

Analisis Pola Perilaku Konsumsi (Studi Komparatif Antara Mahasiswa Muslim FEB USU dengan Mahasiswa Muslim FEBI UINSU)

*Analysis of Consumption Behavior Patterns (Comparative Study Between
FEB USU Muslim Students and FEBI UINSU Muslim Students)*

Ainun Mardhiah^a dan Irsad^b

^{a,b} Universitas Sumatera Utara

✉ ainunmardhiah256@gmail.com dan irsyadhusin@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan pola perilaku konsumsi Mahasiswa Muslim FEB USU dengan FEBI UINSU. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 93 Mahasiswa Muslim FEB USU dan 97 Mahasiswa Muslim FEBI UINSU. Metode analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan uji Mann Whitney untuk melihat perbedaan pola konsumsi mahasiswa, dan uji Tabulasi Silang (*crosstab*) untuk melihat perbedaan pengaruh nilai-nilai religiusitas terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa. Hasil uji Mann Whitney menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pola konsumsi mahasiswa dari kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin laki-laki, mahasiswa tidak kos, dan mahasiswa berpendapatan \geq Rp 1.000.000 per bulan, sedangkan untuk kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin perempuan, mahasiswa kos, dan mahasiswa berpendapatan $<$ Rp 1.000.000 per bulan terdapat perbedaan pola konsumsi untuk kuliah. Hasil uji *crosstab* menunjukkan bahwa nilai-nilai religiusitas Mahasiswa Muslim FEB USU dan Mahasiswa Muslim FEBI UINSU tidak berpengaruh signifikan terhadap pola perilaku konsumsi mahasiswa.

Kata Kunci: Pola Konsumsi; Mahasiswa; Nilai Religiusitas.

Abstract

This study aims to determine differences in consumption behavior patterns of USU's FEB Muslim students and UINSU's FEBI. Primary data collection was carried out through questionnaires distributed to 93 USU FEB Muslim students and 97 UINSU FEBI Muslim students. The analytical method used is quantitative descriptive using the Mann Whitney test to see differences in student consumption patterns, and the Crosstab test to see differences in the effect of religiosity values on student consumption behavior patterns. The results of the Mann Whitney test showed that there was no difference in student consumption patterns from the categories of differences in consumption patterns based on male sex, students not boarding houses, and students earning \geq IDR 1,000,000 per month, while for the categories of differences in consumption patterns based on female sex, boarding students, and students earning $<$ Rp. 1,000,000 per month, there are differences in consumption patterns for college. The results of the crosstab test showed that the religiosity values of USU's FEB Muslim Students and UINSU FEBI Muslim Students did not have a significant effect on the pattern of student consumption behavior.

Keywords: Consumption Patterns; Students; Religiosity Value.

1. Pendahuluan

Ketika konsumen memiliki kemampuan anggaran dalam pemenuhan kepuasannya maka terpenuhinya konsumsi barang atau jasa tersebut. Namun, perilaku ini akan meniadakan beberapa aspek dalam pemenuhannya, diantaranya adalah pertimbangan untuk melihat kepentingan orang lain dan kebermanfaatannya dari apa yang akan dikonsumsi tersebut. Tujuan dalam pembentukan perilaku konsumsi suatu barang berdasarkan Islam lebih mempertimbangkan mashlahah daripada utilitas. Pencapaian terhadap fallah menjadi awal pada setiap tindakan yang akan dilaksanakan demi tercapainya kemashlahaan tersebut. Islam mengajarkan perihal konsumsi dalam berbagai aspek seperti batasan-batasan dalam urusan makanan dan minuman, kehalalan dan kebaikan barang yang akan dikonsumsi, melihat keadaan kebutuhan orang lain serta mengonsumsi secara tidak berlebihan atau boros. Hal ini dapat dilihat dalam Al Quran dan Hadits Rasulullah SAW.

