

## PENGEMBANGAN TEORI KEYNESS DALAM JUMLAH KONSUMSI MUSLIM

**Muhammad Reza Hermanto**

Indonesia Institute

[hermantoreza@gmail.com](mailto:hermantoreza@gmail.com)

### **Abstract.**

*The objective of this research is to implement the thought of John Maynard Keynes about consumer behavior and also its antithesis. This study takes muslim as a research subject because Islam as a religion own an institution in order to regulate every muslim in doing consume. This research was expected to find out whether the development of Keynes's theory (thesis and antithesis) could be implemented in muslim community or not. The variables which used in the model are ammount of consumption (Y), income rate (X1), age (X2), religiosity (X3), and distinguishing community (faculty) as a dummy. Through multiple regression with dummy variable method, from 60 muslim respondents in two different community, was found that income rate (X1) and age (X2) was effected positively and significant to ammount of consumption (Y), religiosity (X3) was effected negatively and significant to ammount of consumption (Y), while dummy variable which is distinguishing community (faculty) was not effected significantly to ammount of consumption (Y). Therefore the dummy variable has dropped out from the research model.*

**Keywords:** Keynes; Amount of Consumption; Income Rate; Age; Religiosity.

### **Abstrak.**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengimplementasikan pemikiran John Maynard Keynes mengenai perilaku konsumsi beserta ide dari beberapa antitesisnya. Studi ini mengambil individu muslim sebagai subjek penelitian karena Islam sebagai suatu agama telah memiliki kelembagaan tersendiri dalam mengatur setiap individu untuk kegiatan berkonsumsi. Dengan adanya studi ini, diharapkan dapat mengetahui apakah pengembangan teori Keynes (tesis dan antitesisnya) dapat diimplementasikan dalam individu muslim atau tidak. Variabel yang digunakan dalam model adalah jumlah konsumsi (Y), tingkat pendapatan (X1), usia (X2), religiusitas (X3), dan kelompok pembeda (fakultas) sebagai dummy. Melalui metode regresi linier berganda dengan dummy variabel, dari 60 orang responden muslim di dua komunitas berbeda, terlihat bahwa variabel pendapatan (X1) dan usia (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi (Y), variabel religiusitas (X3) berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi (Y), sedangkan variabel dummy untuk kelompok pembeda (fakultas) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi (Y), sehingga dikeluarkan dalam model penelitian.*

**Kata Kunci:** Keynes; Jumlah Konsumsi; Tingkat Pendapatan; Usia; Religiusitas

Diterima: 20 Maret 2015; Direvisi: 15 Mei 2015; Disetujui: 26 Mei 2015

## **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan manusia, masalah pembangunan ekonomi merupakan hal yang terus dikaji oleh setiap negara. Di negara-negara yang sedang berkembang (developing countries), isu pembangunan ekonomi merupakan hal yang menjadi perhatian oleh beragam kalangan. Pembangunan ekonomi diartikan sebagai serangkaian usaha yang terkonsentrasi pada alokasi sumber daya serta ragam cara untuk menjaga kestabilan pertumbuhan output yang baik sepanjang waktu. Pada dasarnya, pembangunan ekonomi terfokus kepada kegiatan ekonomi, sosial, dan mekanisme kelembagaan untuk meningkatkan skala standarisasi hidup yang layak bagi masyarakat miskin di negara berkembang (Todaro, 2009:25).

Dengan adanya pembangunan ekonomi, infrastruktur akan lebih banyak tersedia, perusahaan menjadi semakin banyak dan berkembang, taraf pendidikan semakin membaik, dan tingkat teknologi yang akan meningkat. Sadono Sukirno dalam bukunya yang berjudul "Pembangunan Ekonomi: Proses, Masalah, dan Kebijakan", menjelaskan secara lebih lanjut bahwa pembangunan ekonomi di suatu negara diharapkan dapat menciptakan kesempatan kerja yang lebih banyak, tingkat pendapatan yang meningkat, serta kemakmuran masyarakat yang lebih tinggi lagi.

Berdasarkan definisinya, diketahui bahwa pembangunan ekonomi akan meliputi berbagai aspek perubahan. Hal ini menyebabkan pencapaian keberhasilan pembangunan ekonomi suatu wilayah sulit untuk diukur secara kuantitatif. Oleh karena itu diperlukan berbagai jenis data yang dapat mengemukakan keberhasilan tersebut. Salah satu data yang digunakan untuk mengukur keberhasilan pembangunan ekonomi oleh beberapa ahli ekonomi di dunia adalah dengan menggunakan pendapatan per kapita. Pendapatan per kapita dinilai tidak hanya dapat menggambarkan taraf kesejahteraan ekonomi yang dicapai oleh berbagai negara, melainkan juga dapat memperlihatkan tingkat perkembangannya dari tahun ke tahun (Sukirno, 2007).

