

SOCIAL INFLUENCES PONDOK PESANTREN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI ISLAMI SANTRI MAHASISWI PONDOK PESANTREN SYAICHONA MOH. CHOLIL BANGKALAN

Oleh:

Dian Riski Amalia¹ Muhaimin²

Email: dianriski48@gmail.com & muhaimin_mafandi@yahoo.co.id

Abstract: *The main purpose of consumption for a Muslim is as a means of help to worship God. In this day and age there has been a growing behavior that consumerism is actually less useful. The nature of consumerism students along with the development and change of time can no longer be arrested. The purpose of this study to analyze social influences on the pattern of Islamic student consumption. In this research, quantitative research design is used. The sample of research is 52 female students of The Islamic Boarding School of Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. Independent variable: social influence of boarding school (X) and dependent variable: Islamic consumption behavior (Y). The collection techniques used in this study is a questionnaire method. The analysis technique used in this research is simple linear regression. The results showed that most respondents considered social influences with enough frequency 35 people (67%), most of the respondents in the consumption behavior of female students of The Islamic Boarding School of Syaichona Moh. Cholil Bangkalan, quite in accordance with the frequency of 27 people (52%), and there is a significant influence between social influences with the behavior of Islamic consumption student of The Islamic Boarding School of Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. Tighter supervision needs to be done cottage boarding school, to behave student consumption to conform with Islam. In addition, the self-control of the consumption of goods that are less appropriate to the needs and distinguish kosher and excessive consumption for female students.*

Keywords: *social influences, behavior, consumption, Islam*

¹ Mahasiswa Ekonomi Syariah STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura

² Dosen STAI Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura

Pendahuluan

Konsumsi merupakan suatu hal yang niscaya kehidupan manusia untuk dapat mempertahankan hidupnya. Sepanjang hal itu dilakukan sesuai dengan aturan syariah', maka tidak akan menimbulkan problematika. Akan tetapi, ketika manusia memperturutkan hawa nafsunya dengan cara-cara yang tidak dibenarkan oleh agama, maka hal itu akan menimbulkan malapetaka berkepanjangan.³ Aktivitas konsumsi dalam Islam merupakan salah satu aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian, dan kesejahteraan akhirat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal saleh bagi sesamanya.

Tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya konsumsi selalu didasari niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah, sehingga menjadikan konsumsi juga bernilai ibadah. Adapun dalam prespektif konvensional, aktivitas konsumsi sangat erat kaitannya dengan maksimalisasi kepuasan (*utility*).

Pada zaman sekarang ini sudah banyak berkembang perilaku yang konsumerisme yang sebenarnya kurang bermanfaat. Hal ini terjadi bukan hanya pada masyarakat umum saja, namun pada kalangan yang mengerti aturan Islam pun masih memiliki sifat dan perilaku konsumsi yang berlebihan namun dalam hal ini sikap konsumtif tidak hanya timbul dalam motivasi individual namun hal itu jika dapat timbul akibat dari pengaruh sosial (*social influences*) yang artinya dalam hal ini sosial berpengaruh signifikan pada perilaku konsumsi.

Pondok pesantren mendidik dalam hal keislaman terutama perilaku hidup sederhana, hemat, dan mandiri. Pondok pesantren juga selalu mengajarkan tentang bagaimana mengonsumsi barang dan makanan yang halal dan tidak mengonsumsi barang yang diharamkan dalam ajaran Islam. Tetapi dalam konteks faktual, tidak semua santri memiliki pola hidup sederhana. Sifat konsumerisme santri seiring dengan perkembangan dan

³ Indri. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*, (Jakarta : Prenadamedia Grup, 2015), hlm. 97-99

perubahan zaman tidak lagi dapat ditahan, terutama pada santri putri mahasiswi PP. Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. Dalam hal ini terjadi akibat berkembangannya gaya hidup terutama pada santri putri yang terpengaruh gaya *fashion* dan konsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu di butuhkan.

