

Budaya Konsumerisme dan Teori Kebocoran di Kalangan Mahasiswa

Abdur Rohman

Universitas Trunojoyo Madura (UTM) Bangkalan

e-mail: amans_07@yahoo.co.id

Abstrak:

Tulisan ini mengungkap persoalan yang terjadi di kalangan mahasiswa, seiring derasnya arus globalisasi yang menerpa aktifitas mahasiswa yang semakin lama semakin mengkhawatirkan, sehingga mengarah pada budaya konsumerisme. Budaya ini menjadi ideologi dan menjadi tuntutan gaya hidup mahasiswa yang semakin tidak terkontrol. Sekalipun mereka menyadari bahwa perilaku konsumtif merupakan sikap negatif, yang kurang bisa diterima dalam hubungan sosial maupun agama, terlebih dalam Islam. Karenanya, penelitian ini berupaya untuk menjelaskan: (1) Bagaimana perilaku budaya konsumerisme dan teori kebocoran di kalangan mahasiswa? (2) Bagaimana solusi ekonomi Islam melihat kondisi menjamurnya budaya konsumerisme tersebut? Penelitian ini dilakukan dengan asumsi bahwa sejumlah mahasiswa berperilaku konsumtif yang mengarah kepada budaya konsumerisme. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa perilaku budaya konsumerisme, yang kemudian peneliti sebut dengan kebocoran mahasiswa, sudah sangat mengkhawatirkan. Dalam hal ini, ekonomi Islam menawarkan konsep-konsep konsumsi, seperti tidak melakukan *isrâf*.

Kata Kunci:

Budaya konsumerisme, teori kebocoran, ekonomi Islam, mahasiswa

Abstract:

This paper reveals problems that occur among university students, as the swift currents of globalization that hit the activities of university students that increasingly worrying and leading to a culture of consumerism. This culture becomes an ideology and a lifestyle demands of increasingly uncontrollable students. Even if they realize that consumptive behavior is a negative attitude that is less acceptable in social relationships and religion, especially in Islam. Therefore, this study seeks to explain: (1) How does the behavior of the consumerism culture and the leakage theory among university students? (2) How does the solution of Islamic economy sees the condition of the mushrooming of the consumerism culture? This research was conducted on the assumption that the number of university students behave consumptive that lead to the culture of consumerism. This study shows that the behavior of the consumerism culture, then I call the leakage of university students, is very worrying. In this case, the Islamic economy offers the concepts of consumption, as not doing *isrâf*.

Keywords:

The consumerism culture, the leakage theory, the Islamic economy, university students

Pendahuluan

Budaya konsumerisme dewasa ini sudah menjadi ideologi dan tuntutan gaya hidup manusia, terlebih pada kaum remaja, khususnya mahasiswa. Secara umum, para remaja menyadari perilaku konsumtif merupakan sikap negatif yang kurang bisa diterima dalam hubungan sosial maupun agama, terlebih agama Islam, seperti dijelaskan dalam al-Qur'an surat al-Isrâ' (15):2 bahwa para pemboros itu adalah saudar saudara setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. Jean Baudrillard mengatakan bahwa konsumerisme merupakan budaya konsumsi modern dapat menciptakan pergeseran dari *mode of production* menjadi *mode of consumption*, dari rasio menjadi hasrat konsumsi.³ Karenanya, hal semacam ini menjadi mitos yang mengarah pada keborosan yang tidak terhentikan, karena orang tidak lagi memikirkan eksploitasi dan produksi dari manusia (jasa) dan alam (barang), tetapi mereka diliputi dengan pemikiran untuk mengkonsumsi terus-menerus.

Pada umumnya, fenomena perilaku konsumtif mahasiswa adalah perilaku yang mencerminkan "serba instan" atau perilaku yang tidak mengindahkan proses, bahkan tidak peduli dengan proses. Perilaku konsumtif juga sering dilawankan dengan perilaku produktif. Bahkan, konsumtif cenderung mengarah pada gaya hidup glamor, boros, dan hedon. Perilaku konsumtif ini kemudian dianggap lazim dialami pada masa-masa remaja, terutama pada mahasiswa.

Remaja terkesan senang dengan perilaku yang berbau konsumtif dan

hedon (kesenangan/kenikmatan).¹ Mereka senang mengeluarkan uang demi mendapatkan barang yang sedang populer dan tidak mau ketinggalan zaman. Mereka juga mudah termakan iklan yang banyak bermunculan di berbagai media. Padahal, mereka tidak begitu mementingkan barang yang ditawarkan tersebut. Semua barang tersebut hampir tidak ada kaitannya dengan prestasi mahasiswa.

Diakui atau tidak, kebutuhan mahasiswa dewasa ini bukan sekadar UKT dan finansial semata, tetapi juga kebutuhan lain untuk menunjang penampilan dan gengsinya, seperti untuk membeli pulsa ponsel, baju, asesoris mengikuti *fashion trend*, bergaul, menonton bioskop, dan makan di luar. Semua itu berpotensi membentuk perilaku konsumtif. Apalagi kalau mahasiswa tersebut berpacaran, pengeluarannya pun bertambah, sementara mereka masih bergantung kepada orang tua.

Perilaku konsumtif merupakan dampak sosiologis dari ekspansi pasar. Seperti fenomena yang sering terjadi ketika seorang ibu pergi bersama anaknya; ketika anaknya ingin meminta sesuatu kepada ibunya dan tidak dipenuhi, anak tersebut akan marah, sehingga sang ibu harus membelikan keinginan anaknya. Persoalannya adalah mengapa mereka harus membeli barang produksi yang mereka inginkan?

Menurut teori perilaku konsumen konvensional,² seorang konsumen

¹ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, terj. Wahyunto (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), 45.

² Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), 28.

rasional akan berusaha memaksimalkan kepuasan dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa. Setiap individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktifitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal berdasarkan tingkat pendapatannya.