Sebagai salah satu orientasi utama dari pembangunan ekonomi, maka pendapatan per kapita harus terus ditingkatkan. Pendapatan per kapita ini akan menurun jumlahnya tatkala tingkat atau jumlah nilai dari produk domestik bruto lebih rendah dari tingkat pertumbuhan penduduk. Apabila dalam jangka panjang rasio dari kedua hal ini adalah sama, maka dapat disimpulkan perekonomian negara

tersebut mengalami stagnansi dan tingkat kemakmuran masyarakatnya yang tidak mengalami kemajuan (Pratomo, 2006).

Hingga pada tahun 2012, menurut Sekretariat Negara Republik Indonesia, perekonomian masih mampu melaju ditengah krisis yang melanda dunia. Di tahun ini ekonomi Indonesia mampu tumbuh sebesar 6,2 persen dengan pendapatan per kapita sebesar 3.557 US Dollar. Meskipun semua sektor mengalami pertumbuhan produksi, sektor pengangkutan dan komunikasi masih tetap menjadi sektor yang mampu tumbuh tercepat dengan laju persentase sebesar 9,98 persen. Komponen utama yang mampu menggerakkan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia adalah pembentukan modal tetap bruto dengan persentase sebesar 5,28 persen, kemudian diikuti konsumsi rumah tangga (2,01 persen), ekspor barang dan jasa (2,01 persen), dan konsumsi pemerintah (1,25 persen). Berdasarkan grafik yang tersedia selama beberapa tahun terakhir, Indonesia nampaknya tidak banyak mengalami gangguan serius yang mengakibatkan pertumbuhan ekonomi yang melambat atau stagnan sehingga dapat mengurangi laju dari pendapatan per kapita.

Dalam kehidupan nyata, konsep pendapatan per kapita tidak benar-benar dapat menggambarkan jumlah pendapatan yang diterima oleh setiap penduduk dalam suatu wilayah pada periode tertentu. Perhitungan matematisnya bersifat kasar karena hanya membagi jumlah produk domestik bruto dengan jumlah penduduk tanpa memperhatikan aspek-aspek lainnya, seperti ketimpangan distribusi pendapatan. Hal inilah yang kemudian tidak sejalan dengan arti dari pendapatan yang benar-benar diterima oleh masyarakat.

Kamus ilmiah Cornell Univesity mendefinisikan pendapatan yang diterima oleh suatu individu sebagai segala bentuk pendapatan yang didapat dari berbagai sumber apapun, seperti dari kompensasi atas jasa, pendapatan dari hasil bisnis, bunga hasil sewa, royalti atas hak properti, deviden, asuransi jiwa, dana pensiun, dsb. Sihotang (2004:94) mengemukakan pendapatan sebagai jumlah penghasilan yang diperoleh dari jasa-jasa kegiatan yang dilakukan dan diserahkan pada suatu waktu tertentu atau pendapatan dapat juga diperoleh dari harta atas kekayaan. Hal senada juga diungkapkan oleh Mubyarto (2005:10) yang menyatakan bahwa pendapatan adalah hasil yang berupa uang atau material lainnya. Dengan demikian, secara umum dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh anggota masyarakat untuk jangka waktu tertentu sebagai balas jasa atas faktor-faktor produksi yang telah disumbangkan.

Berdasarkan siklus ekonomi, pendapatan yang diterima oleh suatu individu akan disalurkan kedalam bentuk lainnya untuk kebutuhan hidup. Namun sebelum siap untuk disalurkan, pendapatan tersebut harus dikurangi dengan pembayaran atas pajak langsung dan penambahan pembayaran transfer dari pemerintah. Dalam ilmu ekonomi pendapatan ini disebut sebagai-disposable income (Pratomo, 2006). Pendapatan ini yang kemudian menjadi pertimbangan bagi setiap individu untuk mengatur tingkat pengeluarannya, baik untuk konsumsi, menabung, ataupun berinvestasi.

Penelitian ini berangkat dari suatu thesis mengenai perilaku konsumsi seorang individu yang dikemukakan oleh John Maynard Keynes. Beliau merupakan seorang cendekiawan ilmu ekonomi yang telah berkontribusi banyak bagi perkembangan ilmu ekonomi. Tidak sedikit dari teorinya yang dijadikan sebagai suatu pertimbangan di dalam pasar. Di Indonesia, berbagai macam teori ekonomi yang diungkapkannya sudah diaplikasikan ke dalam berbagai buku dan kajian ilmu ekonomi. Pada akhirnya tidak dapat kita pungkiri bahwa pengaruh dari pemikiran Keynes sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat dimanapun mereka berada termasuk Indonesia.

