

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA
TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016 FEBI
UIN MATARAM**



Oleh
I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari
NIM. 160203241

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2020**

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA
TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016 FEBI
UIN MATARAM**

**Skripsi
Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Mataram
untuk melengkapi persyaratan mencapai gelar
Sarjana Ekonomi**



**Oleh
I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari
NIM. 160203241**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) MATARAM
MATARAM
2020**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari, NIM : 160.203.241 dengan judul
“Analisis Faktor Budaya terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi
Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram”, telah memenuhi syarat dan
disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 30/6-2020

Dibawah Bimbingan:

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. M. Saleh Ending, M.A

NIP. 197209121998031001


H. Bahrur Rosyid, MM

NIP. 197810212009121002

NOTA DINAS PEMBIMBING

Mataram, 30-juni 2020

Hal: **Ujian Skripsi**

Yang Terhormat

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

di Mataram

Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari

NIM : 160203241

Jurusan/Prodi : Ekonomi Syariah

Judul : Analisis Faktor Budaya terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di-*munaqasyah*-kan.

Wassalammu'alaikum, Wr. Wb.

Pembimbing I ,



Dr. M. Saleh Ending, M.A

NIP. 197209121998031001

Pembimbing II,



H. Bahur Rosyid, MM

NIP. 197810212009121002

PENGESAHAN

Skripsi oleh: I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari, NIM: 160203241 dengan judul "Analisis Faktor Budaya terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram", telah dipertahankan di depan dewan penguji Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram pada hari Selasa, 11 Agustus 2020 dan telah dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (SE)

Dewan Penguji

Dr. M. Saleh Ending, M.A

(Ketua Sidang/Pemb. I)

H. Bahrur Rosvid, M.M

(Sekretaris Sidang/Pemb. II)

Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag

(Penguji I)

Drs. H. Hariono, M.SI

(Peguji II)

Mengetahui "

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag
NIP. 197111041997031001

MOTTO

وَهُوَ الَّذِي سَخَّرَ الْبَحْرَ لِتَأْكُلُوا مِنْهُ لَحْمًا طَرِيًّا وَتَسْتَخْرِجُوا مِنْهُ

حِلْيَةً تَلْبَسُونَهَا وَتَرَى الْفَلَكَ مَوَازِيرَ فِيهِ وَلِتَبْتَغُوا مِنْ فَضْلِهِ

وَلَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ

Artinya: dan Dia-lah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur.

(Q.S. An Nahl: (16) ayat 14)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MATARAM

“Barangsiapa menyerupai suatu kaum, maka dia termasuk bagian dari mereka”

Perpustakaan UIN Mataram
(HR Abu Daud dan Ahmad)

PERSEMBAHAN

Dengan penuh cinta, kasih sayang dan rasa syukur kepada Allah, saya persembahkan karya tulis (skripsi) ini kepada:

1. Kedua orang tua saya Ibu Hidayati dan Bapak I Gusti Ngurah Alit, terima kasih atas cinta dan kasih sayangnya. Mama dan Ajik saya tercinta yang menjadi penyemangat terbesar saya untuk segera menyelesaikan tugas akhir dari perkuliahan ini, yang telah mendidik, menyayangi dan tak pernah putus untuk mendoakan yang terbaik untuk saya, serta selalu mendukung saya baik secara material maupun immaterial. Terimakasih, I love you both.
2. Mba Kiki yang selalu menyemangati juga selalu sedia membantu secara materil. Mba Ikha, Kak idho, Adek Rahman, Adek Syarif, Apun, Nini Terimakasih untuk kasih sayangnya.
3. Zulfikar Pramadiswara yang tidak pernah bosan untuk menyemangati.
4. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Mataram.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. KONSONAN TUNGGAL

| Huruf Arab | Nama | Huruf Latin | Keterangan |
|------------|------|--------------------|----------------------------|
| ا | Alif | Tidak dilambangkan | Tidak dilambangkan |
| ب | Bā" | b | be |
| ت | Tā" | t | te |
| ث | Ṡā" | | es (dengan titik di atas) |
| ج | Jīm | j | je |
| ح | Ḥā" | ḥ | ha (dengan titik di bawah) |
| خ | Khā" | kh | ka dan ha |
| د | Dāl | d | de |
| ذ | Ẓāl | ẓ | zet (dengan titik di atas) |
| ر | Rā" | r | er |
| ز | zai | z | zet |
| س | sīn | s | es |
| ش | syīn | sy | es dan ye |

| | | | |
|----|--------|---|-----------------------------|
| ك | ṣād | ṣ | es (dengan titik di bawah) |
| د | ḍād | ḍ | de (dengan titik di bawah) |
| ط | ṭā | ṭ | te (dengan titik di bawah) |
| ز | zā' | z | zet (dengan titik di bawah) |
| ع | 'ain | ' | koma terbalik di atas |
| غ | gāin | g | ge |
| ف | fā" | f | ef |
| ق | qāf | q | qi |
| ك | kāf | k | ka |
| ل | lām | l | el |
| م | mīm | m | em |
| ن | nūn | n | en |
| و | wāw | w | w |
| هـ | hā" | h | ha |
| ء | hamzah | ` | apostrof |
| ي | yā" | Y | Ye |

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

| | | |
|---------------|---------|---------------------|
| مُتَعَدِّدَةٌ | ditulis | <i>Muta'addidah</i> |
| عَدَّة | ditulis | 'iddah |

C. *Tā' marbūṭah*

Semua *tā' marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti *shalat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

| | | |
|----------------|---------|---------------------------|
| حكمة | ditulis | <i>ḥikmah</i> |
| علة | ditulis | <i>'illah</i> |
| كرامة الأولياء | ditulis | <i>karāmah al-auliya'</i> |

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

| | | | |
|-----------|--------|---------|---|
| --- َ --- | Fathah | ditulis | A |
| --- ِ --- | Kasrah | ditulis | i |
| --- ُ --- | Ḍammah | ditulis | u |

| | | | |
|----------|--------|---------|----------------|
| فَعَلَ | Fathah | ditulis | <i>Fa'ala</i> |
| ذُكِرَ | Kasrah | ditulis | <i>ḏukira</i> |
| يَذْهَبُ | Ḍammah | ditulis | <i>Yazhabu</i> |