Beberapa konsumerisme santriwati antara lain adalah: pola *fashion* yang mengikuti perkembangan busana muslim terkini, pembelian busana muslim yang berganti-ganti gaya dan warna baik dalam busana maupun jilbab, pola konsumsi sehari-hari yang berlebihan, *trend* memperlihatkan atau memamerkan barang-barang yang dikonsumsinya kepada teman yang lain, konsumsi kosmetik yang berlebihan, dan mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Menurut Lee *Social Influences* ialah cerminan dari hasil komunikasi dan interaksi dengan orang lain, yang dimana dengan adanya pengaruh tersebut dapat terjadi perubahan sikap atau perilaku seseorang.⁴ Dalam konteks ini penekanan utama adalah perubahan perilaku seseorang sebagai akibat dari pengaruh lingkungan.

Pengertian lainnya disebutkan oleh McKechnie yang menyatakan bahwa *Social Influences* segala sesuatu dalam lingkungan sosial sebagai bagian dari interaksi dalam komunitas sosial antara individu dengan kelompok, individu dengan masyarakat yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang.⁵

Pengaruh sosial *Social Influences* menjadi hal utama dan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku niat membeli seorang konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yakni seperti keluarga, kelompok serta peran dan status sosial. Hampir semua perilaku konsumen dipengaruhi oleh lingkungan sosial seseorang.⁶

⁴ Lee, Kaman. 2008. *Opportunities for Green Marketing: Young Consumers International Journal of Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 26, No. 6, pp. 573-586.

⁵ Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013 *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.

⁶ Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga. Hal 163

Menurut prespektif Islam sebagaimana disampaikan oleh Rozalinda, kriteria perilaku konsumsi dalam Islam⁷ adalah:

- 1) Islam mengharamkan sikap kikir. Di sisi lain, Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Ini bentuk keseimbangan yang diperintahkan dalam al-Quran yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi seperti yang diisyaratkan dalam QS AL-Isra' (17): 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا مَّحْسُورًا ﴿٢٩﴾

Artinya: Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal⁸.

- 2) Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Dalam QS Al Maidah (5) 88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezeikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.⁹

- 3) Islam melarang bersikap *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia) larangan terhadap sikap hidup yang mewah. Gaya hidup mewah perusak individu dan masyarakat dan sikap hidup yang sia-sia hidup yang berlebih-lebihan dalam membelanjakan uang hanya demi keinginan

⁷ Rozalinda. *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* Jakarta: Media Group. 2014. hlm 108-109.

⁸ *Al – Quran Terjemah Surat Al-Isrā' ayat 29* (Jakarta 1 Maret 1971)

⁹ *Al – Quran Terjemah Surat Al-Maidah ayat 88* (Jakarta 1 Maret 1971)

hal tersebut sangat dilarang oleh Islam. QS AL A'raaf (7): 31 Allah telah memperingatkan akan sikap ini:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.¹⁰

Tujuan penelitian ini adalah: (1) mendeskripsikan *social influences* pondok pesantren dalam pola konsumsi santri mahasiswi, (2) mendeskripsikan gambaran pola konsumsi islami santri mahasiswi, dan (3) menganalisis *social influences* terhadap pola konsumsi Islami santri mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan rancangan penelitian kuantitatif. Menurut Sukmadinata¹¹ menyatakan bahwa penelitian kuantitatif menekankan fenomena-fenomena yang diteliti secara objektif dengan menggunakan angka-angka dan pengolahan statistik. Pendekatan dalam penelitian ini dilakukan dengan desain survei korelasi kausalitas, dengan sasaran untuk mengetahui *social influences* terhadap perilaku konsumsi Islami santri mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura.

Sebagai populasi dalam penelitian ini adalah seluruh santri mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura yang berstatus sebagai mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Madura Tahun 2017, yaitu sebanyak 103 santri yang terdiri dari santri mahasiswi. Sampel dalam penelitian ini digunakan teknik penentuan sampel berdasarkan *quota sample* atau sampel

¹⁰ Al – Quran Terjemah Digital Surat Al-A'raaf ayat 31 (Jakarta 1 Maret 1971)

¹¹ Sukmadinata. *Metode Penelitian*. (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2008) hlm

kouta. Menurut Arikunto¹² sampel kouta adalah sampel yang didasarkan pada jumlah yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini kouta sampel kouta sebanyak 50% dari total populasi sebanyak 103, yaitu sebanyak 52 santri mahasiswi PP Syaichona Moh. Cholil Bangkalan