Ada yang berpendapat bahwa karena bentuk kapitalisme baru di mana analisis cara-cara perubahan nilai ekonomi dipengaruhi oleh mode yang dapat memengaruhi pola konsumsi manusia³ dan karena kuatnya dominasi sistem kapitalisme sudah lebih dari satu abad berkiprah melayani kepentingan manusia dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka,⁴ maka wajar jika terjadi perdebatan panjang di kalangan ekonom dalam persoalan apakah ilmu ekonomi merupakan ilmu yang sarat dengan muatan nilai dan etika, ataukah sebaliknya yaitu bebas dari unsur-unsur tersebut,⁵ sebab masuknya

unsur etika dalam kawasan ilmu ekonomi menimbulkan problem epistemologis yang cukup serius, sebagaimana tercermin dalam pertanyaan di atas.⁶ Tetapi, jika objek perdebatan tersebut adalah ekonomi Islam, maka mau tidak mau unsur etika dan nilai menjadi bagian penting yang tidak terpisahkan dari ekonomi Islam itu sendiri.⁹ Sebab dalam melihat ilmu ekonomi sebagai suatu objek kajian ilmiah maupun ekonomi sebagai aktifitas manusia, Islam menawarkan suatu pandangan yang komprehensif, yaitu segala aktifitas ekonomi dalam Islam ditujukan dalam rangka pemenuhan tuntutan ekonomis dan rohaniah secara bersamaan.¹⁰

Tantangan yang demikian besar bukan berarti menjadi alasan untuk tidak melakukan upaya sama sekali. Pembahasan satu persatu instrumen ekonomi Islam dengan menggunakan perpaduan kedua pendekatan di atas merupakan upaya menuju pemben-

³ Mike Featherstone, *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*, terj. Misbah Zulfa Elizabeth (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), 145.

⁴ Ekonomi modern telah memberikan berbagai macam cara bagaimana memuaskan keinginan manusia, sepanjang mereka memiliki akses atau kemampuan mengelola sumber daya ekonomi. Ekonomi modern tidak memiliki batasan improvisasi dalam berekonomi, kecuali mereka telah berhadapan dengan kekuatan pasar yang biasa diklaim sebagai *invisible hand*. Sehingga tumpuhan perhatian masalah ekonomi lebih ditujukan pada bagaimana mengatasi akan sumber daya ekonomi yang dihadapi individu.

⁷ Para ahli ekonomi berselisih pendapat dalam masalah ini. Bagi yang berpendapat bahwa ilmu ekonomi merupakan cabang ilmu yang sarat dengan nilai, maka yang menjadi pertanyaan mendasarnya adalah "*what augh to be*". Sedangkan yang beranggapan ilmu ekonomi bebas dari muatan nilai, maka pertanyaan mendasar adalah "*what is*". Untuk mengetahui

jawaban dari perdebatan ini, baca Winardi, *Ilmu Ekonomi dan Aspek-aspek Metodologisnya* (Jakarta: Rineka Cipta, 1990), 77-78, 112.

⁸ Karena itu, sebagian ahli memilah ilmu ekonomi menjadi dua macam, yaitu ilmu ekonomi positif dan ilmu ekonomi normatif. Yang pertama menyajikan dan menyelidiki fakta sebagaimana adanya, sedangkan yang kedua memasukkan unsur-unsur nilai seperti baik-buruk, layak tidak layak, dan sebagainya. Lihat Dawam Raharjo, "Sekapursirih tentang Aksiologi Ekonomi Islam", dalam Syed Nawab Heidar Naqvi, *Etika dan Ilmu Ekonomi; Suatu Sintesis Islami*, terj. Husin Anis dan Asep Hikmat (Bandung: Mizan, 1993), 12. Ada pula yang berpendapat bahwa etika ketika memasuki kawasan ilmu ekonomi hanya dapat dilihat dalam praktik ekonomi bukan pada teorinya. Lihat Musa Asy'arie, *Islam; Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat* (Yogyakarta: LeSFI bekerjasama dengan IL, 1997), 21.

⁹

KARSA: Jurnal Sosial dan Budaya Keislaman
Vol. 24 No. 2, Desember 2016: 237-253
Copyright (c)2016 by Karsa. All Right Reserved
DOI: 10.19105/karsa.v24i2.894

tukan bangunan teori ekonomi Islam secara utuh. Salah satu instrumen yang sangat vital untuk melawan budaya konsumerisme di kalangan mahasiswa adalah dengan menawarkan spektrum ekonomi Islam.

Budaya Konsumerisme Mahasiswa

Konsumerisme merupakan suatu paham di mana seorang atau kelompok melakukan dan menjalankan proses pemakaian barang hasil produksi secara berlebihan, tidak sadar, dan berkelanjutan. Jika mereka menjadikan hal konsumtif tersebut sebagai gaya hidup, sudah dipastikan mereka menganut konsumerisme, karena gaya hidup merupakan pola hidup yang menentukan cara seorang memilih untuk menggunakan waktu, uang, dan energi serta merefleksikan nilai, rasa, dan kesukaan. Gaya hidup adalah cara seorang menjalankan apa yang menjadi konsep dirinya, yang ditentukan oleh karakteristik individu yang terbangun dan terbentuk sejak lahir dan seiring dengan berlangsungnya interaksi sosial selama mereka menjalani siklus kehidupan.

Konsep gaya hidup konsumen sedikit berbeda dari kepribadian. Gaya hidup terkait dengan cara seorang hidup, menggunakan uang dan mengalokasikan waktunya. Kepribadian menggambarkan konsumen lebih kepada perspektif internal, yang memperlihatkan karakteristik pola pikir, perasaan, dan persepsinya terhadap sesuatu. Gaya hidup yang diinginkan oleh seorang memengaruhi perilaku pembelian yang ada dalam dirinya, dan selanjutnya akan memengaruhi dan bahkan mengubah gaya hidupnya.⁷

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli atau memakai barang yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan rasional, tetapi didasarkan pada keinginan irasional.⁸ Menurut Yayasan Lembaga Konsumen (YLK), konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas.⁹ Meskipun definisi konsep perilaku konsumtif amat variatif, tetapi pada intinya perilaku konsumtif adalah membeli atau menggunakan barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Artinya, segala usaha, jerih payah, dan pekerjaan yang dilakukannya adalah untuk mencukupi kebutuhan hidupnya secara langsung.

Berdasarkan beberapa pengertian para ahli, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Tanpa pertimbangan

Berdasarkan beberapa pengertian para ahli, dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap jasa dan barang yang kurang atau bahkan tidak diperlukan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan serta lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Tanpa pertimbangan

⁷ Berbagai faktor dapat memengaruhi gaya hidup seseorang di antaranya demografi, kepribadian, kelas sosial, dan daur hidup dalam rumah tangga.

⁸ Luki Viky Desha "Psikologi Konsumen: Pengaruh Situasi Konsumen", diakses pada 6 juli 2016, <http://lukivikidesha.blogspot.co.id/2010/11/ugas6psikonsumenpengaruhsituasi.html>.