E. VOKAL PANJANG

| | | |
|----------------------|---------|-------------------|
| 1. Fathah + alif | ditulis | <i>ā</i> |
| جَاهِلِيَّة | ditulis | <i>jāhiliyyah</i> |
| 2. Fathah + ya" mati | ditulis | <i>ā</i> |
| تَنْسَى | ditulis | <i>tansā</i> |

| | | |
|-------------------------------|---------|--------------|
| 3. Kasrah + ya" mati كريم | ditulis | <i>ī</i> |
| | ditulis | <i>karīm</i> |
| 4. Dammah + wawu mati فروض | ditulis | <i>ū</i> |
| | ditulis | <i>furūd</i> |

F. Vokal Rangkap

| | | |
|--------------------------------|---------|-----------------|
| 1. fathah + ya" mati نيناكم | ditulis | <i>ai</i> |
| | ditulis | <i>bainakum</i> |
| 2. fathah + wawu mati قول | ditulis | <i>au</i> |
| | ditulis | <i>qaul</i> |

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

| | | |
|---------|---------|------------------------|
| أنتم | ditulis | <i>A"antum</i> |
| أعدت | ditulis | <i>U'iddat</i> |
| لنشكرتم | ditulis | <i>La'in syakartum</i> |

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal "al"

| | | |
|--------|---------|------------------|
| القرآن | ditulis | <i>Al-Qur"ān</i> |
| القياس | ditulis | <i>Al-Qiyās</i> |

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

| | | |
|--------|---------|------------------|
| السماء | ditulis | <i>As-Samā'</i> |
| الشمس | ditulis | <i>Asy-Syams</i> |

I. PENULISAN KATA-KATA DALAM RANGKAIAN KALIMAT

Ditulis menurut penulisannya

| | | |
|-----------|---------|----------------------|
| ذوالفروض | ditulis | <i>Żawi al-furūḍ</i> |
| أهل السنة | ditulis | <i>Ahl as-sunnah</i> |



Perpustakaan UIN Mataram

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah, Tuhan semesta alam, karena atas Hidayah dan Karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir (skripsi) ini. Shalawat serta salam kepada junjungan Nabi besar Muhammad SAW. yang telah memberikan perubahan besar untuk perubahan dunia.

Penulis menyadari dalam proses penyelesaian skripsi ini tidak akan sukses tanpa bantuan dan keterlibatan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis memberikan penghormatan dan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. Mutawali, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram yang telah memberikan tempat untuk penulis untuk menuntut ilmu;
2. Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam;
3. H. Bahrur Rosyid, MM., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah;
4. Hj. Siti Nurul Khairani, MM selaku pembimbing akademik kelas F Ekonomi Syariah angkatan 2016;
5. Dr. M. Saleh Ending, M.A sebagai pembimbing I dan H. Bahrur Rosyid, MM. sebagai pembimbing II yang telah banyak bersabar dalam membimbing, mengarahkan serta tanpa bosan memberikan motivasi agar segera terselsaikannya skripsi ini;

6. Seluruh Dosen dan Civitas Akademik Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram yang sudah banyak membantu penulis dalam hal apapun.
7. Sahabat saya Baiq Siti Zubaedah dan Baiq Ilfat terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah segala macam hal. Sahabatku Puput, Redya, Widia, Inka, kak dori. Teman seperjuangan yang tak bosan-bosannya saling menyemangati Dian, Aten, Mega, Ulfa, Disa, Aldi, Manan, Hartono, Irwan, Jajang.
8. Teman-teman Kelas F Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang tidak bias disebutkan satu persatu.
9. The last to my self, hehe walaupun banyak malesnya, but thank you sudah mau berdamai dengan keadaan dan menyelesaikan semuanya, terimakasih sebesar-besarnya.

Semoga amal kebaikan dari berbagai pihak tersebut mendapat pahala yang berlipat-ganda dari Allah swt dan semoga hasil penelitian ini bisa bermanfaat secara teoritis dan praktis, *Amin*.

Mataram,

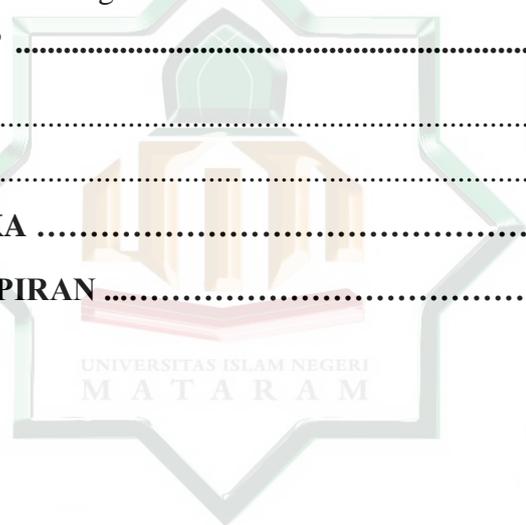
2020

Penulis,

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN SAMPUL | i |
| HALAMAN JUDUL | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| NOTA DINAS PEMBIMBING | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI | v |
| PENGESAHAN | vi |
| HALAMAN MOTTO | vii |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | viii |
| PEDOMAN TRANSILITERASI ARAB-LATIN | ix |
| KATA PENGANTAR | xiv |
| DAFTAR ISI | xvi |
| ABSTRAK | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 4 |
| C. Tujuan dan Manfaat | 5 |
| D. Ruang Lingkup dan <i>Setting</i> Penelitian..... | 6 |
| E. Telaah Pustaka | 7 |
| F. Kerangka Teori..... | 9 |
| G. Metodologi Penelitian | 23 |
| H. Sistemataika Pembahasan | 33 |
| BAB II PAPARAN DATA DAN TEMUAN | 35 |
| A. Gambaran Umum Tempat Penelitian..... | 35 |

| | |
|---|-----------|
| B. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram..... | 44 |
| C. Faktor Budaya pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram..... | 52 |
| BAB III PEMBAHASAN | 54 |
| A. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram | 54 |
| B. Analisis Faktor Budaya terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram | 58 |
| BAB IV PENUTUP | 62 |
| A. Kesimpulan | 62 |
| B. Saran-saran..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA | 64 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 66 |



Perpustakaan UIN Mataram

**ANALISIS FAKTOR BUDAYA
TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016 FEBI
UIN MATARAM**

Oleh:

I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari

160203241

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi mahasiswa dan bagaimana faktor budaya dapat memberikan pengaruh pada konsumsi mahasiswa jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram. Adapun metode yang digunakan peneliti dalam penelitian ini yaitu metode deskriptif kualitatif, dan metode pengumpulan data menggunakan metode wawancara dengan mahasiswa jurusan ekonomi syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa lebih banyak menggunakan uang saku yang dimiliki untuk pemenuhan kebutuhan akan makanan dan budaya mahasiswa jurusan ekonomi Syariah angkatan 2016 merupakan mahasiswa yang tidak gemar belanja.