Dalam penelitian ini digunakan dua variabel, yaitu: (1) variabel bebas (*independent variable*): *social influences* pondok pesantren (X) dan variabel terikat (*dependent variable*): perilaku konsumsi Islam (Y). Dalam penelitian sumber data primer diperoleh dari subjek penelitian yaitu santri mahasiswi pondok pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan yang berstatus sebagai mahasiswi

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Dalam hal ini metode angket dipergunakan untuk mengetahui *social influences* pondok pesantren dikembangkan instrumen penelitian sebanyak 20 instrumen angket yang dikembangkan dari segala sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan sosial pondok pesantren yang berkenaan dengan peraturan (*roles*), pengaruh teman atau kelompok (*refrence group*), dan budaya (*culture*) pondok pesantren dalam hubungannya dengan perilaku konsumsi santri. Metode angket juga untuk mengetahui perilaku konsumsi Islam dikembangkan 20 instrumen angket berdasarkan konsumsi Islami menyangkut bahwa barang yang dikonsumsi adalah pada barang-barang yang baik (halal), bersih, hemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran, tidak bersikap *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia). Semua hal tersebut adalah pola konsumsi yang dianjurkan dalam syariah Islam.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, dimana analisis kuantitatif merupakan metode analisis dengan angka-angka dan dapat diukur. Dalam penelitian ini data akan diolah menggunakan sofwer komputer yaitu *SPSS For Windows 16.0* adapun alat yang digunakan dalam statistik ini adalah analisis regresi linear sederhana.

¹² Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010) hlm 184

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

a. *Social Influences*

Berdasarkan data penelitian secara keseluruhan *social influences* pondok pesantren terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi pondok pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan yang diperoleh sebagai berikut.

Tabel 1. *Social Influences* Pondok Pesantren

No.	Nilai	<i>Social Influences</i>	Frekuensi	Prosentase
1.	80-100	Kuat	3	6%
2.	60-79	Cukup	35	67%
3.	<60	Kurang	14	27%
Jumlah			52	100%

Sebagian besar responden menganggap *social influences* pondok pesantren cukup dengan frekuensi 35 orang (67%), *social influences* pondok pesantren kurang dengan frekuensi 14 orang (27%), dan *social influences* pondok pesantren kuat dengan frekuensi 3 orang (6%).

b. Perilaku Konsumsi Islami

Berdasarkan analisis data tentang perilaku konsumsi islami santri mahasiswi pondok pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan yang diperoleh dari responden sebagai berikut.

Tabel 2 Perilaku Konsumsi Islami Santri

No.	Nilai	Perilaku Konsumsi	Frekuensi	Prosentase
1.	80-100	Baik	14	27%
2.	60-79	Cukup	27	52%
3.	<60	Kurang	11	21%
JUMLAH			52	100%

Sebagian besar responden dalam perilaku konsumsi santri mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan sesuai dengan pola

islami dengan frekuensi 14 orang (27%), cukup sesuai dengan frekuensi 27 orang (52%) dan kurang sesuai dengan frekuensi 11 orang (21%).

Unrtuk mengetahui seberapa besar *Social Influences* pondok pesantren terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan menggunakan Analisis Regresi Linear Sederhana dengan bantuan SPSS versi 16.0 diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 3 Nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.992 ^a	.983	.982	1.663	1.668

- a. Predictors: (Constant), Culture Pondok (Budaya), Peraturan Pondok Pesantren, Refrensi Group (Klompok atau teman)
- b. Dependent Variable: Perilaku Konsumsi Islami Santri Mahasiswi

Berdasarkan analisis data diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,992$ hal ini menunjukkan pengaruh yang kuat antara variabel *social influences* pondok pesantren terhadap perilaku konsumsi islami santri. Sedangkan koefisien determinasi R Square adalah 0,983 yang berarti bahwa variabel *social influences* pondok pesantren dapat menggambarkan terhadap variabel perilaku konsumsi islami santri mahasiswi sebesar 98,3 %, sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,992$. Hal ini menunjukkan pengaruh yang kuat *social influences* pondok pesantren terhadap perilaku konsumsi santri mahasiswi. Hasil *p value* diperoleh $0,000 < 0,05$ sehingga menerima hipotesis kerja dan menolak hipotesis nihil. Dengan demikian ada pengaruh yang signifikan antara *social influences* pondok Pesantren dengan perilaku konsumsi islami santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.