⁹ Moningka, C., "Konsumtif: Antara Gengsi dan Kebutuhan", diakses pada 30 Juni 2016, <http://www.suarapembaruan.com/News/2006/12/13/urban/urb02.htm>.

matang seorang akan mudah melakukan pengeluaran demi memenuhi keinginannya yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri.

Seharusnya, konsumsi dianggap sebagai maksud dan tujuan esensial daripada produksi. Dengan kata lain, produksi adalah alat bagi konsumsi. Meskipun banyak perbedaan pendapat para ekonom tentang definisi konsumsi, namun mayoritas definisi tersebut berkisar pada penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.

Adapun tujuan konsumsi secara konvensional adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mempertahankan status sosial, mempertahankan status keturunan, mendapatkan keseimbangan hidup, memberikan bantuan kepada orang lain (tujuan sosial), menjaga keamanan dan kesehatan, keindahan dan seni, memuaskan batin, serta keinginan untuk meniru.¹⁰ Kegiatan konsumsi yang dilakukan manusia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya, sehingga tercapai tingkat kemakmuran.

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan memperoleh *utility* dalam kegiatan konsumsinya.¹¹ *Utility* berarti berguna, membantu atau menguntungkan. Berdasarkan konsep ini, dalam ekonomi kapitalis konsumen adalah raja, yang mana segala keinginan konsumen menjadi arah segala aktifitas perekonomian

¹⁰ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2008), 10.

¹¹ Imamuddin Yuliadi, "Analisis Makro Ekonomi Indonesia Pendekatan ISLM", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8/2 (2001): 171.

untuk memenuhi keinginan mereka sesuai kadar keinginan tersebut. Bahkan, kebahagiaan manusia tercermin dalam kemampuannya dalam mengkonsumsi apa yang diinginkan.

Menurut Kotler, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsinya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan.¹² Dalam *Oxford Advanced Learner's Dictionary*,¹³ kepuasan adalah "the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen"; "the act of fulfilling a need or desire"; dan "an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc." Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Dari sejumlah hasil penelitian para ahli, secara umum ada perbedaan dalam pola konsumsi antara laki-laki dan perempuan, seperti dalam tabel berikut:

Laki-laki	Perempuan
a. Mudah terpengaruh bujukan penjual.	a. Lebih tertarik pada warna dan bentuk, bukan pada hal teknis dan kegunaannya.
b. Sering tertipu karena tidak sabar dalam memilih barang.	b. Tidak mudah terbawa arus bujukan penjual.
c. Mempunyai perasaan kurang enak bila tidak membeli sesuatu setelah memasuki toko.	c. Menyenangi hal-hal yang romantis daripada

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, terj. Hendra Teguh (Jakarta: Erlangga, 2000), 41.

¹³ Gregorius, *Service, Quality & Satisfaction* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), 35.

<p>d. Kurang menikmati kegiatan berbelanja, sehingga sering terburu-buru mengambil keputusan.</p>	<p>objektif. d. Cepat merasakan suasana toko.</p>
---	---

Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Masa remaja termasuk mahasiswa merupakan masa transisi, sehingga tidak sedikit dari mereka melakukan suatu tindakan yang menyimpang. Berdasarkan tingkatannya, penyimpangan tersebut sebagai berikut:

1. Taraf wajar, berdasarkan ciri-ciri masa remaja,
2. Taraf menengah, yang menunjukkan bahwa seorang merasa terganggu, sehingga dia melakukan penyimpangan
3. Taraf kuat, yang meliputi penyimpangan pasif dan penyimpangan agresif. Penyimpangan pasif merupakan bentuk tingkah laku yang menunjukkan kecenderungan putus asa dan merasa tidak aman, sehingga menarik diri dari kegiatan serta takut memperlihatkan usahanya. Penyimpangan agresif merupakan bentuk tingkah laku sosial yang menunjukkan kecenderungan merusak, melanggar peraturan, dan menyerang.

Dengan demikian, remaja memiliki potensi besar untuk melakukan tindakan menyimpang. Salah satu perilaku menyimpang yang kebanyakan dilakukan para remaja adalah membeli sesuatu yang bukan lagi sekadar untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi lebih cenderung membicarakan masalah eksistensi diri, yang biasa disebut se-

bagai perilaku konsumtif. Hal ini hampir melanda semua kalangan, baik di sekolah/kampus maupun di dalam masyarakat. Budaya konsumen kontemporer dicirikan dengan adanya peningkatan gaya hidup.

Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura tidak lepas dari keinginan untuk mengaktualisasikan dirinya melalui gaya hidup yang mereka pilih. Mereka mengkonsumsi barang kurang penting. Berdasarkan 100 angket yang disebar kepada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura sebagai objek penelitian, ada 7 angket yang tidak dapat dipertanggungjawabkan, sehingga tidak dimasukkan ke dalam data. Data menunjukkan bahwa ada sebagian mahasiswa yang suka berbelanja, dan ada perbedaan tingkat konsumsi mahasiswa dan mahasiswi.

Hasil analisis dari 55 angket dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berperilaku konsumtif. Hanya ada beberapa mahasiswa yang dapat dikatakan tidak berperilaku konsumtif.

Indikator perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura melalui nilai angket yaitu:

1. Nilai angket yang lebih dari 58 dikategorikan sebagai mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berperilaku konsumtif.
2. Nilai angket yang berkisar antara 28-30 dikategorikan sebagai mahasiswa normal.
3. Nilai angket yang kurang dari 25 dikategorikan sebagai mahasiswa tidak konsumtif.

Berikut ini adalah data yang diperoleh dari hasil penelitian:

No	Kategori	Jumlah Mahasiswa	Persentase
1	Mahasiswa konsumtif	58	58 %
2	Mahasiswa normal	28	28%
3	Mahasiswa tidak konsumtif	23	23%
Jumlah		100	100%

Dari persentase tersebut terlihat hanya sebagian mahasiswa yang mengidap perilaku konsumtif, sedangkan mayoritas mahasiswa bersikap sewajarnya saja. Kemudian, mahasiswa yang berperilaku konsumtif dibagi ke dalam tiga kategori, yaitu super konsumtif, konsumtif biasa, dan konsumtif lemah. Kategori tersebut juga diperoleh melalui nilai angket dengan indikator sebagai berikut:

1. Mahasiswa dikategorikan sebagai super konsumtif bila nilai angket lebih dari 75.
2. Mahasiswa dikategorikan sebagai konsumtif biasa bila nilai angket berkisar antara 68-75.
3. Mahasiswa dikategorikan sebagai konsumtif lemah bila nilai angket berkisar antara 60-67.