Perpustakaan UIN Mataram

Kata Kunci: *Faktor Budaya, Konsumsi*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku merupakan suatu tindakan atau kegiatan seseorang dalam melakukan suatu hal yang berhubungan dengan segala aktivitasnya dalam melangsungkan kehidupan. Istilah perilaku erat hubungannya dengan objek yang studinya diarahkan pada permasalahan manusia. Di bidang studi pemasaran, konsep perilaku konsumen secara terus menerus dikembangkan dengan berbagai pendekatan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa¹.

Schiffman dan Kanuk dalam buku Ujang Sumarwan² mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut. "Istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka, sedangkan Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengartikan sebagai "Kami mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, menghabiskan, produk dan jasa, termasuk dalam proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini".

¹ Nugroho J,Setiadi. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2015), h. 2.

² Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia. 2011), h. 4.

Setiap tindakan oleh seorang konsumen sebelum melakukan kegiatan mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan, sampai menghabiskan suatu produk barang dan jasa ada beberapa faktor yang akan mempengaruhi setiap kegiatan tersebut, yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi. Budaya merupakan keseluruhan nilai, simbol dan segala bentuk pemikiran yang mempengaruhi sikap seseorang, perilaku bahkan percayaan serta kebiasaan seseorang dalam masyarakat. Budaya tidak hanya bersifat abstrak, seperti nilai, sikap, simbol, pemikiran dan kepercayaan, namun budaya juga dapat bersifat objek material. Dimana rumah, peralatan elektronik, pakaian dan kendaraan merupakan contoh konsumsi yang dianggap sebagai budaya dari suatu masyarakat. Undang-undang, bahasa, makanan, minuman, teknologi dan musik adalah contoh lain dari budaya dalam suatu masyarakat. Suatu nilai dapat dijadikan sebagai makna budaya (*cultural meaning*), jika seluruh elemen yang ada dalam suatu masyarakat memiliki pemahaman dan pemikiran yang sama terhadap nilai tersebut³.

Faktor sosial adalah faktor yang dipengaruhi dari luar diri seseorang, seperti pengaruh dari keluarga, kelompok acuan dan lingkungan. Keluarga adalah lingkungan mikro, yaitu lingkungan yang paling dekat dengan konsumen. Keluarga menjadi daya tarik bagi para pemasar karena keluarga memiliki pengaruh yang besar kepada konsumen. Anggota keluarga akan saling mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pembelian produk dan

³*Ibid*, h. 13.

jasa⁴. Faktor kepribadian juga menjadi suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisis perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklasifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut, maka para pemasar dapat dengan mudah menciptakan produk untuk *target market* yang dituju. Selain itu, faktor-faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi dan proses belajar mampu mempengaruhi keputusan seorang konsumen dalam membeli suatu produk dan jasa. Dimana keadaan psikologis tertentu mempengaruhi kebutuhan konsumen yang bersifat biogenetik, seperti, rasa lapar, haus, resah tidak nyaman. Freud mengasumsikan bahwa kekuatan psikologis yang sebenarnya membentuk perilaku manusia sebagian besar bersifat di bawah sadar⁵.

Pada dasarnya apabila kebutuhan seseorang telah terpenuhi, maka akan timbul lagi kebutuhan-kebutuhan lainnya. Pemenuhan kebutuhan ini dapat berupa pembelanjaan akan makanan, minuman, pakaian dan barang-barang kebutuhan lainnya yang termasuk dalam konsumsi. Konsumsi dilakukan oleh semua kalangan, mulai dari anak yang baru lahir, anak remaja dan orang tua, setiap kalangan akan membutuhkan konsumsi yang berbeda-beda. Anak remaja merupakan salah satu dari kalangan konsumen dan mahasiswa termasuk dalam kalangan remaja. Mahasiswa merupakan kalangan muda yang banyak menjadi *target market* dari suatu pemasaran produk barang dan jasa tertentu, mengingat mahasiswa merupakan kalangan muda yang memiliki banyak kebutuhan. Kebutuhan mahasiswa tidak hanya keperluan kuliah,

⁴*Ibid.*

⁵Nugroho J. Setiati, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 12-13.

tetapi juga kebutuhan untuk menunjang penampilan. Mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2016 di UIN Mataram yang saat ini berjumlah 203. Dalam proses pembelian suatu produk banyak hal yang dapat mempengaruhi mahasiswa itu sendiri. Biasanya mahasiswa cepat terpengaruh oleh rayuan iklan, terpengaruh oleh ajakan teman dan biasanya mahasiswa kurang realistis dalam menggunakan uangnya.

Di dalam lingkungan Kampus UIN Mataram sendiri mahasiswa menggunakan pendapatannya (uang saku) untuk membeli kebutuhan yang cenderung murah. Mahasiswa biasanya bergerak sangat cepat jika ada suatu produk yang memberikan potongan harga. Terlihat dari kebiasaan yang ada di kalangan mahasiswa, hal ini yang mendorong penulis untuk meneliti lebih dalam yang berkaitan dengan “Analisis Faktor Budaya Terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 di UIN Mataram”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah yang dipaparkan diatas, maka penulis mengangkat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram?
2. Mengapa Faktor Budaya Berdampak pada konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diperoleh dari penelitian ini adalah

- a. Untuk Mengetahui Bagaimana Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.
- b. Untuk Mengetahui Mengapa Faktor Budaya Berdampak pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

a. Manfaat Teoritis

Adapun secara teoritis, manfaat yang ingin diberikan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah, hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi perluasan wawasan dan bahan studi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada umumnya dan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya. Selain itu, Penelitian ini juga diharapkan agar dapat digunakan sebagai salah satu sumber bagi peneliti lain yang memiliki topik penelitian yang sama.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan bahan referensi berdasarkan pada teori dan disiplin ilmu yang telah diperoleh semasa kuliah dalam mata kuliah Perilaku Konsumen dan juga diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa

karena memberikan informasi mengenai bagaimana faktor budaya itu mampu mempengaruhi dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa.