Pembahasan

Social Influences dalam Pola Konsumsi Santri Mahasiswi

Secara umum pengaruh *social influences* pondok terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan termasuk cukup. Artinya dinamika perilaku konsumsi santri mahasiswi dalam kehidupan sehari-hari dipengaruhi oleh komunitas lingkungan di mana santri mahasiswa berinteraksi dalam kehidupan sehari. Dalam hal ini secara dominan *social influences*nya adalah teman dalam satu kelompok, baik di lingkungan santriwati ataupun dalam pergaulan dengan teman sesama mahasiswa.

Social influences menjadi hal utama dan menjadi faktor dominan yang mempengaruhi perilaku santri dalam menggunakan suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku santri dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial yakni seperti: keluarga, kelompok, serta peran dan status sosial. *Social influences* dalam aspek peraturan pondok pesantren telah mempengaruhi santri dalam menjalani kegiatan sehari-hari dalam hal ini peraturan pondok memiliki pengaruh kuat sebagaimana santri mematuhi segala aturan pesantren, meskipun demikian adapun peraturan yang dilanggar. Pondok pesantren secara ketat melakukan pengawasan santri perihal yang dikonsumsi sehingga santri mendapat hukuman bila melanggar peraturan yang telah diterapkan.

Kurangnya kepatuhan santri mahasiswi terhadap peraturan pondok pesantren dalam hal konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penelitian ini menemukan bahwa kurangnya ketaatan santriwati terhadap peraturan pondok pesantren, khususnya dalam perilaku konsumsi yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal yang melatarbelakangi kurangnya kepatuhan tersebut ialah dikarenakan faktor usia santri mahasiswi yang tergolong remaja, rendahnya kesadaran tentang perilaku konsumsi Islam, sosialisasi nilai pendidikan agama di keluarga yang lemah, sosialisasi nilai-nilai agama dan kontrol serta sanksi di pondok pesantren yang rendah.

Kelompok juga menjadi faktor dominan dalam mempengaruhi santri sebagai bagian dari interaksi sosial dengan ikatan yang kuat, kelompok dimana individu membangun relasi sosialnya menjadi penentu utama atas

berbagai hal yang berhubungan dengan perilaku konsumen. Dalam hal ini kegiatan santri selalu berinteraksi dengan santri lainnya, dan menjadi acuan dalam mengambil keputusan berperilaku. Pengaruh *social influences* dalam aspek kultur budaya meliputi ciri khas pondok pesantren dalam kegiatan besar ataupun kecil santri selalu mengikuti kegiatan tersebut dengan kata lain mengikuti pola konsumsi dan perilaku yang mendorong sikap, sifat, dan fisik yang mendominasi perilaku santri.

Mahasiswi dapat secara bebas dalam berperilaku konsumsi melalui kelompok teman, baik itu di kampus ataupun di luar pondok sebagai perantara untuk memenuhi keinginan pribadi ataupun kelompok tanpa melihat aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh pondok. Kelompok dalam pondok mempunyai ikatan yang kuat dalam interaksi kehidupan santri dan selalu mendengarkan pendapat teman dan kelompok.

Pendapat dan kesukaan teman dari santri yang menjadi mahasiswi mempengaruhi pengambilan keputusan membeli barang ataupun produk, ketergantungan santri mahasiswi dengan teman-teman kelompok di pondok ataupun saat keluar dari pondok menjadi mahasiswi sangat kuat karena takut dianggap tidak memiliki solidaritas dan kesetiakawanan sehingga membuat santri mahasiswi berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok.

Pengaruh kelompok itu sendiri dilakukan dengan menggunakan barang dan mengonsumsi barang yang sama dengan teman-temannya dan mengikuti gaya hidup teman-teman santri mahasiswi yang sedang populer digunakan, santri mahasiswi memiliki rasa senang menggunakan barang-barang sesuai dengan kelompok atau teman-teman dan santri mahasiswi berusaha dengan berbagai cara untuk memiliki atau menggunakan barang-barang tersebut.