Pada penelitian ini, nilai-nilai religiusitas sebagai pengontrol perilaku seorang muslim dalam membentuk pola konsumsi sesuai dengan ajaran Islam yang ditunjukkan melalui biaya konsumsi mahasiswa. Penelitian ini menjuuri kepada pola perilaku konsumsi berdasarkan Islam dengan melihat perbedaan pola konsumsi dari Mahasiswa Muslim FEB USU dengan Mahasiswa Muslim FEBI UINSU melalui beberapa kategori yang mempengaruhi biaya konsumsi mahasiswa seperti kategori jenis kelamin, status kos atau tidak, serta berdasarkan pendapatan atau uang saku mahasiswa. Lingkungan yang membentuk nilai yang lebih agamis secara harfiah akan membentuk pola perilaku konsumsi berdasarkan Islam yang beriringan dengan tujuan dasar kemashlahaan.

2. Landasan Teori

Konsep dasar perilaku konsumen secara tradisional menggunakan titik tolak konsep kegunaan (*utility concept*). Fungsi umum yang menyatakan hubungan diantara kegunaan barang dengan barang yang akan dikonsumsi sebagai berikut : $U = f(q_1, q_2, q_3, \dots, q_n)$, dimana U merupakan jumlah kegunaan dan q menyatakan banyaknya sesuatu barang yang akan dikonsumsi oleh konsumen [1].

Terdapat beberapa asumsi yang dikemukakan oleh John Maynard Keynes mengenai konsumsi, yaitu :

- Konsumsi saat ini dipengaruhi oleh pendapatan disposabel saat ini
- Ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung tingkat pendapatan (*autonomous consumption*)
- Jika pendapatan meningkat, konsumsi juga meningkat (tidak sebesar tingkat pendapatan) Fungsi Konsumsi Keynes : $C = a + b Y_d$. Dimana :
- C = Consumption
- a = *Autonomous consumption* atau subsidi bila pendapatan nol
- b = *Marginal Propensity to Consume* (MPC) (kecenderungan mengonsumsi marjinal)
- Y_d = Pendapatan Disposabel

Adapun kecenderungan hasrat berkonsumsi rata-rata (*Average Propensity to Consume / APC*) adalah perbandingan antara tingkat konsumsi dengan tingkat pendapatan. Lingkungan yang agamis mampu mendorong konsumen untuk mencapai tujuan dasar kemashlahaannya dengan baik, sehingga akan mempengaruhi pembentukan pola perilaku dalam membelanjakan pendapatan konsumen.

Melalui tabel tersebut dapat dijelaskan konsumen 1 (satu) dengan perilaku hemat bisa memanfaatkan pendapatannya dengan baik, mengeluarkan pendapatan sesuai porsi setiap kebutuhan bahkan menyisihkan uang untuk ditabung sebesar 17,5% dan tidak melupakan kewajiban untuk membayar zakat sebesar 2,5%. Sedangkan, konsumen 2 (dua) dengan perilaku israf tidak mampu memanfaatkan pendapatannya secara baik, tidak memiliki prioritas pemenuhan kebutuhan mendasar hanya sebatas mementingkan kepuasan diri seperti hiburan pribadi sampai 40% dan membeli barang elektronik baru 30% [2].

Tabel 1. Pola Perilaku Konsumen

Konsumen 1 (Perilaku Hemat)	Konsumen 2 (Perilaku Israf)
Beras dan lauk pauk 30%	Beras dan lauk pauk 30%
Perlengkapan mandi dan perkakas cepat habis lain 5%	Perlengkapan mandi dan perkakas cepat habis lain 0%
Jasa kebersihan dan keamanan dan sekolah anak 20%	Jasa kebersihan dan keamanan dan sekolah anak 0%
Jasa listrik, telepon, air bersih 15%	Jasa listrik, telepon, air bersih 0%
Hiburan keluarga 5%	Hiburan keluarga 0%
Zakat 2,5%	Zakat 0%
Sedekah 5%	Sedekah 0%
Tabungan 17,5%	Tabungan 0%
	Barang elektronik baru 40%
	Hiburan pribadi 30%
TOTAL : 100%	TOTAL : 100%