Konsumsi pada umumnya diartikan sebagai kegiatan untuk menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa. Oxford Dictionaries menjelaskan konsumsi sebagai penggunaan atas barang dan jasa yang memiliki suatu nilai yang dapat ditukarkan. Pada umumnya konsumsi dibedakan atas dua bentuk, yaitu konsumsi makanan dan bukan makanan. Pola konsumsi masyarakat baik makanan maupun bukan makanan biasanya memiliki nilai yang berbeda akibat perubahan selera, waktu, dan faktor-faktor lain setiap tahunnya.

Berdasarkan prinsip dari suatu ilmu pengetahuan, suatu thesis pasti akan menimbulkan satu atau beragam antithesis sebagai bentuk dari penyempurnaan. Hal yang demikian ini terjadi pada teori konsumsi yang dibangun oleh Keynes ini. Beragam kritik telah dinyatakan oleh para pemikir ilmu ekonomi lainnya terkait perilaku individu dalam berkonsumsi. Salah satu kritik yang cukup terkenal adalah kritik yang diungkapkan oleh Albert Ando, Richard Brumberg, dan Franco Modigliani. Mereka menyatakan bahwa Keynes telah salah dalam menganalisis teori konsumsi karena hanya memperhatikan jangka pendeknya saja. Padahal dalam jangka panjang, seorang individu akan tetap melakukan kegiatan konsumsi. Hal inilah yang kemudian mereka coba dalam dengan suatu penelitian yang berjudul Life Cycle Hypothesis.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat konsumsi seorang individu akan dipengaruhi oleh usia produktifnya. Seorang individu yang belum berada pada usia produktif tidak memiliki tingkat konsumsi yang terlalu tinggi. Ketika individu tersebut beranjak dewasa dan mulai memasuki usia produktifnya, dia akan meningkatkan total pengeluarannya untuk berkonsumsi. Hal ini secara rasional dapat diterima karena orang yang telah memasuki usia kerja memiliki sejumlah penghasilan yang dapat dihabiskan untuk konsumsi atau ditabung untuk hari tua. Hingga pada saat memasuki usia pensiun dan tidak produktif kembali, individu tersebut akan mengurangi konsumsinya karena sudah tidak lagi memiliki penghasilan dan cenderung memakai tabungannya yang telah ditabung selama usia produktif (Pratomo, 2006).

Berbeda dari hal tersebut, terdapat satu kritik lain yang memiliki perbedaan pendapat akan teori yang dikemukakan oleh Keynes. Dalam hal ini, Islam turut memperhatikan perilaku individu dalam berkonsumsi. Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya dengan berkonsumsi. Ketika ekonomi konvensional dalam berkonsumsi bertujuan untuk meningkatkan utility atau kepuasan individu, Islam berkeinginan untuk lebih dari hal itu. Islam ingin mendatangkan masalah bagi setiap umatnya (Muhayatsyah, 2012).

Masalah secara etimologis diartikan sebagai kebaikan, kebermanfaatan, kepantasan, kelayakan, keselarasan, dan kepatutan. Jika dikaitkan dengan konsumsi, maka masalah merupakan sifat atau kemampuan dari barang hasil produksi yang mendukung elemen-elemen dan tujuan-tujuan dasar bagi kehidupan manusia di muka bumi. Semua aktivitas yang menyangkut masalah tersebut dikerjakan sebagai bentuk dari ibadah kepada Allah SWT. Karena seorang yang beragama Islam meyakini bahwa kehidupan pada saat ini tidak akan kekal adanya, melainkan kehidupan kekal yang ada di akhirat kelak. Ketika Keynes berkata bahwa pendapatan merupakan faktor dominan penentu tingkat konsumsi seorang individu, Islam melihat pada aspek yang lebih luas. Hal-hal seperti religiusitas dari seorang konsumen akan mempengaruhi tingkat konsumsinya, karena seorang muslim yang baik sudah tentu akan mengaplikasikan nilai-nilai agama Islam dalam aktivitas sehari-harinya seperti tidak melakukan tabzir atau pemborosan, memilih produk halal, tidak menjadikan diskon atau potongan harga sebagai preferensi utama, dan sebagainya.

Penelitian ini akan mengambil objek individu muslim yang ada di kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, yang diharapkan dapat memberikan suatu *synthesis* baru dalam teori konsumsi terutama dalam kasus komunitas muslim. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta diambil sebagai objek penelitian karena kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta merupakan salah satu kampus di Indonesia yang memberikan perhatian penuh pada ilmu pengetahuan umum dan agama. Akibat terdapatnya perbedaan pada fokus pada ilmu pengetahuan umum dan agama, kita dapat memperoleh dua kelompok yang berbeda sebagai bentuk komparasi atau perbandingan, yaitu kelompok dengan fokus ilmu pengetahuan umum dan kelompok dengan fokus kajian keagamaan.