Mahasiswa yang dinyatakan berperilaku konsumtif sebanyak 58 mahasiswa, super konsumtif sebanyak 27 mahasiswa (44,45%), konsumtif biasa sebanyak 18 mahasiswa (33,33%), dan yang konsumtif lemah sebanyak 12 mahasiswa (22,22%).

Apabila disajikan ke dalam tabel, hasilnya adalah sebagai berikut:

No	Kategori	Jumlah Mahasiswa	Persentase
1	Super konsumtif	27	44.45%

2	Konsumtif Biasa	18	33,33%
3	Konsumtif lemah	12	22,22%
Jumlah		58	100%

Penelitian tidak hanya dilakukan dengan menggunakan angket, tetapi juga dengan wawancara kepada beberapa mahasiswa. Berikut ini adalah petikan hasil wawancara antara peneliti dengan beberapa mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dengan pertanyaan:

- a. Berapa kali Anda makan dalam satu hari?
- b. Seberapa banyak pulsa yang Anda keluarkan selama 1 minggu, dan digunakan untuk apa?
- c. Apakah Anda merokok, rokok merk apa, dan berapa bungkus dalam sehari?
- d. Apa bedak atau *cream* (pagi, siang, dan malam) yang Anda gunakan untuk *make up*, apakah Anda pernah menggunakan bedak yang harganya lebih dari Rp. 20.000,-?

Objek penelitian pertama sebut saja namanya Ahmad, mahasiswa semester V Universitas Trunojoyo Madura. Dia memiliki 1 *handphone*. Selama 1 minggu, dia selalu menghabiskan pulsa Rp. 25.000,-. Pulsa ini digunakan untuk menelepon dan SMS dengan teman dan pacarnya. Selain itu, dia juga merokok seharga Rp. 12.000,-/1 bungkus/hari, makan 3 kali dengan menghabiskan uang Rp. 7.000-10.000,- setiap kali makan, memakai jasa internet dengan biaya Rp. 3.000-5.000,-/hari.

Selanjutnya ketika ditanya dengan makan hingga menghabiskan Rp. 10.000,-/sekali makan. Apakah anda bisa makan dengan Rp. 4.000,-? Misalnya dengan tahu dan tempe saja?

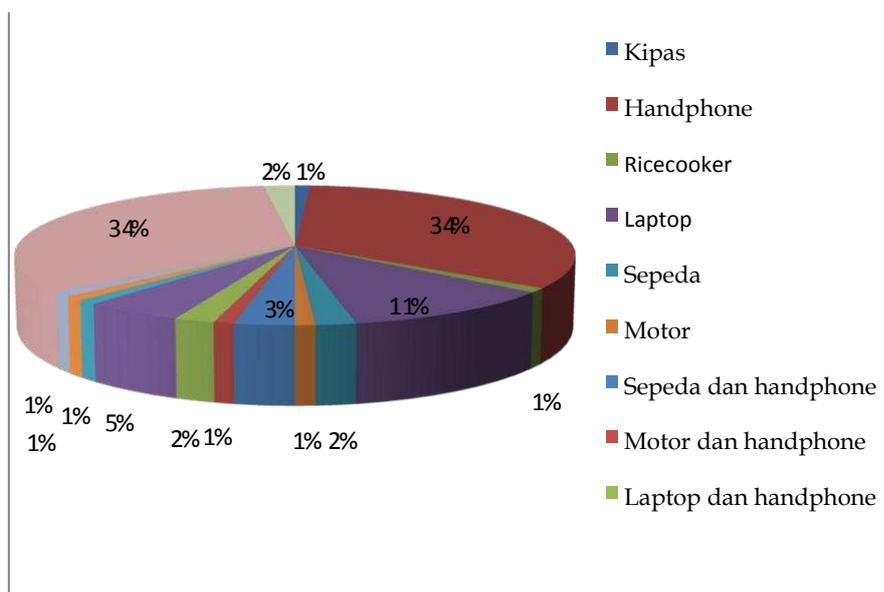
Mereka dengan jujur mengatakan “bisa”. Tetapi, mengapa tidak dilakukan? Ia menjawab “gengsi”. Ketika dihi-tung bahwa ia telah melakukan kebocoran dalam makan antara Rp. 3.000,- s/d 4.000,- sekali makan, yaitu $3.000 \times 3 = \text{Rp. } 9.000,-$ ia membenarkan perhitungan tersebut.

Dari berbagai pernyataan di atas, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki sikap konsumtif. Oleh karena itu, peneliti menyebut dengan kebocoran mahasiswa (teori kebocoran). Sehingga, dari hasil analisis peneliti menyimpulkan bahwa kebocoran mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berkisar antara Rp. 25.000,- s/d Rp. 30.000,-/hari. Tetapi, hasil tersebut belum bisa dijadikan sebagai patokan untuk menunjukkan mahasiswa Universitas Trunojoyo

Madura semuanya bersikap konsumtif. Hal tersebut karena sampel yang diambil untuk wawancara kebetulan sebagian besar memiliki perilaku konsumtif saja, terutama yang memang peneliti anggap akan menjadi pemicu kawankawan mahasiswa lainnya.

Bahkan, penelitian yang cukup mengejutkan adalah bahwa mahasiswa Bidikmisi menggunakan dana *living cost* yang berjumlah Rp. 600.000,-/bulan, hanya kisaran Rp. 100.000,- hingga Rp. 200.000,- yang dialokasikan untuk pembelian buku, uang *photocopy*, dan pembelian Alat Tulis Kantor (ATK). Selebihnya, 80% dimanfaatkan untuk keperluan yang tidak ada kaitannya

dengan akademik.¹⁴ Artinya, tingkat konsumerisme mahasiswa Bidikmisi sudah mengarah ke budaya konsumerisme. Dana *living cost* yang diperuntukkan untuk membantu mahasiswa yang memiliki kemampuan lebih dari kalangan tidak mampu, masih belum dimanfaatkan secara optimal. Lebih detailnya, bisa dilihat pada tabel berikut:



Penelitian ini menyimpulkan bahwa hanya 34% dari responden yang tidak menggunakan dana *living cost* yang mereka peroleh untuk membeli barang elektronik, sementara sisanya 66% pernah menggunakannya untuk membeli barang elektronik, dan yang paling banyak digunakan untuk membeli *handphone* dan *laptop*, bahkan