D. Ruang Lingkup dan *Setting* Penelitian

1. Ruang Lingkup

Untuk memudahkan penulisan dalam penelitian ini, maka perlu dibuatkan suatu batasan permasalahan yang dibahas. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas penelitian ini, tentang bagaimana perilaku mahasiswa dan mengapa budaya berpengaruh pada konsumsi mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2016 di UIN Mataram.

2. *Setting* Penelitian

- a. Lokasi penelitian dilakukan di Jalan Pendidikan No. 35, Mataram.
- b. Waktu penelitian sekitar 2 sampai 3 bulan.
- c. Peneliti melakukan penelitian pada Universitas Islam Negeri Mataram.

Sumber Informasi dalam penelitian, yaitu Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.

- d. Penelitian ini dilakukan pada Universitas Islam Negeri Mataram.

Pemilihan lokasi ini karena peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana perilaku mahasiswa dan mengapa budaya berpengaruh pada konsumsi mahasiswa. Alasan peneliti melakukan penelitian di Universitas Islam Negeri Mataram ini sendiri juga karena melihat fenomena yang ada saat ini dimana mahasiswa menjadi salah satu target market terbesar suatu pemasaran menjadi hal yang sangat perlu diperhatikan apa saja hal-hal

yang akan mempengaruhi mahasiswa itu sendiri dalam mengkonsumsi suatu produk. Dimana saat ini mahasiswa juga diharapkan mampu menjadi entrepreneur muda, sehingga sedini mungkin sudah belajar cara memasarkan sesuai kebutuhan dan keinginan target market itu sendiri.

E. Telaah Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti bukanlah yang pertama dalam melakukan penelitian, namun menggunakan acuan skripsi lain, yaitu:

1. Dengan penelitian yang dilakukan oleh Ketut Indah Pratiwi dengan judul: “Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta”

Dalam penelitiannya Ketut Indah Pratiwi memfokuskan meneliti apakah ada faktor budaya, sosial, kepribadian, psikologis dan bauran pemasaran pada keputusan pembelian. Karena pada Kebaya Bordir Jegeg Ayu Boutique di Kuta sempat mengalami penurunan jumlah peminat.

Persamaan dengan penelitian ini sama-sama meneliti faktor yang mempengaruhi kebiasaan konsumen, hanya saja pada penelitian ini lebih menekankan pada faktor budaya dan konsumsi yang dibahas tidak hanya pada pakaian.

2. Dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Puji Astuti dengan judul: “Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)”.

Dalam skripsi tersebut, peneliti membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi yang terjadi pada mahasiswa. Hasil skripsi ini menyatakan bahwa faktor pendapatan dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap konsumsi non makanan mahasiswa, sedangkan faktor tingkat harga berpengaruh negatif terhadap konsumsi non makanan mahasiswa.

Persamaan skripsi tersebut dengan skripsi ini sama-sama membahas faktor yang mempengaruhi konsumsi dari mahasiswa. Namun perbedaannya terletak pada skripsi ini hanya menitik beratkan pada faktor budaya dan konsumsi secara umum. Namun pada skripsi tersebut membahas faktor yang lebih khusus dan konsumsi non makanan.

3. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Mardon Nafali dengan judul: “Analisis Pengaruh Faktor-faktor perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan *Merek* Indomie (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado)”

Dalam penelitian ini Mardon Nafali membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis terhadap keputusan pembelian makanan mie instan.

Persamaan dengan penelitian ini, sama-sama membahas faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, hanya saja penelitian tersebut membahas seluruh faktor-faktor yang ada dan penelitian ini hanya membahas faktor budaya saja.

F. Kerangka Teoritik

1. Budaya

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia (*artifacts*) yang diciptakan oleh masyarakat tertentu dan diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain sebagai faktor penentu (*determinants*) dan pengatur (*regulator*) perilaku anggotanya.

Budaya adalah seperangkat pola perilaku yang secara sosial dialirkan secara simbolis melalui bahasa dan cara-cara lain pada anggota dari masyarakat tertentu. Budaya mengacu pada seperangkat nilai, gagasan, artefak dan simbol bermakna lainnya yang membantu individu berkomunikasi, membuat tafsiran dan membuat evaluasi sebagai anggota masyarakat. Budaya memperlengkapi orang dengan rasa identitas dan pengertian akan perilaku yang dapat diterima di dalam masyarakat. Beberapa dari sikap dan perilaku yang lebih penting yang dipengaruhi oleh budaya sebagai berikut; rasa diri dan ruang, komunikasi dan bahasa, pakaian dan penampilan, makanan dan kebiasaan makan, waktu dan kesadaran akan waktu, hubungan (keluarga, organisasi, pemerintah dan sebagainya), nilai dan norma, kepercayaan dan sikap, proses mental dan pembelajaran dan kebiasaan kerja dan praktik.

Budaya merupakan karakter yang penting dari suatu sosial yang membedakan dari kelompok kultur yang lainnya. Elemen yang perlu

digarisbawahi atas setiap kultur adalah nilai, bahasa, mitos, adat, ritual dan hukum yang mempertajam perilaku atas kultur⁶.

Dilihat sebagai suatu makna, maka budaya secara luas, yaitu budaya yang dimiliki bersama oleh sebagian besar masyarakat dalam suatu kelompok sosial. Setiap masyarakat menetapkan visinya masing-masing terhadap dunia dan mengisi serta membangun dunia budaya tersebut dengan menciptakan dan menggunakan makna-makna sebagai perbedaan budaya yang utama.