Muslim dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini karena Islam merupakan menurut Badan Pusat Statistik mayoritas agama penduduk di Indonesia dengan presentase sebesar 87 persen dari total penduduk yang ada. Hal-hal yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi Indonesia yang kemudian secara kelembagaan akan berkaitan dengan Islam itu sendiri karena melihat mayoritas agama yang dianut oleh penduduknya. Penelitian ini ingin mengetahui apakah teori yang diungkapkan oleh Keynes serta kedua antitesis mengenai usia dan religiusitas dapat berlaku di dalam komunitas muslim yang notabene memiliki pertimbangan tersendiri dalam keputusan untuk berkonsumsi. Atau justru komunitas muslim yang ada cenderung untuk berperilaku konsumsi seperti yang apa diungkapkan oleh Keynes dan antitesisnya. Oleh sebab itu, maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui dan membuktikan mengenai aplikasi dalam pengembangan teori Keynes terhadap jumlah konsumsi individu muslim di kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan harapan agar hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai input baru dalam ilmu pengetahuan.

## **METODE**

Dalam penelitian diperlukan adanya suatu ruang lingkup atau batasan-batasan penelitian. Kemudian dalam ruang lingkup tersebut dibutuhkan penekanan pada aspek lokasi, waktu atau sektor, serta variabel-variabel yang akan dibahas. Hal ini diperlukan bagi seorang peneliti agar penelitiannya tidak keluar atau bias dari tujuan yang ingin dicapai. Dalam penelitian ini, peneliti telah membatasi ruang lingkup penelitiannya. Dalam hal penentuan waktu, penelitian ini akan mengestimasi variabel-variabel yang sedang terjadi pada saat survey berlangsung, yaitu pada bulan Mei-Juni

2014. Batasan lokasi yang dipergunakan adalah lingkungan Fakultas Keagamaan dan Fakultas Umum di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Penelitian ini mengambil variabel independen berupa tingkat pendapatan, usia, religiusitas, dan perbedaan kelompok (fakultas). Sedangkan variabel dependennya adalah jumlah konsumsi individu muslim. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah dengan metode quota sampling. Sampling kuota diartikan sebagai metode penarikan sampel dengan bentuk proportionate stratified random sampling, dimana suatu proporsi awal ditentukan terlebih dahulu sebagai sampelnya terhadap kelompok yang berbeda berdasarkan convenience.

Selain itu juga metode sampel ini membatasi jumlah sampel hingga batas yang dianggap peneliti sudah mencukupi. Berdasarkan statistik kepegawaian UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dari total 1.322 pegawai di tingkat fakultas, 70 persen (919 orang) berprofesi sebagai tenaga pengajar, baik tenaga pengajar tetap maupun tenaga pengajar kontrak. Sedangkan 30 persen (403 orang) berprofesi baik sebagai pejabat struktural, pejabat fungsional, pegawai tetap, dan pegawai tidak tetap. Oleh karena itu peneliti akan mengambil responden tenaga pengajar sebanyak 42 orang (70 persen dari 60 orang) dan responden non tenaga pengajar sebanyak 18 orang (30 persen dari 60 orang).

Pemodelan Step Wise Regression dengan Variabel Dummy, data yang diperoleh kemudian akan diolah dengan menggunakan analisis secara deskriptif dengan penyajian secara tabulasi dan presentase. Dan juga untuk mengetahui hubungan fungsional antar variabel digunakan analisis step wise regression dengan variabel dummy. Secara umum proses yang digunakan dalam metode analisisnya mengambil fondasi pada analisis regresi linier berganda. Regresi merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mengetahui hubungan matematis antar suatu variabel dependen dengan beberapa variabel independen (Winarno, 2011).

Analisis regresi linear berganda dalam penelitian ini digunakan untuk menganalisis pengaruh antara pendapatan, usia, religiusitas, serta perbedaan kelompok (fakultas) terhadap variabel tingkat konsumsi. Penelitian ini menggunakan dummy variabel kelompok pembeda (fakultas) karena salah satu tujuan bagi penelitian ini adalah ingin melihat pengaruh kelompok atau komunitas terhadap jumlah konsumsinya. Untuk kelompok (fakultas) dengan corak keagamaan merupakan kelompok yang

atributif, sedangkan kelompok (fakultas) dengan corak umum atau non keagamaan merupakan kelompok normal atau non atributif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 60 orang dan dibagi berdasarkan dua kelompok fakultas yang berbeda, yaitu kelompok fakultas keagamaan dan kelompok fakultas umum atau non keagamaan. Dengan sampel dari setiap kelompok berjumlah 30 orang.