Pondok pesantren mempunyai tradisi menggunakan seragam resmi di luar seragam hari-hari santri, pondok pesantren memberikan kebebasan kepada santri untuk menggunakan busana yang seragam namun tidak melanggar peraturan atau kegiatan pondok dan santri mahasiswi pondok memiliki kebebasan yang terbatas dalam menggunakan atau mengonsumsi barang.

Social influences dalam pola konsumsi santri mahasiswi Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan dalam pola perilaku konsumsi Islam sangat berpengaruh terhadap santri mahasiswi terbukti santri mahasiswi rata-rata mengonsumsi barang yang berlebihan dan berperilaku konsumsi sesuai dengan keinginan santri sendiri. Dalam gaya konsumsi santri mahasiswi, memenuhi kebutuhan dilakukan hanya untuk kesenangan atau hanya emosi saja. Konsumsi barang mahal dianggap memberikan kenyamanan dan kepuasan tersendiri bagi pelakunya.

Gambaran Pola Perilaku Konsumsi Islami Santri Mahasiswi

Perilaku konsumsi islami santri mahasiswi secara umum tergolong cukup sesuai dengan pola konsumsi islami. Indikatornya adalah barang yang dikonsumsi adalah pada barang-barang yang baik (halal), bersih, berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran, tidak bersikap *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia). Semua hal tersebut adalah pola konsumsi yang dianjurkan dalam syariah Islam.

Namun ada juga santri yang kurang teliti dalam menggunakan kosmetik dengan tidak memperhatikan label halal. Pada umumnya dilakukan dengan mengikuti teman atau terpengaruh dengan hasil instan. Beberapa santriwati menggunakan kosmetik yang tidak ada label halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam hal kebersihan barang atau apa yang di konsumsi santri pada umumnya memperhatikan kebersihan, namun kadang ada yang lalai. Lingkungan pondok yang masih kotor, selesai menggunakan alat-alat makanan diletakkan begitu saja, kamar mandi yang kotor, dan sebagainya. Dalam pola konsumsi, pada umumnya dilakukan dengan sederhana tetapi cukup higienis. Lingkungan pondok pesantren juga jarang dibersihkan oleh santri kecuali dalam kerja bakti membersihkan pondok. Makanan yang mereka konsumsi cukup bersih dan sehat, tetapi sering membuang sampah sembarangan.

Beberapa perilaku konsumtif santri di pondok pesantren ini di dasari atas keinginan untuk diperhatikan orang lain, keinginan untuk dihargai seseorang, keinginan untuk diapresiasi orang lain. Keinginan untuk diakui orang lain yang berpusat pada diri sendiri dan kemegahan biasanya ini

dinamakan kesombongan (*takabbur*). Mahasiswi saat ini termasuk santri berusaha membentuk *image* dirinya secara fisik menarik, sehingga mendorong melakukan berbagai upaya agar tampil menarik sesuai dengan lingkungan mereka. Keinginan untuk memenuhi tuntutan tersebut mendorong remaja berperilaku konsumtif.

Dalam pembelian barang, faktor pendorong santri mahasiswi adalah mengonsumsi barang atau produk sesuai dengan keinginan, tidak berdasarkan kebutuhan. Melakukan konsumsi bukan sesuai kebutuhan, tetapi didasarkan atas keinginan yang belum tentu dibutuhkan untuk saat ini atau yang akan datang dalam skala prioritas. Hal tersebut dilakukan oleh santri secara terus-menerus mengakibatkan bahwa perhitungan keuangan tidak cukup 1 bulan.

Seperti teori yang sudah dijelaskan sebelumnya, sikap dan sifat yang seharusnya dimiliki santri di pondok pesantren belum sepenuhnya ada pada diri santri, seperti yang dikemukakan Rozalinda, Islam mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta, Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya, Islam melarang bersikap *israf* (royal), dan *tabzir* (sia-sia) larangan terhadap sikap hidup yang mewah. Gaya hidup mewah merusak individu dan masyarakat. Sikap hidup yang sia-sia, hidup yang berlebih-lebihan dalam membelanjakan uang hanya demi keinginan hal tersebut sangat dilarang oleh Islam.