Sebelum melakukan kegiatan pemasaran, seorang harus mempertimbangkan beberapa hal dalam menganalisis suatu budaya. *Pertama*, arti dari suatu budaya dapat dianalisis melalui beberapa tahapan yang berbeda. Biasanya nilai dari suatu budaya dianalisis pada tingkat yang lebih besar dari suatu masyarakat atau negara yang secara keseluruhan. Akan tetapi, karena budaya dianggap merupakan nilai-nilai yang dirasakan bersama oleh kelompok dalam suatu masyarakat, seorang yang ingin memasarkan suatu produk juga dapat menganalisis arti dari sebuah budaya melalui sub budaya atau kelas sosial. *Kedua*, yaitu konsep arti secara umum atau nilai yang dimiliki bersama, dalam artian secara umum merupakan suatu budaya jikalau beberapa masyarakat dalam suatu kelompok sosial memiliki nilai-nilai dasar dan pemikiran yang sama. *Ketiga*, nilai suatu budaya diciptakan oleh sekelompok masyarakat. Pembangunan nilai budaya dapat terlihat lebih jelas pada tingkat kelompok

⁶Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 261-264.

sosial yang lebih sempit atau kecil. Di tingkat lingkungan yang lebih luas, institusi budaya, seperti pemerintahan, organisasi keagamaan dan pendidikan dan perusahaan juga dilibatkan dalam pembangunan nilai dari suatu budaya. *Keempat*, nilai dari suatu budaya itu selalu melakukan pergerakan dan dapat mengalami perubahan yang cepat. berita terakhir, bahwa kelompok-kelompok sosial memiliki perbedaan pada tingkat kebebasan masyarakat dalam memilih dan menggunakan nilai dari suatu budaya tertentu⁷.

2. Budaya Populer

Budaya populer yang biasanya disingkat dengan budaya pop merupakan karakteristik dari suatu budaya yang diminati oleh banyak kalangan. Karena banyaknya peminat dari budaya pop ini mampu melewati atau menyaingi dari budaya tradisional, budaya leluhur yang telah lama mengakar atau tertanam dalam diri suatu masyarakat. Akibat dari penerapan dari budaya pop ini sendiri sangat luar biasa, dapat terlihat baik dari perubahan tingkah laku dari suatu masyarakat maupun pada tingkat konsumsi akibat adanya budaya pop tersebut. Budaya populer adalah budaya yang mampu menarik banyak orang. Dimana budaya populer ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Budaya populer mampu memasuki nilai dan pengalaman kebanyakan kelompok masyarakat dari suatu populasi.

⁷*Ibid*, h. 263-264.

- b. Untuk memahami budaya populer tidak dibutuhkan pengetahuan khusus.
- c. Suatu budaya mampu terbentuk karena setiap orang dapat mengakses nilai-nilai dari budaya populer dengan mudah.

Agar dapat memahami suatu budaya populer, maka harus dibedakan antara budaya populer tersebut dengan budaya leluhur (*high culture*). Hal tersebut perlu untuk dilakukan karena mengingat setiap sistem dari suatu budaya mampu menghasilkan banyak ragam produk, akan tetapi dapat dibedakan melalui ciri-ciri dasar yang dimiliki. Salah satu cara untuk membedakan antara budaya populer dengan budaya leluhur, yaitu dengan cara melihat produk yang dihasilkan. Budaya populer biasanya menghasilkan suatu produk yang diproduksi dan dibuat dengan suatu keahlian tertentu, seperti pembuatan keramik dan lain-lain. Sedangkan budaya leluhur biasanya menghasilkan suatu produk-produk yang memiliki nilai seni tinggi karena dalam pengolahan dan pembuatannya semata-mata berdasarkan pada nilai yang estetis. Produk yang dibuat dengan suatu keahlian biasanya dapat diproduksi dalam jumlah yang besar dan banyak karena dalam pembuatannya sudah memiliki tata cara pembuatan yang baku, sedangkan produk yang dibuat dengan nilai seni yang tinggi hanya mampu dihasilkan satu kali saja atau dalam jumlah yang relative kecil dan sedikit⁸.

⁸*Ibid*, h. 267.

3. Sistem Fashion

Dalam pembahasan ini, *fashion* tidak hanya berkaitan dengan pakaian, namun juga seluruh jenis produk yang memiliki arti dan makna dari suatu kebudayaan. Suprenant & Salomon menyatakan, sistem *fashion* terdiri dari suatu organisasi dan orang-orang yang terlibat dalam terciptanya arti dan makna dari secara simbolis kemudian menghantarkan arti dan makna tersebut pada barang-barang yang bernilai budaya (*cultural goods*). Dalam makna luas, praktik dari suatu bisnis dapat dikatakan sebagai proses dari suatu *fashion*. Sistem *fashion* yang terus menerus mengalami perkembangan dalam kelompok masyarakat dapat menghasilkan budaya yang tinggi (*high cultural*), akan tetapi dapat juga menghasilkan budaya populer. Biasanya sistem *fashion* yang berkembang dengan cepat akan lebih banyak menghasilkan budaya populer. Namun, budaya yang memiliki nilai tinggi akan lebih sulit digantikan oleh budaya populer, meskipun dalam waktu yang sama muncul juga budaya populer. Dengan kata lain budaya yang bernilai tinggi akan tetap selalu ada meskipun banyak budaya populer yang timbul. Contohnya, seni musik yang klasik sebagai hasil dari suatu budaya yang bernilai tinggi masih tetap ada sampai saat ini meskipun banyaknya aliran musik pop yang bermunculan.

Di sisi lain, budaya populer akan mengalami yang namanya proses *forgetting* (dilupakan oleh pengikutnya) dimana dalam proses ini saat budaya populer yang baru bermunculan yang lebih menarik dan lebih

banyak peminatnya dengan berjalannya waktu peminat dari budaya populer akan mengalami kebosanan kemudian akan berpaling pada budaya populer yang baru, budaya populer yang lama akan tenggelam dan terlupakan. Namun pada suatu saat orang-orang akan menghidupkan kembali budaya populer yang telah lama dilupakan atau tenggelam tersebut⁹.

4. Konsumsi

a. Pengertian Konsumsi

Menurut Hananto dan Sukarto T.J., konsumsi merupakan bagian dari sebuah penghasilan yang dipergunakan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Albert C. Mayers berpendapat bahwa konsumsi adalah penggunaan dari suatu barang dan jasa yang digunakan berawal dan berakhir untuk memenuhi suatu kebutuhan hidup manusia. Adapun menurut ilmu ekonomi, konsumsi merupakan suatu kegiatan menggunakan, menghabiskan dan memanfaatkan nilai suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam upaya menjaga dan menjalankan kelangsungan hidup¹⁰.

Pendapat dari beberapa ahli tentang teori konsumsi, antara lain:

1) Teori J. Keynes

Teori ini dikenal dengan *Absolute Income* (teori pendapatan absolut). Keynes menyatakan tentang hubungan pengeluaran

⁹ *Ibid*, h. 267-268

¹⁰ Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 225.

konsumsi dengan pendapatan nasional yang diukur berdasarkan konstan dan besarnya konsumsi sangat bergantung pada besarnya tingkat pendapatan, maka semakin tinggi pula konsumsi dan sebaliknya. Keynes mengatakan, ada batas konsumsi minimal yang tidak tergantung pada tingkat pendapatan. Jadi, pengeluaran konsumsi minimum tersebut harus tetap dipenuhi oleh masyarakat meskipun tingkat pendapatan sama dengan nol (*outonomous consumption*). Jika penghasilan bertambah, maka pengeluaran konsumsi akan meningkat.