3. Teknik Analisis

Penelitian yang digunakan merupakan metode deskriptif kuantitatif, yaitu menggambarkan data kuantitatif yang diperoleh menyangkut keadaan subjek atau sampel dalam penelitian. Jenis data berupa data primer dan sekunder dengan teknik pengumpulan berupa penyebaran kuesioner untuk data primer dan mencari informasi melalui Bidang Pendidikan dan Kemahasiswaan Fakultas untuk data sekunder. Lokasi penelitian dilakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara (USU) yang beralamat di Jalan Prof.M. Hanafiah, SH, Kampus USU Medan, Sumatera Utara dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) yang beralamat di Jalan Willièm Iskandar Pasar V, Medan Estate. Waktu penelitian direncanakan mulai dari bulan Maret 2019 sampai penelitian selesai. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Muslim Strata 1 (Satu) Fakultas Ekonomi dan Bisnis USU dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU yang masih aktif dalam perkuliahan dari stambuk 2015 - 2018.

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Muslim Strata 1 (Satu) FEB USU dan FEBI UINSU

Program Studi	Jumlah Mahasiswa Muslim	
	USU	UINSU
Ekonomi Pembangunan	372	1.133
Akuntansi	446	899
Manajemen	550	112
Asuransi Syariah		367
Perbankan Syariah		1.123
Total Mahasiswa	1.368	3.634

Penarikan sampel *insidental* dalam penelitian ini dilakukan terhadap beberapa responden dengan menyebar kuesioner secara langsung ke lapangan, beberapa responden lainnya menggunakan *google form* dalam penyebaran kuesioner melalui aplikasi komunikasi *WhatsApp* dan *Line*. Besarnya jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan pendekatan rumus *Slovin* dengan tingkat *margin of error* sebesar 10%, sehingga jumlah sampel untuk Mahasiswa Muslim FEB USU sebanyak 93 orang dan Mahasiswa Muslim FEBI UINSU sebanyak 97 orang.

4. Pembahasan

Konsumsi mahasiswa dalam penelitian ini meliputi: konsumsi makan minum, sandang, hiburan, transportasi, komunikasi, keperluan kuliah, keperluan kos, sedekah, keperluan harian, dan tabungan.

Tabel 3. Deskripsi Konsumsi Mahasiswa Muslim FEB USU

Konsumsi Mahasiswa	Jumlah Responden	Sum	Mean
Makan minum	93	50710000	545268,82
Sandang	93	10300000	110752,69
Hiburan	93	5735000	61666,67
Transportasi	93	14893000	160139,78
Komunikasi	93	7301000	78505,38
Keperluan kuliah	93	3975000	42741,94
Keperluan kos	93	3625000	38978,49
Sedekah	93	3014000	32408,6
Harian	93	7133000	76698,92
Tabungan	93	9345000	100483,87

Berdasarkan statistik deskriptif konsumsi mahasiswa FEB USU menunjukkan bahwa konsumsi makan minum menjadi konsumsi yang paling utama. Rata-rata biaya konsumsi makan minum mahasiswa FEB USU per bulan sebesar Rp 545.268. Konsumsi prioritas setelah makan minum adalah transportasi dengan rata-rata per bulan biaya konsumsi transportasi sebesar Rp 160.139. Selanjutnya, konsumsi sandang menjadi prioritas setelah konsumsi transportasi dengan rata-rata per bulan untuk biaya sandang adalah Rp 110.752. Biaya atau pengeluaran mahasiswa FEB USU yang paling sedikit adalah untuk kegiatan sedekah yaitu dengan rata-rata Rp 32.408.

Tabel 4. Deskripsi Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSU

Konsumsi Mahasiswa	Jumlah Responden	Sum	Mean
Makan minum	97	53160000	548041,24
Sandang	97	13345000	137577,32
Hiburan	97	5350000	55154,64
Transportasi	97	16993000	175185,57
Komunikasi	97	8981000	92587,63
Keperluan kuliah	97	8448000	87092,78
Keperluan kos	97	2836000	29237,11
Sedekah	97	3800000	39175,26
Harian	97	6910000	71237,11
Tabungan	97	9265000	95515,46