Kepuasan membeli barang trend terbaru seperti sandal, kosmetik, baju, dan kerudung serta lain-lainnya termasuk keperluan santri lainnya dilakukan secara berkala oleh sebagian santri mahasiswi. Pada umumnya mereka menumpuk barang-barang tersebut, bahkan setiap bulan rata-rata menambah koleksi 2 barang baru, rata-rata berupa jilbab atau kerudung. Beberapa di antara mereka mempunyai barang-barang yang termasuk kategori berlebih. Hal tersebut menunjukkan sifat sia-sia dalam membelanjakan uang karena barang-barang yang dimiliki oleh santri masih banyak yang layak dipakai.

Dalam perilaku konsumsi Islami, tidak semua santri mahasiswi berperilaku konsumsi Islam dikarenakan mereka bebas dalam berbusana saat menjadi mahasiswi, tidak seperti ketika berada dalam lingkungan pondok. Hal ini terbukti dengan santri mengutamakan barang-barang yang berkualitas dalam berbusana. Dalam memenuhi kebutuhannya santri mahasiswi tersebut melakukan segala cara termasuk meminjam uang ataupun secara hutang kepada teman ataupun penyedia barang tersebut.

Dalam perilaku itu santri mahasiswi tiap bulan mengalami defisit pengeluaran dikarenakan banyaknya pengeluaran dibandingkan dengan uang bulanan yang dikirim oleh rata-rata orang tua atau kerabat mereka. Terbukti dengan tiap bulan santri kurang lebih mendapatkan sekitar Rp 600.000 - Rp. 1.200.000. Hal lain yang dilakukan santri mahasiswi adalah keseringan mentraktir teman. Meskipun tidak banyak, namun hal tersebut juga membuktikan bahwa pengeluaran santri mahasiswi juga konsumtif dan lebih banyak pengeluaran dari uang jatah bulanan.

***Social Influences* Pondok Pesantren Terhadap Pola Perilaku Konsumsi Santri Mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan**

Berdasarkan analisis data yang diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,992$. Hal ini menunjukkan pengaruh yang kuat antara variabel *social influences* terhadap pola perilaku konsumsi santri mahasiswi. Sedangkan koefisien determinasi $R = \text{Square}$ yaitu $0,983$ dengan ini berarti variabel X menggambarkan terhadap variabel Y sebesar $98,3\%$ yang lebihnya di pengaruhi oleh fakto luar yang lain.

Berdasarkan analisis data yang diperoleh nilai koefisien korelasi $0,000 < 0,005$ sehingga menerima hipotesis kerja, menolak hipotesis nihil. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara *social influences* terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan.

Santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan memahami perilaku konsumsi Islam dan merespon adanya pengaruh sosial yang dialami di lingkungan pondok pesantren dengan baik, pondok pesantren memiliki peraturan yang efektif mengurangi sifat perilaku konsumsi santri yang berlebihan. Secara umum perilaku konsumsi Islam adalah

pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Yang di maksud konsumsi disini bukan semata-mata makan dan minum saja. Konsumsi mencakup segala pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari yang memenuhi kaidah syariah Islam.

Social Influences ditentukan dari faktor peraturan pondok pesantren, dan pengaruh refrensi grup terhadap terjadinya pola konsumsi santri yang konsumerisme. Hal yang khas dalam penelitian adalah variabel *social influence* didapatkan hasil bahwa indikator dorongan teman menjadi indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi dibandingkan indikator-indikator lainnya pada variabel *social influence*, artinya bahwa lingkungan sosial dimana santri berada sangat penting, karena di sanalah seorang santri itu banyak menghabiskan waktunya dalam berinteraksi. Sehingga, mempengaruhi santri dalam perilaku konsumsi sehari-hari di lingkungan pondok pesantren.

Penelitian menunjukkan bahwa variabel *social influence* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan dan pola konsumsi santri mahasiswi. Faktor teman atau refrensi *group* berpengaruh paling dominan terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi. Dengan kata lain bahwa *social Influences* mempengaruhi santri dalam berperilaku konsumsi yang tidak islami, seperti: boros, sia-sia, konsumsi tidak sesuai kebutuhan, dan sebagainya.