2) Teori Keuzen

Dalam teori ini Keuzen mengemukakan penemuannya, antara lain:

- a) Perlu adanya perbedaan antara kegunaan suatu konsumsi dalam jangka panjang dengan kegunaan dari suatu konsumsi dalam jangka pendek, karena kedua kegunaan tersebut dari hasil kenyataannya juga berbeda.
- b) Konsumsi dalam jangka pendek ternyata mengalami pergeseran ke atas dapat dikatakan bahwa suatu nilai konsumsi dapat meningkat dari waktu ke waktu.

3) Teori Ando, R. Bruimberg dan F. Modigliani. S

Dalam teori ini mereka mengatakan, bahwa ketika seseorang terlahir, maka dia sudah memiliki kebutuhan hidup yang akan menuntut untuk harus terpenuhi, meskipun sudah jelas bahwa usia tersebut sama sekali belum mampu berperan dan berpartisipasi

dalam pembentukan suatu produk nasional. Ini menandakan bahwa pendapatan seseorang tidak ada atau sebesar nol dan jumlah pengeluaran konsumsinya tetap aktif, memaksa seseorang untuk melakukan *dissaving*. Kemudian nanti setelah seseorang dewasa dan memasuki angkatan kerja, maka akan dapat memperoleh suatu pendapatan, dari pendapatan tersebut meningkat, sehingga seseorang melakukan *saving* sampai umur berikutnya. Jika umurnya masih panjang, maka akan dapat kembali melakukan *dissaving*.

4) Teori James Desenbery

James Desenbery menyatakan pendapatnya bahwa pengeluaran untuk suatu konsumsi dalam masyarakat terutama ditentukan oleh tingginya suatu pendapatan tertinggi yang pernah diperolehnya. James Desenbery berpendapat bahwa apabila suatu pendapatan tersebut nantinya berkurang, maka seseorang tidak akan terlalu banyak mengurangi pengeluarannya untuk melakukan suatu konsumsi. Untuk mempertahankan tingkat konsumsi yang tinggi ini, seseorang biasanya terpaksa mengurangi *saving* yang mereka miliki¹¹.

b. Prinsip Dasar Konsumsi

Kebiasaan seseorang dalam menentukan pilihan untuk konsumsi biasanya berkaitan dengan pengalaman di masa lalu, selera yang

¹¹Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h. 61-63.

dimiliki seseorang, budaya dan nilai-nilai yang dianut, seperti agama dan adat istiadat. Perilaku seorang konsumen dapat dilihat dari dua pendekatan, yaitu pendekatan *marginal utility* dan pendekatan *indifference curve*. Pendekatan *marginal utility (utility/utilitas)*, yaitu kepuasan seorang konsumen bisa diukur melalui satuan lain. Adapun pendekatan *indifference curve* (kurva indifferensi), merupakan kepuasan seorang konsumen dapat menjadi lebih rendah atau lebih tinggi tanpa mempertimbangkan lebih rendah atau lebih tingginya suatu barang atau jasa.

Dalam ekonomi *utility*, yaitu jumlah dari kepuasan atau kesenangan yang relative (*gratifikasi*) yang telah dicapai. Dengan jumlah tersebut, seseorang dapat menentukan naik atau menurunnya tingkat utilitas. Tingkat kepuasan (*utility function*) digambarkan oleh kurva indifferensi (*indifference curve*). Biasanya yang digambarkan adalah tingkat kepuasan (*utility function*) antara dua barang (atau jasa), yaitu keduanya memiliki peran dan juga sama-sama disukai oleh konsumen. Dalam membangun teori *utility function*. Digunakan tiga aksioma pilihan rasional sebagaimana yang telah diuraikan oleh Adiwarman sebagai berikut:

1) *Completeness*

Dalam aksioma ini menyatakan bahwa setiap seseorang akan selalu dapat menentukan bagaimana keadaan yang lebih disukai di antara dua pilihan keadaan. Apabila keadaan A dan keadaan B adalah dua

keadaan yang berbeda, maka seseorang akan selalu dapat menentukan secara tepat satu keadaan yang paling disukai di antara tiga kemungkinan, yaitu:

- a) B lebih disukai daripada A;
- b) A lebih disukai daripada B;
- c) B dan A sama menariknya.

2) *Transitivity*

Dalam aksioma dijelaskan bahwa jika seseorang mengatakan “B lebih disukai daripada A” dan “A lebih disukai daripada C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “B lebih disukai daripada C”. aksioma ini digunakan untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri seseorang terkait dengan pengambilan keputusan yang dilakukan.

3) *Continuity*

Dalam aksioma ini mengatakan bahwa jika seseorang mengungkapkan bahwa “B lebih disukai daripada A”, dimana keadaan yang mendekati “B pasti lebih disukai daripada A”.

Ketiga pendapat di atas dapat diartikan secara geometris, yaitu yang lebih dikenal dengan sebutan kurva indiferensi (*indifference curve*). *Kurva indiferensi*, yaitu kurva yang menunjukkan tingkat kepuasan seseorang secara konstan atau sebagai tempat kedudukan tiap-tiap titik yang melambangkan kombinasi dua macam keadaan

(atau berbagai macam keadaan) dimana keadaan tersebut memiliki tingkat kepuasan yang sama¹².

c. **Konsumsi Islami**

Konsumsi dianggap sebagai suatu hal yang sangat dibutuhkan dalam kelangsungan hidup manusia. Karena manusia akan selalu membutuhkan berbagai jenis konsumsi untuk dapat terus mempertahankan kelangsungan kehidupannya. Selama hal tersebut selalu sesuai dengan aturan-aturan yang diajarkan dalam Islam, maka hal tersebut tidak menimbulkan permasalahan. Namun jikalau manusia selalu mengikuti hawa nafsunya dengan cara yang berlebihan dan tidak dibenarkan oleh agama, maka hal itu tentu saja dapat menimbulkan masalah yang berkepanjangan untuk dirinya sendiri juga dapat mengganggu kenyamanan orang lain.