¹⁴ Hampir keseluruhan responden pernah menggunakan dana *living cost* yang mereka peroleh untuk membeli alat elektronik. Lihat Zainiyatul Afifah, *Penggunaan Living Mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura*, 2016 (Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Trunojoyo Madura, 2016)

sebagian dari mereka sanggup membeli motor dan *handphone* atau motor, laptop dan *handphone* sekaligus.¹⁵

Teori Kebocoran Pada Mahasiswa

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa tingkat konsumtif mahasiswa sudah sangat mengkhawatirkan, sehingga menuntut segera untuk dicarikan solusinya. Untuk peneliti menyebut perilaku konsumtif yang berlebihan, karena berangkat dari definisi konvensional yang tidak dilandasi nilai etika sehingga pada gilirannya menghantarkan pada budaya konsumerisme. Budaya konsumerisme dengan berbagai macam persoalannya inilah yang peneliti sebut dengan teori kebocoran. Hanya saja pada teori kebocoran yang dimaksud peneliti adalah hasil akhir dari budaya konsumerisme, sehingga kebocoran-kebocoran tidak semakin melebar.

Mengapa bisa demikian? Peneliti mencoba mengukuhkan teori kebocoran diawali dengan menghadirkan kata "teori" secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *theorea*, yang berarti melihat dan *theoros* yang berarti pengamatan.¹⁶ Adapun pengertian teori menurut terminologi memiliki beberapa pengertian seperti yang dikemukakan oleh ilmuwan sebagai berikut: Kerlinger mengemukakan bahwa teori adalah suatu kumpulan variabel yang saling berhubungan, definisi-definisi, dan proposisi-proposisi yang memberikan pandangan yang sistematis tentang fenomena dengan menspesifikasikan relasi-relasi yang ada di antara beragam

variabel, dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena yang ada.¹⁷

Secara umum, teori diartikan sebagai pendapat. Sedangkan dalam pengertian khusus, teori hanya digunakan dalam lingkungan ilmu atau biasa disebut teori ilmiah. Dalam pengertian khusus ini, Kerlinger menyatakan bahwa: *Pertama*, suatu teori adalah satu aset proposisi yang terdiri atas konsep-konsep yang berhubungan. *Kedua*, teori memperlihatkan hubungan antar variabel atau antar konsep yang menyajikan suatu pandangan yang sistematis tentang fenomena. *Ketiga*, teori haruslah menjelaskan variabelnya dan bagaimana variabel itu berhubungan.¹⁸

Dengan demikian, teori dapat dikatakan sebagai alur logika atau penalaran, yang merupakan seperangkat konsep, definisi, dan proposisi yang disusun secara sistematis. Selain dari pada itu, teori mempunyai hubungan yang erat dengan penelitian dan juga dapat meningkatkan arti dari penemuan penelitian. Tanpa teori, penemuan tersebut akan merupakan keterangan-keterangan empiris yang berpencair. Makin banyak penelitian yang dituntun oleh teori, maka makin banyak pula kontribusi penelitian yang secara langsung dapat mengembangkan ilmu pengetahuan.¹⁹

Sedangkan teori kebocoran adalah perilaku konsumtif yang mengakibatkan pada budaya-budaya konsumerisme. Misalnya, mahasiswa yang seharusnya bisa mengkonsumsi (makan)

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Lorens Bagus, *Kamus Filsafat* (Jakarta: Gramedia, 2002), 109.

¹⁷ Reza A. A. Wattimena, *Filsafat dan Sains Sebuah Pengantar* (Jakarta: PT. Grasindo, 2008), 87.

¹⁸ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983), 22-25.

¹⁹ Ibid.

dengan 3 kali/hari dan cukup dengan Rp. 15.000,- tetapi ia mengabdikan konsumsinya hingga Rp. 20.000,-/hari. Maka, mahasiswa tersebut telah kebocoran Rp. 5000,-. Seorang mahasiswa sebenarnya cukup menggunakan bedak seharga Rp. 10.000,- tetapi karena menggunakan *cream* pagi, siang, dan malam seharga Rp. 25.000,-/*cream*, maka mahasiswi tersebut mengalami kebocoran senilai Rp. 15.000,-/*cream*, dan banyak lagi contoh lainnya.

Solusi Ekonomi Islam

Pada dasarnya, konsumsi dibangun di atas dua hal, yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (*manfaat*). Secara rasional, seseorang tidak akan pernah mengonsumsi suatu barang, manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dalam perspektif ekonomi Islam, dua unsur ini mempunyai kaitan yang sangat erat (*interdependensi*) dengan konsumsi itu sendiri. Mengapa demikian? Ketika konsumsi dalam Islam diartikan sebagai penggunaan terhadap komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan, maka sudah barang tentu motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan aktifitas konsumsi juga harus sesuai dengan prinsip konsumsi itu sendiri. Artinya, karakteristik dari kebutuhan dan manfaat secara tegas juga diatur dalam ekonomi Islam.

Selain itu, Islam melihat aktifitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menumpulkan pahala menuju *al-falâh* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Demikian pula dalam masalah motif konsumsi, pada dasarnya adalah *mash-*

*lahah*²⁰ (*public interest or general human good*)²¹ kebutuhan dan kewajiban. Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktifitas konsumsi terdapat di dalam al-Qur'an dan sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Sementara itu, Yûsuf al-Qardlâwî²² memasukkan variabel moral dalam konsumsi di antaranya adalah konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (*halâl*), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, dan menjauhi kebatilan serta kekikiran. Sehingga dapat disimpulkan bahwa aktifitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang juga bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian, dan kesejahteraan akhirat (*falâh*).

²⁰ Para pemikir Islam yang membahas *mashlahah* di antaranya adalah al-Ghazâlî, *al-Mustashfâ*, (Beirut: Dâr al-Fikr, t.th.), Abû al-Ma'âli 'Abd al-Mâlik bin 'Abdullâh al-Juwaynî, *al-Burhân* (Kairo: Dâr al-Anshâr, t.th.)

²¹ Muhammad Akram Khan, "The Role of Government in the Economy", *The American Journal of Islam and Social Science* 14, no. 2 (1997): 157, diakses pada 26 Februari 2010, http://i-epistemology.net/v1/attachments/466_V14N2%20Summer%2097%20-%20Khan%20-%20The%20Role%20of%20Government%20in%20the%20Economy.pdf.