Perilaku konsumsi ini tidak hanya pada perilaku konsumsi makanan, namun juga *fashion*, kosmetik, dan cara berpenampilan yang menarik. Ada beberapa santri yang melakukan pemasaran ilegal di dalam pondok Syaichona Moh. Cholil Bangkalan. Sejatinya, peraturan dalam pondok melarang aktivitas jual beli, namun tetap dilakukan oleh santri mahasiswi. Apalagi dengan sistem *online* yang bisa dilakukan oleh para santri di dalam pondok. Semakin mudahnya akses pemesanan barang melalui sistem *online* dan pengiriman barang melauai layanan tertentu, semakin meningkat transaksi yang konsumtif pada santri mahasiswi.

Budaya konsumtif santri terjadi juga adanya pengaruh sosial dari berbagai kalangan seperti: pergaulan sesama teman dan adaptasi saat para santri pulang dari pondok. Hal ini mengakibatkan sikap konsumtif santri

mahasiswi semakin meningkat. Mereka terpengaruh dengan lingkungan sosial di pondok dan di luar pondok. Gaya hidup ini juga dibawa oleh santri mahasiswi ketika berinteraksi kembali dalam lingkungan pondok pesantren.

Budaya konsumtif ini sudah selayaknya dikendalikan untuk kembali mengonsumsi sesuai dengan tuntunan Islam. Islam mengatur bahwa konsumsi bagi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya konsumsi selalu didasari niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah, sehingga menjadikan konsumsi juga bernilai ibadah. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, dalam hal ini dimaksudkan untuk menambah potensi mengabdikan kepada-Nya. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang tidak bisa diabaikan oleh seorang muslim untuk merealisasikan tujuan dalam penciptaan manusia, yaitu mengabdikan sepenuhnya hanya kepada Allah untuk mencapai falah. Falah adalah kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat. Falah dapat terwujud apabila kebutuhan-kebutuhan hidup manusia terpenuhi secara seimbang. Tercukupinya kebutuhan masyarakat akan memberikan dampak yang disebut *mashlahah*. *Mashlahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia.¹³

Sejalan dengan pemikiran tersebut, Yusuf al-Qardhawi menyatakan pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera.¹⁴ Dalam perilaku konsumsi Islam menolak perilaku manusia untuk selalu memenuhi segala keinginannya, karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus. Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia yang bersifat pribadi dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan orang lain. Keinginan seringkali tidak selalu sejalan dengan

¹³ [http:// Teori Konsumsi dalam islam Economics html](http://TeoriKonsumsiDalamIslamEconomics.html) di akses 12 Januari 2017

¹⁴ Indri. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenada Media Grup.2015, hlm. 98.

rasionalitas, karenanya berifat tidak terbatas dalam kuantitas dan kualitasnya. Kekuatan dari dalam diri disebut jiwa atau hawa nafsu yang memang menjadi penggerak utama seluruh perilaku manusia.

Dalam ajaran Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan dan bukan kerugian bagi kehidupan dunia dan akhirat. Keinginan yang sudah dikendalikan dan diarahkan sehingga membawa kemanfaatan ini dapat disebut dengan kebutuhan. Perilaku konsumsi adalah suatu keinginan dimana memerlukan barang yang seharusnya tidak terlalu dibutuhkan dan kurang bermanfaat.¹⁵

Penutup

Pengaruh yang signifikan antara *social influences* pondok pesantren terhadap perilaku konsumsi islami santri mahasiswi Syaichona Moh. Cholil Bangkalan, perlu diimbangi dengan pengawasan yang lebih ketat dari pemangku kebijakan pondok pesantren. Selain itu penanaman kembali ilmu yang mendalam mengenai perilaku-perilaku konsumsi santri agar sesuai dengan Islam. Hal yang paling penting adalah dari individu santriwati sendiri dalam bentuk pengendalian diri terhadap konsumsi barang-barang yang kurang sesuai dengan kebutuhan serta membedakan konsumsi halal dan yang berlebihan bagi santri.