**Tabel 1. Jumlah Sampel Penelitian**

Kelompok	Jumlah Sampel	%
Tenaga kerja fakultas keagamaan	30	50%
Tenaga kerja fakultas non	30	50%
<b>Total</b>	<b>60</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2014*

Sesuai dengan salah satu tujuan dari penelitian untuk melihat pengaruh dari perbedaan kedua kelompok, maka telah diambil sampel sebanyak 50 persen (30 orang) dari fakultas keagamaan dan 50 persen (30 orang) dari fakultas umum atau non keagamaan. Hal ini diharapkan dapat memberikan temuan terkait ada atau tidaknya pengaruh dari kelompok normal dan atributif.

### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin seperti terlihat pada tabel 2 dibawah ini:

**Tabel 2.  
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Kelompok			
	Fakultas Keagamaan		Fakultas Umum	
	Frekuensi	%	Frekuensi	%
Pria	17	57%	15	50%
Wanita	13	43%	15	50%
<b>Total</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2014*

Faktor kesediaan untuk menjadi responden ikut mempengaruhi dalam periode pengambilan sampel. Pada penelitian ini responden pria berjumlah 32 orang yang terdiri dari 17 orang (57 persen) untuk fakultas keagamaan dan 15 orang (50 persen) untuk fakultas umum atau non keagamaan. Sedangkan responden wanita berjumlah 28 orang yang terdiri dari 13 orang (43 persen) dari fakultas

keagamaan dan 15 orang (50 persen) dari fakultas umum atau non keagamaan. Responden pria tercatat lebih banyak jumlahnya karena berdasarkan statistik kepegawaian UIN S yarif Hidayatullah Jakarta, mayoritas atau setara dengan 65 persen jenis kelamin yang bekerja adalah pria.

### **Analisis Deskriptif Pola Konsumsi Responden**

Pola konsumsi merupakan jenis dan banyaknya pangan dan bukan pangan yang dikonsumsi oleh seluruh atau sebagian anggota masyarakat pada daerah atau wilayah tertentu (Sugiyarto dalam Rosmiati, 200).

Menurut Badan Pusat Statistik pola konsumsi masyarakat dibedakan menjadi dua, yakni pola konsumsi makanan dan pola konsumsi bukan makanan. Pola konsumsi makanan menjadi kebutuhan dasar atau kebutuhan fisik minimum yang harus selalu terpenuhi, sedangkan pola konsumsi bukan makanan meliputi kebutuhan masyarakat terhadap pakaian, perawatan kesehatan, perumahan, telekomunikasi, transportasi, dan sebagainya. Berikut adalah tabel pola pengeluaran responden yang bekerja di dalam institusi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.

Berdasarkan data atas pengeluaran untuk konsumsi, jumlah pengeluaran untuk konsumsi makanan rata-rata per responden dalam satu bulan berkisar antara Rp.1.607.000,00 atau setara dengan 46,7 persen dari total pengeluaran untuk konsumsi. Pengeluaran untuk kegiatan perumahan, seperti pembayaran tagihan listrik, air bersih, perawatan rumah, sewa asisten rumah tangga dan sebagainya rata-rata per responden berkisar Rp.889.100,00 atau 25,85 persen dari total pengeluaran konsumsi selama satu bulan. Kebutuhan sandang atau pakaian tercatat sebanyak Rp.221.700,00 selama sebulan untuk rata-rata per responden. Kebutuhan transportasi, baik untuk komutasi atau berpergian ke suatu tempat dihitung Rp.406.900,00 per rata-rata responden selama satu bulan. Pengeluaran untuk telekomunikasi menyumbangkan 5,97 persen terhadap keseluruhan pengeluaran responden untuk kebutuhan konsumsi. Kebutuhan akan kesehatan dihitung Rp.111.000 atau setara dengan 3,22 persen dari total belanja rata-rata responden selama satu bulan.

Dilihat dari data yang ada, kebutuhan untuk makanan dan bukan makanan hampir terlihat seimbang dalam postur pengeluaran responden. Hal ini disebabkan karena UIN Syarif Hidayatullah berlokasi di sekitar pusat kota, sehingga kebutuhan akan sandang, papan, dan gaya hidup turut mempengaruhi perilaku responden dalam

menentukan postur pengeluaran untuk konsumsinya.

Besarnya tingkat pendapatan yang diterima oleh seseorang individu akan berpengaruh secara nyata terhadap tingkat konsumsinya (Pontoh, 2011). Serupa dengan hal tersebut, Danil (2013) menyatakan bahwa pendapatan merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap tingkah laku konsumsi. Oleh karenanya kita perlu melihat sebaran rata-rata pendapatan per responden dalam satu bulan agar kita dapat mengetahui pengaruhnya terhadap jumlah konsumsi responden tersebut. Berikut adalah tabel yang menggambarkan besaran pendapatan responden dalam satu bulan.