²² Yûsuf al-Qardlâwî, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*, terj. Didin Hafiduddin dan Setiawan Budi Utomo (Jakarta: Robbani Press, 1997)

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah swt. kepada sang *khalifah* agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Dalam satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *khalifah* adalah kegiatan ekonomi dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi. Islam mengajarkan kepada sang *khalifah* untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan keridaan dari Allah, sang Pencipta.²³

Allah berfirman dalam surah al-A'raf (7): 31.

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*Makan dan minumlah, namun janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*²⁴

Di dalam beberapa hadits telah diterangkan tentang perilaku konsumen dalam Islam, yaitu:

1) Halal

عَنْ عَامِرٍ قَالَ: سَمِعْتُ التُّعْمَانَ بْنَ بَشِيرٍ يَقُولُ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ ﷺ يَقُولُ: الْحَلَالُ بَيْنَ وَالْحَرَامِ بَيْنٌ وَبَيْنَهُمَا مُشَبَّهَاتٌ لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ فَمَنْ اتَّقَى الْمُشَبَّهَاتِ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ كَرَعَ يَزْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ جَمِيٍّ أَلَا إِنَّ جَمِيَّ اللَّهِ فِي أَرْضِهِ مَخْرَمَةٌ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْعَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ. (رواه البخاري)

Dari 'Âmir, saya mendengar al-Nu'mân ibn Basyîr berkata, saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: "Halal itu jelas, haram juga jelas, di antara keduanya itu syubhat, tidak banyak manusia yang mengetahui. Siapa menjaga diri dari barang syubhat, maka ia telah bebas untuk agama dan harga dirinya, barang siapa yang

terjerumus dalam syubhat maka diibaratkan pengembala di sekitar tanah yang dilarang yang dikhawatirkan terjerumus. Ingatlah, sesungguhnya setiap pemimpin punya bumi larangan. Larangan Allah adalah hal yang diha-ramkan 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."²⁵

2) Baik/bergizi

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ - «أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ اللَّهَ طَيِّبٌ لَا يَقْبَلُ إِلَّا طَيِّبًا وَإِنَّ اللَّهَ أَمَرَ الْمُؤْمِنِينَ بِمَا أَمَرَ بِهِ الْمُرْسَلِينَ فَقَالَ (يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُّوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ) وَقَالَ (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ)». ثُمَّ ذَكَرَ الرَّجُلُ يُطِيلُ السَّفَرَ أَشْعَثَ أَغْبَرَ يَمُدُّ يَدَيْهِ إِلَى السَّمَاءِ يَا رَبِّ يَا رَبِّ وَمَطْعَمُهُ حَرَامٌ وَمَشْرَبُهُ حَرَامٌ وَمَلْبَسُهُ حَرَامٌ وَعُذْيُ بِالْحَرَامِ فَأَتَى يُسْتَجَابُ لِدَلِكِ». (رواه مسلم)

Dari Abû Hurayrah berkata, "Rasulullah saw. bersabda: 'Wahai manusia! Sesungguhnya Allah itu baik, tidak menerima sesuatu kecuali yang baik. Ia memerintahkan pada orang-orang yang beriman apa yang diperintahkan pada para utusan. "kemudian baca ayat: "wahai para utusan, makanlah dari yang baik dan beramallah yang baik, karena sesungguhnya kami mengetahui apa yang kalian kerjakan." Baca ayat lagi: "Makanlah dari yang baik atas apa yang Kami rezekikan padamu." Kemudian Nabi menuturkan ada seorang laki laki yang bepergian jauh, rambutnya acak-acakan dan kotor. Dia menengadahkan kedua tangannya ke atas seraya berdoa: "Wahai Tuhanku, wahai Tuhanku", sedang yang dimakan dan yang diminum serta dan yang dipakai adalah berasal

²⁵ Abû 'Abdullâh Muḥammad ibn Ismâ'il al-Bukhârî, *al-Jâmi' al-Shahîh*, Vol. 1 (Kairo: Dâr al-Sya'b, 1987), 20.

²³ Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2005), 162.

²⁴ Departemen Agama RI., *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Bumi Putra, 1999), 187.

dari yang haram, mana mungkin doanya diterima."²⁶

3) Tidak Berlebih-lebihan

سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: مَا مَلَأَ آدَمِيَّ
وَعَاءً شَرًّا مِنْ بَطْنٍ، حَسْبُ الْآدَمِيَّ، لُقَيْمَاتٌ يُقْمَنُ صَلْبُهُ،
فَإِنْ غَلَبَتْ الْآدَمِيَّ نَفْسُهُ، فُتِلَتْ لِلطَّعَامِ، وَتِلَتْ لِلشَّرَابِ،
وَتِلَتْ لِلنَّفْسِ. (رواه ابن ماجه)

Saya mendengar Rasulullah saw. bersabda: "Anak Adam tidak mengisi penuh suatu wadah yang lebih jelek dari perut, cukuplah bagi mereka itu beberapa suap makan yang dapat menegakkan punggungnya, apabila kuat keinginannya maka jadilah sepertiga untuk makan, sepertiga untuk minum, sepertiga untuk dirinya atau udara."²⁷

4) Tidak mengandug riba, tidak kotor, tidak najis, dan tidak menjijikkan

عَنْ عَوْنِ بْنِ أَبِي جُحَيْفَةَ قَالَ رَأَيْتُ أَبِي اشْتَرَى عَبْدًا
حِجَابًا فَسَأَلْتُهُ فَقَالَ نَهَى النَّبِيُّ ﷺ عَنْ ثَمَنِ الْكَلْبِ وَثَمَنِ الدَّمِ
وَنَهَى عَنِ الْوَأَشْمَةِ وَالْمَوْشُومَةِ وَأَكْلِ الرِّبَا وَمُوكَلِّهِ وَلَعْنِ الْمُصَوِّرِ.
(رواه البخاري)

Dari 'Aun ibn Abû Juhayfah berkata, "Saya melihat ayah saya membeli budak tukang bekam. Lalu saya bertanya kepadanya. Ia menjawab, Nabi saw. melarang hasil usaha dari anjing, darah, pentato dan yang ditato, pemakan dan yang menerima riba, dan melaknat pembuat gambar."²⁸

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian di antara anugerah-anugerah itu berada di tangan orang-orang tertentu tidak ber-

arti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri. Orang lain masih berhak atas anugerah-anugerah tersebut walaupun mereka tidak memperolehnya. Dalam al-Qur'an Allah swt. mengutuk dan membatalkan argumen yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksiadaannya mereka memberikan bagian atau miliknya ini.²⁹