¹⁵ <http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-perilaku-konsumtif-definisi.html>.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Catur, M. *Budaya Santri*. 2007. Alumni Pesantren Salafiyah Babakan Cirebon Jawa Barat 23 Maret 2007.
- Hasan, Smail. 2013 *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Membeli Baju Busana Muslim Kota Metropolitan*. Surabaya: Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Imam at-Tirmizi, Sunan Tirmizi, Juz 8, h. 443, No. hadis 2341
- Indri, H. 2015. *Hadis Ekonomi, Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*, Jakarta: Prenadamedia Grup.
- Isna, Miftakhul. 2008 *Pemahaman Santriwati Terhadap Peraturan Pondok Jurusan Pendidikan Ekonomi S1 Universitas Muhammadiyah*.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kun, Maryati dan Juju Suryawati, 2001 *Sosiologi Untuk SMA dan MA* Jakarta: Erlangga
- Lee, Kaman. 2008. Opportunities For Green Marketing: Young Consumers. *International Journal of Marketing Intelligence & Planning*. Vol. 26, No. 6, pp. 573-586.
- Mannan. 2005 *Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Terj.* Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, 2000 *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* Yogyakarta: BPFE.
- Muntholip, Abd. (2012) *Jurnal Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Islam* Dosen STAI Attanwir Bojonegoro 2012 Volume 01 April 2012.

- Rahma, Yulianah. 2013 *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Islam IAIN Surabaya* Skripsi Program S1 Jurusan Ekonomi.
- Rahmawati, Anita Dwi. 2013 *Kepatuhan Santri di Pondok Pesantren Modern. Sekolah Tinggi Agama Islam Pamekasan.*
- Rofi, Ilmia. *Perilaku Konsumsi Santri Putri Pondok Pesantren Syaichona Moh. Cholil Bangkalan Tahun 2015-2016.* Skripsi. Program SI Pendidikan Ekonomi Syariah, Sekolah Tinggi Agama Islam Syaichona Moh. Cholil Bangkalan: 2016.
- Rozalinda. 2014 *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* Jakarta: CV Media Group.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013 *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis.* Yogyakarta: Andi Offset.
- Sukirno, Sandono. 2002 *Pengantar Teori mikroekonomi* Jakarta: Rajawali Press.
- Siddiqi, M.N. 1972 *The Economics of Enterprise in Islam* Lahore: Islamic Publications Ltd.
- Sudarmiati. 2009. *Jurnal Ekonomi.* Surabaya: Unsuri. Tahun 14 Nomor 1 Maret 2009
- Sugiyono. 2010 *Metode Penelitian Kuantitatif.* Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata. 2008. *Metode Penelitian.* Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Unesa. 2014. *Teori Pengaruh Sosial terhadap Perilaku Konsumen* Volume 29 Issue 02 terbitan 2014
- Wafiatussholihah. 2015. *Analisis tentang Pemikiran Yusuf Qardhawi tentang Konsep Konsumsi Islam.* Universitas Sunan Giri Surabaya
- Waroatul Watimah, Tin. 2015. *Model Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)* Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Sumber Internet

[Http:// Teori Konsumsi dalam islam Economics html](#) di akses 12 Januari 2017

[Http://makalah-perkuliah.blogspot.co.id/2012/06/konsumsi-dalam-ekonomi-islam.html](http://makalah-perkuliah.blogspot.co.id/2012/06/konsumsi-dalam-ekonomi-islam.html) di akses Tanggal 12 Januari 2017

[Http//: Pola Perilaku Konsumsi Islami Ayat Dan Hadits Produksi, Konsumsi Dan Distribusi.Html](#) di akses 03 Januari 2017

<http://www.landasanteori.com/2015/09/pengertian-perilaku-konsumtif-definisi.html> di akses 2 Januari 2017

[Http://makalah-perkuliah.blogspot.co.id/2012/06/konsumsi-dalam-ekonomi-islam.html](http://makalah-perkuliah.blogspot.co.id/2012/06/konsumsi-dalam-ekonomi-islam.html) di akses Tanggal 12 Januari 2017

[Http://kamiluszaman.blogspot.co.id/2015/09/pondok-pesantren-sebagai-sistem.html](http://kamiluszaman.blogspot.co.id/2015/09/pondok-pesantren-sebagai-sistem.html) di akses pada 05 Januari 2017 jam 12.00