Secara sederhana, konsumsi dalam ilmu ekonomi digambarkan sebagai penggunaan dari suatu produk barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup secara langsung. Konsumsi juga diartikan sebagai penggunaan dari suatu jasa dan barang untuk memberikan kepuasan kebutuhan yang diinginkan oleh seorang manusia (*the use of services and good in the satisfaction of human wants*). Menurut Yusuf al-Qardhawi, konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan kehidupan manusia yang aman, nyaman dan sejahtera, yang dimaksud konsumsi disini bukan

¹²Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 226-227.

semata-mata makanan dan minuman saja. Konsumsi mencakup segala pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Membangun atau membeli rumah, membeli mobil, emas, perak dan perhiasan lain juga termasuk dalam aktivitas konsumsi.

Menurut Yusuf al-Qardhawi, ada beberapa persyaratan yang memang harus dipenuhi dalam mengkonsumsi sesuatu, di antaranya, yaitu; mengkonsumsi hanya pada barang-barang yang memiliki nilai kebaikan (halal), selalu hemat, tidak berlebihan dan tidak bermewah-mewah, menghindari hal yang selalu mengarah pada hutang, menghindari suatu yang tidak baik dan selalu bersikap dermawan. Pernyataan Yusuf al-Qardhawi di atas sejalan dengan firman Allah dalam surah *Al-A'raf*: (7) ayat 31:

﴿يَبْنِيْٓءَ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا
 وَلَا تُسْرِفُوْاۚ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾
 Perpustakaan UIN Mataram

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.

Kegiatan konsumsi dalam Islam adalah salah satu kegiatan ekonomi manusia yang memiliki tujuan agar manusia senantiasa dapat meningkatkan keimanan dan selalu beribadah kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kedamaian, kesejahteraan dan kemenangan

nanti di akhirat (*falah*), baik dengan cara membelanjakan uang yang dimiliki atau pendapatannya tersebut untuk keperluan dirinya juga untuk beramal saleh bagi sesama manusia. Adapun dalam perspektif konvensional, kegiatan konsumsi ini tidak dapat terlepas dari pemenuhan kepuasan (*utility*) dengan kata lain selalu mengikuti hawa nafsu. Sir John R. Hicks menggambarkan tentang konsumsi dengan menggunakan parameter kepuasan melalui konsep kepuasan (*utility*) yang ada dalam kurva *indifference* (tingkat kepuasan yang sama). Sir John Hicks mengatakan bahwa seseorang akan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dalam kehidupannya melalui kegiatan-kegiatan konsumsi pada tingkat kepuasan yang sangat tinggi, dimana tingkat pendapatan (*income*) digunakan sebagai *budget constraint*¹³.

d. Struktur Konsumsi

Struktur masyarakat dan etnis menentukan sebagian besar dari apa yang dibeli dan digunakan oleh konsumen individual. Sistem hukum dan pemerintahan ialah bagian dari budaya suatu bangsa. Sistem tersebut menentukan apa yang dapat ditawarkan oleh penyuplai, cara-cara produk dapat dipasarkan dan tingkat di mana konsumen dibolehkan bertindak berdasarkan preferensi mereka. Untuk mengembangkan strategi yang efektif pemasar perlu mengidentifikasi aspek-aspek penting kebudayaan dan memahami bagaimana mereka memengaruhi konsumen.

¹³Idri, *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 97-99

Nilai, keyakinan, aturan dan norma-norma yang melingkupi suatu kelompok masyarakat akan mempengaruhi sikap dan tindakan individu dalam masyarakat tersebut. Sikap dan tindakan individu suatu masyarakat dalam beberapa hal yang berkaitan dengan nilai, keyakinan, aturan dan norma akan menimbulkan sikap dan tindakan yang cenderung homogen, artinya, jika setiap individu mengacu pada nilai, keyakinan, aturan dan norma kelompok, maka sikap dan perilaku mereka akan cenderung seragam. Setiap kelompok masyarakat tertentu akan mempunyai cara yang berbeda dalam menjalani hidupnya. Cara suatu kelompok masyarakat dalam menjalankan kehidupannya dapat diartikan sebagai budaya dari kelompok masyarakat tersebut. Definisi ini menggambarkan bahwa budaya adalah cara seseorang atau suatu kelompok masyarakat dalam menjalani hidupnya yang diturunkan pada anggota masyarakat lainnya dari suatu generasi ke generasi berikutnya. Dalam proses perpindahan budaya dari suatu generasi ke generasi berikutnya dimungkinkan adanya adaptasi dari budaya lain. Misalnya, adanya pengaruh budaya populer dari negara-negara barat, yang mengakibatkan budaya Indonesia mulai tidak lagi dijadikan dasar dan acuan dalam berperilaku dan bersikap. Dimana proses, seperti inilah yang disebut dengan budaya yang mengalami suatu perubahan dan penerimaan budaya lain. Dalam hal tertentu penyesuaian terhadap budaya juga dapat memberi suatu kebaikan, namun di sisi lain proses dari adanya penyesuaian dan penerimaan budaya luar menggambarkan

adanya rasa kurang percaya diri dari kelompok masyarakat terhadap budaya yang dimiliki sendiri¹⁴.

G. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Dalam metode ini peneliti menggunakan metode deskriptif. Metode deskriptif adalah penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi¹⁵. Metode deskriptif, yaitu langkah kerja untuk mendeskripsikan suatu objek atau fenomena dalam suatu tulisan yang bersifat naratif, artinya, data, fakta yang dihimpun berbentuk kata atau gambar¹⁶.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu paradigma penelitian untuk mendeskripsikan peristiwa, perilaku orang atau suatu keadaan pada tempat tertentu secara jelas dan mendalam dalam bentuk narasi¹⁷.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data tidak akan

¹⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 274-276

¹⁵Suryani Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif Edisi Ke Dua*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), h. 109.

¹⁶Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, CV, 2014), h. 28

¹⁷*Ibid*, h. 236.

mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan¹⁸. Fase terpenting dari penelitian adalah pengumpulan data. Pengumpulan data tidak lain dari suatu proses pengadaan data untuk keperluan penelitian.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya:

a. Observasi (Pengamatan)

Dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti pengamatan atau peninjauan secara cermat. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penelitian. Secara langsung adalah dengan terjun langsung ke lapangan, terlibat seluruh pancaindra. Secara tidak langsung adalah pengamatan yang dibantu melalui *media visual* atau *audiovisual*. Pengertian observasi penelitian kualitatif adalah pengamatan langsung terhadap objek untuk mengetahui keberadaan objek, situasi, konteks dan maknanya dalam upaya mengumpulkan data penelitian¹⁹.