**Tabel 3.**  
**Pola Konsumsi Rata-rata Responden Selama Satu Bulan**

Jenis Konsumsi	Jumlah	
	Pengeluaran	%
Makanan	Rp.1.607.000	46,70%
Perumahan	Rp.889.100	25,85%
Pakaian	Rp.221.700	06,44%
Bukan Makanan	Transportasi Rp.406.900	11,82%
	Telekomunikasi Rp.205.000	05,97%
	Kesehatan Rp.111.000	3,22%
<b>Total</b>	<b>Rp.3.440.700</b>	<b>100%</b>

*Sumber: Data Primer Diolah, 2014*

Hasil pengujian validitas menunjukkan adanya tren atau kecenderungan perilaku religiusitas dalam konsumsi seorang individu muslim yang nilainya sebesar -59,76. Hal ini berarti bahwa religiusitas berkorelasi cukup kuat terhadap konsumsi. Untuk melihat statistik deskriptif mengenai tingkat religiusitas bagi seorang individu muslim yang bekerja di UIN Syarif Hidayatullah Jakarta pada tabel 4.

Dimensi keyakinan merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana seseorang menerima dan mengakui kebenaran hal-hal yang bersifat dogmatik di dalam ajaran agamanya. Dalam penelitian ini, dimensi keyakinan diejawantahkan menjadi lima indikator sesuai dengan rukun iman bagi umat muslim dimana setiap indikator berisikan satu pertanyaan atau untuk dimensi keyakinan akan terdiri dari lima pertanyaan valid. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa skor terendah adalah 15 dan tertinggi adalah 25 dengan nilai rata-rata 23,16 dan standar deviasi sebesar 1,9.

Dimesi praktik beribadah mencakup tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban ritual di dalam agama untuk menunjukkan komitmen terhadap agama yang

dianutnya. Dalam Islam dimensi ini biasa diejawantahkan sebagai rukun Islam. Pertanyaan yang diajukan dalam dimensi ini berjumlah lima pertanyaan yang valid dimana skor untuk dimensi praktik beragama terendah adalah 13 dan tertinggi adalah 25 dengan nilai rata-rata 21,71 dan standar deviasi sebesar 2,76.

Dimensi pengalaman akan berkaitan dengan pengalaman keagamaan, persepsi, dan sensasi yang dialami oleh seseorang atau didefinisikan oleh suatu kelompok keagamaan yang melihat komunikasi walupun kecil dalam suatu esensi ketuhanan. Dalam penelitian ini dimensi ini akan diturunkan menjadi empat pertanyaan valid. Skor untuk dimensi pengalaman, terendah adalah 10 dan tertinggi adalah 20 dengan nilai rata-rata 15,67 dan standar deviasi sebesar 2,33.

Dimensi pengetahuan agama mengacu kepada harapan bahwa seseorang yang beragama paling tidak memiliki sejumlah pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, kitab suci, dan tradisi-tradisi. Dengan penurunan menjadi dua indikator sekaligus dengan dua pertanyaan valid, didapat bahwa skor untuk dimensi pengetahuan agama, terendah adalah 5 dan tertinggi adalah 10 dengan nilai rata-rata 8,05 dan standar deviasi sebesar 1,29. Dimensi terakhir, yakni konsekuensi merupakan dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agama di dalam kehidupannya. Dengan empat indikator dan dengan enam pertanyaan valid didapat skor untuk dimensi konsekuensi terendah adalah 13 dan tertinggi adalah 30 dengan nilai rata-rata 22,28 dan standar deviasi sebesar 4,22.

Persamaan regresi dapat dijelaskan bahwa variabel pendapatan akan berpengaruh positif terhadap jumlah konsumsi seorang individu muslim. Nilai dari koefisiennya adalah sebesar 0,147779. Variabel usia akan berpengaruh positif terhadap jumlah konsumsi seorang individu muslim. Nilai dari koefisiennya adalah sebesar 77.339,91. Variabel religiusitas akan berpengaruh negatif terhadap jumlah konsumsi seorang individu muslim. Nilai dari koefisiennya adalah sebesar 20.594,87. Untuk kemudian memprediksi tingkat konsumsi dari seorang individu muslim, maka diperlukan penggunaan kembali instrument penelitian yang dipakai dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar tingkat pendapatan, seberapa jumlah usia, dan seberapa tinggi religiusitas dari individu muslim tersebut.