Selain itu, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Sebab, kenikmatan yang diciptakan oleh Allah untuk manusia adalah ketaatan kepadaNya. Dalam surat al-Baqarah (2): 168, Allah berfirman:

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

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.³⁰

Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa sekarang ini, untuk mengurangi energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya. Perkembangan bathiniah yang bukan perluasan lahiriah telah dijadikan cita-cita tertinggi manusia dalam hidup. Tetapi, semangat modern dunia Barat, sekalipun tidak merendahkan nilai kebutuhan akan kesempurnaan batin, namun rupanya telah mengalihkan tekanan ke

²⁶ Muslim ibn al-Hajjâj ibn Muslim, *al-Jâmi' al-Shahîh*, Vol 3 (Beirut: Dâr al-Jil, t.t), 85

²⁷ Abû 'Abdullâh Muḥammad ibn Yazîd ibn Mâjah, *Sunan Ibn Mâjah*, juz 4 (t.tp: Maktabah Abû al-Mu'athi, t.t), 448

²⁸ al-Bukhârî, *al-Jâmi' al-Shahîh*, Vol. 3, 78.

²⁹ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, terj. Machnun Husein (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), 27.

³⁰ Departemen Agama RI., *Al-Qur'an*, 168.

arah perbaikan kondisikondisi kehidupan material.

Dalam ekonomi Islam, konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar, yaitu.³¹

1) Prinsip keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.³²

2) Prinsip kebersihan

Syariat yang kedua ini tercantum dalam al-Qur'an maupun sunnah tentang makanan. Ia harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor atau pun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

3) Prinsip kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebihan. Dalam surat al-Mâ'idah (5): 87, Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرُمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apaapa yang baik yang telah Allah

³¹ Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997), 45-48.

³² Departemen Agama RI., *Al-Qur'an*, 173.

*halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas.*³³

Arti penting ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat memengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh. Demikian pula, apabila perut diisi secara berlebih-lebihan tentu akan ada pengaruhnya pada perut. Praktik mematangkan jenis makanan tertentu dengan tegas tidak dibolehkan dalam Islam.

4) Prinsip kemurahan hati

Dengan menaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan, karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya. Dalam surat al-Mâ'idah (5): 96, Allah berfirman:

أُحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

*Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu dan bagi orang-orang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. Dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.*³⁴

5) Prinsip moralitas

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan

³³ Ibid., 387.

³⁴ Ibid., 396.

tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang Muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan bersyukur kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian, ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia. Dalam surat al-Baqarah (2): 219, Allah berfirman:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا

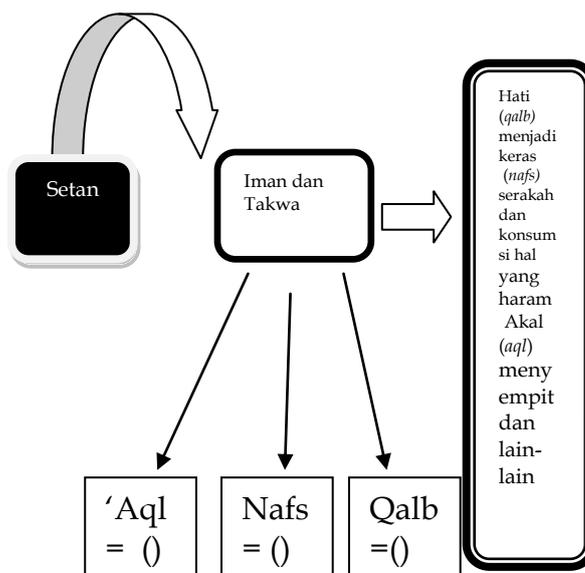
Mereka bertanya kepadamu (Nabi) tentang khamar dan judi. Katakanlah, "Pada keduanya itu terdapat dosa besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya."³⁵

Terkait dengan konsumsi al-Ghazâlî berpendapat bahwa setidaknya ada (10) sepuluh kejelekan ketika seseorang mengkonsumsi berlebihan, yaitu: (1) Menjadikan hati (*qalb*) keras, (2) menimbulkan kebimbangan dan gejala pada anggota badan yang mengakibatkan kerusakan, (3) menjadikan penyempitan akal (*aql*), pikiran dan pengetahuan, (4) menjadikan malas untuk beribadah (*qalb*), (5) menjadikan hilangnya manisnya ibadah (*qalb*), (6) menjerumuskan kepada hal yang haram (*nafs*), (7) menjadikan hati (*qalb*) lelah dan mendatangkan kebiasaan kurang baik untuk (*dawâm al-thahârah*), (8) mempersulit urusan akhirat dan (*qalb*), (9) menjadikan berkurangnya pahala (*qalb*), dan (10) menjadikan kelak akan

³⁵ Ibid., 219.

menanyakan dari mana didapatkan, meskipun halal, kelak akan dihisab.³⁶

Jika diperhatikan dengan seksama, ungkapan al-Ghazâlî di atas sangat erat kaitannya dengan iman dan takwa seseorang (konsumen) yang memengaruhi unsur hati (*qalb*), jiwa (*nafs*), dan akal (*aql*)nya, sehingga mengakibatkan karakter yang berbeda pula. Keadaan seperti inilah yang mendorong manusia untuk tidak melakukan (*isrâf*) maupun memperbanyak harta (*takâtsur*) dan berfoya-foya untuk mendapatkan kesenangan-kesenangan dunia (*tana'um*). Artinya manusia bertindak dalam batas-batas kewajaran dan dapat berhemat, karena keimanan dan ketakwaannya.

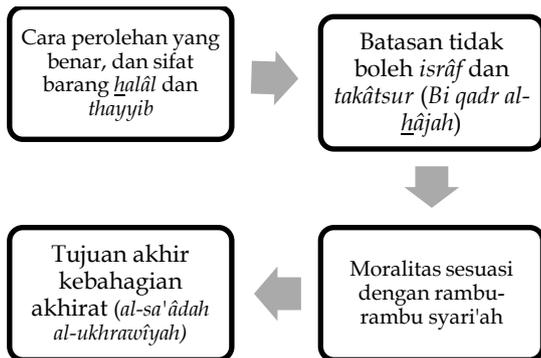


Gambar di atas menunjukkan bahwa manusia dalam keadaan keimanan dan ketakwaannya dalam kondisi negatif, maka ketiga unsur (*aql*, *nafs*, dan *qalb*) juga negatif pula. Digambarkan bahwa kondisi manusia yang dipengaruhi oleh kekuatan negatif, sehingga dapat memengaruhi pola pikir

³⁶ Al-Ghazâlî, *Minhâj al-Âbidîn* (Semarang: Toha Putra, t.th.), 80-100.

dan perilaku seseorang. Jika kondisi tersebut terus dibiarkan, maka sangat dimungkinkan akan menjadi menuasa yang berbahaya bagi dirinya dan bagi orang lain.