Berdasarkan statistik deskriptif konsumsi mahasiswa FEBI UINSU menunjukkan bahwa konsumsi makan minum menjadi konsumsi yang paling utama, hal ini dapat dilihat dari biaya konsumsi untuk makan minum lebih besar dibanding dengan biaya konsumsi lainnya. Rata-rata biaya konsumsi makan minum mahasiswa FEBI UINSU per bulan sebesar Rp 548.041. Konsumsi prioritas setelah makan minum adalah transportasi dengan rata-rata per bulan biaya konsumsi transportasi sebesar Rp 175.185. Selanjutnya, konsumsi sandang menjadi prioritas setelah konsumsi transportasi dengan rata-rata per bulan untuk biaya sandang adalah Rp 137.577.

Pengambilan hasil pengujian hipotesis Mann Whitney U Test dilihat berdasarkan nilai sig atau p value dengan alpha 0,05. Apabila nilai sig < alpha 0,05, maka terdapat perbedaan yang bermakna atau H_a diterima.

Hasil Uji Mann Whitney U Test menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan pola konsumsi mahasiswa dari kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin laki-laki, mahasiswa tidak kos, dan mahasiswa berpendapatan \geq Rp 1.000.000 per bulan, sedangkan untuk kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin perempuan, mahasiswa kos, dan mahasiswa berpendapatan $<$ Rp 1.000.000 per bulan terdapat perbedaan pola konsumsi untuk keperluan kuliah.

Tabel 5. Hasil Uji *Crosstab* Nilai-nilai Religiusitas terhadap Biaya Konsumsi Mahasiswa FEB USU

Hasil Uji <i>Crosstab</i>	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1171,041 ^a	1204	0,747
N of Valid Cases	93		

Berdasarkan Tabel 6, nilai asymp.sig probabilitas *Chi-Square* sebesar 0,74 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari alpha 0,05, maka H_0 diterima yaitu nilai-nilai religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya konsumsi mahasiswa secara keseluruhan.

Tabel 6. Hasil Uji *Crosstab* Nilai-nilai Religiusitas terhadap Biaya Konsumsi Mahasiswa FEBI UINSU

Hasil Uji <i>Crosstab</i>	Value	Df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	828,619 ^a	847	0,668
N of Valid Cases	97		

Berdasarkan hasil Uji Tabulasi Silang(*Crosstab*), nilai asymp.sig probabilitas *Chi-Square* sebesar 0,66 yang berarti bahwa nilai tersebut lebih besar dari alpha 0,05, maka H_0 diterima yaitu nilai-nilai religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap biaya konsumsi mahasiswa secara keseluruhan.

5. Kesimpulan

Tidak terdapat perbedaan pola konsumsi mahasiswa dari kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin laki-laki, mahasiswa tidak kos, dan mahasiswa berpendapatan \geq Rp 1.000.000 per bulan, sedangkan untuk kategori perbedaan pola konsumsi berdasarkan jenis kelamin perempuan, mahasiswa kos, dan mahasiswa berpendapatan $<$ Rp 1.000.000 per bulan terdapat perbedaan pola konsumsi untuk keperluan kuliah. Analisis deskriptif penerapan nilai-nilai religiusitas dalam kegiatan konsumsi melalui pernyataan jawaban responden menunjukkan bahwa lingkungan kampus Mahasiswa Muslim FEBI UINSU lebih mempengaruhi kebiasaan untuk terus mengingat Allah dalam kegiatan konsumsi dengan selalu membelanjakan harta sewajarnya dan mendahulukan kebutuhan prioritas. Namun, pada prakteknya secara keseluruhan baik nilai-nilai religiusitas dari Mahasiswa Muslim FEB USU maupun Mahasiswa Muslim FEBI UINSU tidak berpengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mahasiswa yang digambarkan melalui biaya konsumsi. Oleh karena itu, baik Mahasiswa Muslim FEB USU maupun Mahasiswa Muslim FEBI UINSU belum menerapkan pola perilaku konsumsi berdasarkan Islam.

Referensi

- [1] Nasution, S.H., dan Rakhmat Sumanjaya. 2016. *Teori Ekonomi Mikro*. Medan: USU Press.
 [2] Muflih, M. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.