Dilihat dari nilai probabilitasnya yang hampir mendekati pengaruh yang sempurna, maka dapat dikatakan bahwa teori yang dibangun oleh John Maynard Keynes

mengenai pengaruh pendapatan terhadap konsumsi dapat diaplikasikan kedalam komunitas muslim. Sebagai perbandingan dengan usia dan tingkat religiusitas, nampaknya variabel pendapatan merupakan variabel dengan pengaruh yang sama kuatnya dengan variabel usia, namun terlihat pengaruh yang lebih kuat dari pada variabel religiusitas. Jadi, meskipun secara kelembagaan individu muslim memiliki regulasi sendiri dalam berkonsumsi, namun secara rasional pendapatan merupakan faktor yang sangat besar pengaruhnya terhadap jumlah konsumsi bagi individu muslim. Besar kecilnya pengeluaran untuk konsumsi bagi individu muslim akan sangat dipengaruhi oleh tingkat pendapatannya. Pemuan ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Otniel Pontoh (2011) dalam *Pacific Journal* menemukan bahwa besarnya tingkat pendapatan yang diterima oleh seseorang individu berpengaruh secara nyata terhadap besarnya tingkat konsumsi individu tersebut. Hal ini akan berimplikasi bahwa jumlah konsumsi akan mengikuti besar atau kecilnya tingkat pendapatan yang diterima. Jika pendapatan yang diterima bernilai rendah, maka besarnya anggaran yang dapat dikeluarkan untuk kegiatan konsumsi pun akan ikut rendah. Hal senada juga diungkapkan oleh Lisnini dan Purwati (2012) yang mengungkapkan terdapatnya pengaruh signifikan pendapatan seseorang terhadap jumlah konsumsinya.

Untuk variabel usia terlihat bahwa nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0000 atau nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05 (lihat tabel 4.15.). Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel usia berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim.

Berdasarkan nilai dari probabilitasnya, terlihat bahwa variabel usia memiliki pengaruh yang sama kuatnya dengan variabel pendapatan dan lebih kuat apabila dibandingkan dengan variabel religiusitas. Penemuan ini berarti turut mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Albert Ando, Richard Brumberg, dan Franco Modigliani dalam *Life Cycle Hypothesis*. Menurut mereka dalam jangka panjang konsumsi seorang individu pasti akan berbeda dari konsumsi pada saat ini. Hal ini akan berkaitan erat dengan usia produktifitas orang tersebut (Pratomo, 2006).

Usia produktif sebagai hal yang ditawarkan oleh Albert Ando, Richard Brumberg, dan Franco Modigliani dapat dijelaskan apabila terjadinya peningkatan pendapatan pada masa yang akan datang atau dengan kata lain menuju ke usia yang lebih

produktif. Jika pendapatan pada masa yang akan datang semakin tinggi, yaitu dari usia muda ke usia produktif, maka seorang individu akan meningkatkan jumlah konsumsinya.

Orang tersebut akan mengurangi jumlah konsumsinya pada saat penghasilannya mulai menurun atau pada usia produktif ke usia yang lebih lanjut. Tingkat signifikansi yang ditunjukkan dalam hasil penelitian mengungkapkan bahwa variabel usia memiliki tingkat pengaruh yang sama kuatnya dengan variabel pendapatan, namun terlihat masih lebih kuat pengaruhnya daripada variabel religiusitas.

Untuk variabel religiusitas terlihat bahwa nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0189 atau nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05. Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim. Dilihat dari nilai probabilitasnya yang tidak lebih kecil dari variabel pendapatan dan usia, berarti menandakan bahwa pengaruh dari religiusitas akan lebih sedikit perannya terhadap jumlah konsumsi dari pada variabel pendapatan dan usia.

Tapi bagi individu muslim yang menjadi subjek penelitian, faktor religiusitas tetap merupakan faktor yang menjadi pertimbangan bagi mereka tatkala mereka hendak untuk berkonsumsi. Bagi seorang muslim, kegiatan berkonsumsi tidak hanya sekedar meningkatkan utilitas individu, Islam berkeinginan untuk lebih dari hal tersebut. Islam berkeinginan untuk mendatangkan masalah bagi setiap orang (Muhayatsyah, 2012). Masalah secara etimologis diartikan sebagai kebaikan, kebermanfaatan, kepantasan, kelayakan, keselarasan, dan kepatutan.

Jika dikaitkan dengan konsumsi, maka masalah merupakan sifat atau kemampuan dari barang hasil produksi yang mendukung elemen-elemen dan tujuan-tujuan dasar bagi kehidupan manusia di muka bumi. Bagi seorang muslim yang memiliki tingkat religiusitas yang semakin tinggi, individu tersebut cenderung memiliki pengetahuan yang mendalam mengenai agamanya, kokoh keyakinannya, memiliki frekuensi yang tinggi terhadap pelaksanaan ibadah dan kaidah agamanya, serta memiliki penghayatan atas agamanya yang kemudian diaplikasikan ke dalam perilaku sehari-hari oleh seorang individu. Pengaplikasian perilaku tersebut kemudian yang sejalan dengan prinsip-prinsip dasar konsumsi islami yang ditulis oleh Arif Pujiyono (2006) dan juga hasil statistika dari

penelitian ini. Prinsip-prinsip dasar konsumsi islami tersebut diantaranya berupa prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, yakni berupa kesederhanaan untuk mengkonsumsi yang sifatnya diantara menghamburkan harta dan pelit, tidak bermewah-mewahan, tidak mubadzir, dan hidup hemat. Selanjutnya adalah sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, dan menabung serta berinvestasi.

