif	Variable yang paling berpengaruh adalah gaya hidup dan pendapatan	Variable x berbeda dengan penelitian saya

	Muhammadiyah kota jambi/ 2019			
11	Rahayu Mei Wardani/ Perilaku konsumsi mahasiswa dalam perspektif ekonomi islam/2021	Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini adalah perilaku konsumsi mahasiswa masih jauh dari syariah islam	variabel dan metode

Sementara penelitian yang akan peneliti teliti yaitu berjudul analisis Pengaruh budaya asing, status sosial ekonomi orang tua dan literasi ekonomi islam dalam perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN Sumatera utara terdapat variabel budaya asing (X1) sttus sosial ekonomi orang tua (X2) dan literasi ekonomi Islam (X3) yang mana ketiga variable ini merupakan variabel independen yang akan mempengaruhi variabel dependen yaitu perilaku konsumsi(Y).

### C. Kerangka teoritis

Berdasarkan rumusan masalah dimuka mengenai variabel X yang mempengaruhi variabel Y maka kerangka berfikir teoritis yang diajukan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran**

Table ini menggambarkan pemikiran teoritis yang dapat dijelaskan bahwa adanya hubungan antara variabel budaya asing, status sosial ekonomi orangtua, dan literasi ekonomi islam untuk memengaruhi Variabel perilaku konsumsi yang mana ketiga variabel X tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang, jika ada pergeseran perilaku karna masuknya pengaruh tersebut maka varabel tersebut dapat dikatakan berpengaruh.

### C. Hipotesis

1.  $H_{01}$  : Tidak terdapat pengaruh budaya asing terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.  
 $H_{a1}$  : Terdapat pengaruh budaya asing terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.
2.  $H_{02}$  : Tidak terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.  
 $H_{a2}$  : Terdapat pengaruh status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.

3.  $H_{03}$  : Tidak terdapat pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.  
 $H_{a3}$  : Terdapat pengaruh literasi ekonomi Islam terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU.
4.  $H_{04}$  : Budaya asing, Status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi orang tua berpengaruh bersama-sama (simultan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINSU
5.  $H_{a4}$  : Budaya asing, Status sosial ekonomi orang tua, dan literasi ekonomi Islam berpengaruh bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi mahasiswa Febi UINS