Konsumsi dalam Islam ada batasan-batasannya, sebagaimana dalam gambar berikut:



Gambar di atas menunjukkan bahwa adanya keterkaitan antara satu batasan dengan batasan yang lain, bedanya dengan gambar sebelumnya adalah bahwa gambar di atas menunjukkan skala berurutan yaitu bagaimana konsumen Muslim dalam melakukan konsumsi harus memerhatikan bagaimana cara memperoleh harta dengan cara yang benar (*halal*) dan sifat barang yang dikonsumsi harus halal, sesuai dengan kebutuhannya jangan berlebih-lebih sesuai dengan norma etika syari'ah agar mendapatkan kebahagiaan di akhir kehidupannya.

Penutup

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura dengan sampel sebanyak 100 subjek penelitian, dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa yang dinyatakan berperilaku konsumtif ada 58 mahasiswa dengan tingkatan konsumtif

sebagai berikut: Super konsumtif tercatat sebanyak 22,22% (12 mahasiswa), konsumtif biasa sebanyak 44,45% (27 mahasiswa), dan yang konsumtif lemah sebanyak 33,33% (18 mahasiswa). Dapat disimpulkan bahwa kebocoran mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura berkisar antara Rp. 25.000,- sampai dengan Rp. 35.000,- perhari.

Untuk menanggulangi budaya konsumerisme, maka diperlukan pemahaman konsep konsumsi dalam ekonomi Islam, di antaranya adalah *israf*, dengan mengedepankan prinsip konsumsi dalam Islam, yaitu prinsip keadilan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Dengan demikian, upaya meminimalisasi tingkat kebocoran mahasiswa dapat diantisipasi dan perilaku konsumtif yang mengarah kepada budaya konsumerisme dapat dicegah secara perlahan dan jelas. []

Daftar Pustaka

- Afifah, Zainiyatul. *Penggunaan Living Mahasiswa Bidikmisi Universitas Trunojoyo Madura*, 2016. Skripsi Fakultas Ekonomi, Universitas Trunojoyo Madura, 2016.
- Ancok, Djameludin. *Psikologi Terapan: Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia*. Yogyakarta: Darusalam Offset. 2004.
- Asy'arie, Musa. *Islam; Etos Kerja dan Pemberdayaan Ekonomi Umat*. Yogyakarta: LeSFI bekerjasama dengan IL, 1997.
- Bagus, Lorens. *Kamus Filsafat*. Jakarta: Gramedia, 2002.
- Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumsi*. Diterjemahkan oleh Wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005.

- Bukhârî, Abû ‘Abdullâh Muḥammad ibn Ismâ’îl al-. *al-Jâmi’ al-Shahîh*. Kairo: Dâr al-Sya’b, 1987.
- Chaney, David. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Diterjemahkan oleh Nuraeni. Yogyakarta: Jalasutra, 2003.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur’an dan Terjemahnya*. Surabaya: Bumi Putra, 1999.
- Desha, Luki Viky. “Psikologi Konsumen: Pengaruh Situasi Konsumen”. Diakses pada 6 juli 2016. <http://lukivikydesha.blogspot.co.id/2010/11/tugas6psikonsumenpe ngaruhituasi.html>.
- Featherstone, Mike. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Diterjemahkan oleh Misbah Zulfa Elizabeth. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005.
- Febriana, Ismi. “Psikologi Konsumtif”. Diakses pada 6 Desember 2011. <http://mhikkyu.blogspot.com/>.
- Ghazâlî, al-. *Minhâj al-Âbidîn*. Semarang: Thoha Putra, t.th.
- Gregorius. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005.
- Juwaynî, Abû al-Ma’âli ‘Abd al-Mâlik bin ‘Abdullâh al-. *Al-Burhân*. Kairo; Dâr al-Anshâr, t.th.
- Kahf, Monzer. *Ekonomi Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Diterjemahkan oleh Machnun Husein. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 1995.
- Khan, Muhammad Akram. “The Role of Government in the Economy”, *The American Journal of Islam and Social Science* 14, no. 2 (1997): 153-168. Diakses pada 26 Februari 2010, http://i-epistemology.net/v1/attachments/466_V14N2%20Summer%2097%20-%20Khan%20-%20The%20Role%20of%20Government%20in%20the%20Economy.pdf.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Diterjemahkan oleh Hendra Teguh. Jakarta: Erlangga, 2000.
- Majah, Abû ‘Abdullâh Muḥammad ibn Yazîd ibn. *Sunan Ibn Mâjah*. t.tp: Maktabah Abi al-Mu’athi, t.th.
- Mannan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997.
- Moningka, C. “Konsumtif: antara Gengsi dan Kebutuhan”. Diakses pada 30 Juni 2016. <http://www.suarapembaruan.com/News/2006/12/13/urban/urban02.htm>).
- Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE, 2005.
- Muslim, Muslim ibn al-Hajjâj ibn. *al-Jâmi’ al-Shahîh*. Beirut: Dâr al-Jîl, t.th.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 1983.
- Qardlâwî, Yûsuf al-. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Diterjemahkan oleh Didin Hafiduddin dan Setiawan Budi Utomo. Jakarta: Robbani Press, 1997.
- Raharjo, Dawam. “Sekapursirih tentang Aksiologi Ekonomi Islam”, dalam Syed Nawab Heidar Naqvi. *Etika dan Ilmu Ekonomi; Suatu Sintesis Islami*. Diterjemahkan oleh Husin Anis dan Asep Hikmat. Bandung: Mizan, 1993.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2008.

Shah, Anup. "Consumption and Consumerism". Diakses pada 3 Juni 2016. <http://www.globalissues.org/issue/235/consumptionandconsumerism>

Simamora, Bilson. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.

Wattimena, Reza A. A. *Filsafat dan Sains Sebuah Pengantar*. Jakarta: PT Grasindo, 2008.

Winardi. *Ilmu Ekonomi dan Aspek-aspek Metodologisnya*. Jakarta: Rineka Cipta, 1990.

Yuliadi, Imamuddin. "Analisis Makro Ekonomi Indonesia Pendekatan ISLM", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8/2 (2001): 171-184.