## **SIMPULAN**

Untuk variabel pendapatan terlihat bahwa nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0000 atau nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05 (lihat tabel 4.15.). Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel pendapatan berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim.

Untuk variabel usia terlihat bahwa nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0000 atau nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05 (lihat tabel 4.15.). Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel usia berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim.

Untuk variabel religiusitas terlihat bahwa nilai probabilitasnya adalah sebesar 0,0189 atau nilainya lebih kecil dari tingkat signifikansi 5 persen atau 0,05 (lihat tabel 4.15.). Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim.

Variabel dummy untuk membedakan tempat pengambilan sampel, yakni fakultas keagamaan sebagai atributif sampel dan fakultas non keagamaan atau umum sebagai normal sampel, terlihat bahwa nilai dari probabilitasnya berjumlah 0,4403 atau lebih besar dari tingkat signifikansi 5% atau 0,05 (lihat tabel 4.14.). Hal ini dapat kita simpulkan bahwa variabel kelompok pembeda (fakultas) tidak berpengaruh secara nyata atau signifikan terhadap variabel jumlah konsumsi bagi individu muslim.

## **PUSTAKA ACUAN**

Aisyah, Muniaty. 2014. *Pengaruh Lingkungan Eksternal Terhadap Kecenderungan Membeli Produk Berlabel Halal yang Dimediasi Perilaku Religius Konsumen*, Ringkasan Disertasi Universitas Trisakti, Jakarta.

- Danil, Mahyu. 2013. *Pengaruh Pendapatan Terhadap Tingkat Konsumsi Pada Pegawai Negeri Sipil di Kantor Bupati Kabupaten Bireun*. Jurnal Ekonomika Universitas Almuslim Bireuen, Aceh.
- Hermawan, A. 2006. *Penelitian Bisnis - Paradigma Kuantitatif*. Grasindo, Jakarta.
- Hyunjeong, Joo dan Mishra, Ashok K. 2013. *Labor Supply and Food Consumption Behavior of Farm Household: Evidence From South Korea*. CAES, Washington.
- Lisnini dan Purwati. 2012. *Analisis Pola Konsumsi Rumah Tangga Pengrajin Songket di Kota Palembang*. Jurnal Orasi Bisnis vol 7, Politkenik Negeri Sriwijaya, Palembang.
- Mankiw, Gregory. 2006. *Pengantar Ekonomi Makro*. Salemba Empat, Jakarta.
- Mubyarto. 2005. *Sistem dan Moral Ekonomi Indonesia*. LP3ES, Jakarta.
- Muhayatsyah, Ali. 2012. *Nilai Islam yang Terkandung dalam Teori Konsumsi*. Materi Perkuliahan Ekonomi Islam: Mikro dan Makro, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Mustafar, Mohd Zaid dan Borhan, Joni Tamkin. 2013 . *Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective*. IDOSI, Dubai.
- Pontoh, Otniel. 2012. *Pengaruh Tingkat Pendapatan Terhadap Pola Konsumsi Nelayan di Kecamatan Tengah Kabupaten Minahasa Selatan, Sulawesi Utara*. Vol 1 (6): 1039-1040, Dewan Riset Daerah Sulawesi Utara, Manado.
- Pujiyono, Arif. 2006. *Teori Konsumsi Islami*. Dalam Dinamika Pembangunan Vol 3. No. 2, Desember 2006.
- Setiawan, Maman. 2005. *Data Entry dan Eviews Application*. LP3E FE UNPAD, Bandung.
- Soesilowati, Endang S. 2010. *Perilaku Konsumen Muslim dalam Mengkonsumsi Makanan Halal*. LIPI, Jakarta, 2010.
- Sukirno, Sadono. 2007. *Ekonomi Pembangunan: Proses, Masalah, dan Dasar Kebijakan*. Kencana, Jakarta.
- Sumastuti, Efriyani. 2008. *Model Tabungan Rumah Tangga (Sintesis Life Cycle-Permanent Income Hypothesis = LC-PIH) Studi Kasus di Kota Semarang*. Disertasi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Todaro, Michael P. Dan Smith, Stephen C. 2009. *Economic Development*. Pearson Education, New York.

Umeh, Joseph C. Dan Asogwa, Benjamin C. 2012. *Determinants of Farm Household Food Expenditure: Implications for Food Security in Rural Nigeria*. ICEACS, Phuket.

Vaus, D. A. De. 2001. *Surveys in Social Research*. Chong Moh Offset Printing Pte Ltd, Singapore.

Winarno, Wing Wahyu. 2011. *Analisis Ekonometrika dan Statistika dengan Eviews*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Zulganef. 2008. *Metode Penelitian Sosial dan Bisnis*. Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.