Dalam Penelitian ini observasi yang dilakukan adalah observasi berperanserta (*Participant observation*). Observasi berperanserta (*Participant observation*), yaitu peneliti terlibat langsung dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, CV, 2014), h. 308.

¹⁹ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, CV, 2014), h. 103-105.

sebagai sumber data penelitian²⁰. Observasi berpartisipatif (*Participant observation*) dilakukan agar data yang diperoleh lebih lengkap, tajam dan mendalam terkait data yang dibutuhkan serta menemukan permasalahan yang berkaitan dengan “Budaya Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Melaksanakan teknik wawancara berarti melakukan interaksi komunikasi atau percakapan antara pewawancara (*interviewer*) dan terwawancara (*interview*) dengan maksud menghimpun informasi dan *interview*. *Interview* pada penelitian kualitatif adalah informan yang daripadanya pengetahuan, pemahaman, serta sumber data diperoleh²¹.

Dalam Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur adalah wawancara dengan menggunakan sejumlah pertanyaan yang terstandar secara baku²². Pihak-pihak yang diwawancarai dalam penelitian ini sebanyak 5 orang Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram yaitu; Baiq Siti Zubaedah, Dian Anggraeni, Abdul Manan, Asep Jajang Karma Sanjaya dan Widya Rizki Wulandari. Wawancara terstruktur digunakan agar dalam proses perolehan data atau proses wawancara

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 203.

²¹Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, CV, 2014), h. 129.

²²*Ibid*, h. 133.

lebih efektif karena pertanyaan-pertanyaan yang diberikan sudah sistematis dan jelas. Sehingga data terkait “Budaya Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram” dapat diperoleh dengan lebih mudah.

c. Dokumentasi

Sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Biasanya berbentuk surat-surat, catatan harian, laporan, artefak, foto dan sebagainya. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu yang berbentuk tulisan, gambar, karya monumental dari seorang studi. Dokumen merupakan pelengkap dari pengguna observasi dan wawancara, teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber ini terdiri dari dokumen dan rekaman²³.

Peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang dapat memberikan informasi yang sesuai dengan yang dibutuhkan di lokasi peneliti, seperti jumlah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 di UIN Mataram.

4. Sumber dan Jenis Data

a) Sumber Data

Sumber data dalam suatu penelitian merupakan subjek, yaitu dari mana sumber data tersebut diperoleh. Adapun yang menjadi sumber

²³Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h. 175.

data untuk memperoleh suatu informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu bagian akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram.

Sumber data dari penelitian ini dapat dibagi menjadi dua, yaitu sumber data yang bersifat primer dan sumber data yang bersifat sekunder²⁴.

(1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek yang akan diteliti (informan). Data primer merupakan data yang diperoleh sendiri oleh peneliti dari lapangan tempat penelitian. Data-data tersebut diperoleh melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi-dokumentasi yang ada di lapangan.

Contoh data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara langsung dengan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram, karena mahasiswa disini merupakan objek penelitian.

(2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari penulis ilmiah, penelitian, buku catatan, buku-buku referensi, jurnal, internet dan sebagainya²⁵.

²⁴Mahmud, *Metode Penelitian*, (Bandung: Pustaka Setia, 2011), h. 173.

²⁵*Ibid*, h. 201.

Contoh data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh peneliti dengan cara membaca, melihat, atau mendengarkan. Data ini diambil dari dokumentasi melalui dokumen-dokumen yang berhubungan dengan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram yang dapat diperoleh dari bagian akademik FEBI UIN Mataram.

b) Jenis Data

(1) Data Kuantitatif

Data kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka²⁶.

Contoh data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jumlah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 di UIN Mataram.

(2) Data Kualitatif

Data kualitatif adalah data yang berupa pendapat (pernyataan) atau *judgement*, sehingga tidak berupa angka tetapi berupa kata-kata atau kalimat²⁷.

Contoh kualitatif adalah perilaku mahasiswa dan bagaimana faktor budaya dapat memberikan pengaruh terhadap konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 di UIN Mataram.

²⁶Suryani Hendriyadi, *Metode Riset Kuantitatif Edisi Ke Dua*, (Jakarta: Pranadamedia Group, 2015), h. 109.

²⁷Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 17.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan, sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain²⁸.

Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milihnya menjadi suatu yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Bagaimanapun juga proses analisis data ini membutuhkan analisis lintas situasi, seperti diary, observasi, wawancara, foto dan artefak. Menentukan materi mana yang termasuk atau tidak, bagaimana susunan presentasi material dan apa yang dilaporkan pertama atau terakhir merupakan pilihan yang harus buat peneliti²⁹.

²⁸ Djam'an Satori, Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, Alfabeta, CV, 2014), h. 200.

²⁹ Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif teori dan praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h.214.

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data, yaitu:

a. *Data Collection/Pengumpulan Data*

Kegiatan utama pada setiap penelitian adalah mengumpulkan data. Dalam penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi atau gabungan ketiganya (triangulasi). Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/objek yang diteliti, semua yang dilihat dan didengar di rekam, sehingga peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan sangat bervariasi³⁰.

b. *Data Reduction (Reduksi Data)*

Dilihat dari segi bahasa, kata reduksi (*reduction*) berarti pengurangan, susutan, penurunan, atau potongan. Jika dikaitkan dengan data, maka yang dimaksud dengan reduksi adalah pengurangan, susutan, penurunan atau potongan data tanpa mengurangi esensi makna yang terkandung di dalamnya. Dengan demikian reduksi data merujuk pada proses menyeleksi, memusatkan, menyederhanakan, memisahkan, mengubah bentuk data yang terdapat catatan lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang mempertajam atau memperdalam data untuk disimpulkan dan diverifikasi³¹.

³⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 322-323.

³¹Yaumi, Muljono Damopolii, *Action Research Teori, Model dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 138.

c. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan dan hubungan antar kategori. Dalam hal ini Miles and Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan menyajikan data maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut³².

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Langkah terakhir, yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Secara sederhana, penarikan kesimpulan berarti proses penggabungan beberapa penggalan informasi untuk mengambil keputusan. Adapun verifikasi dalam penelitian antara lain menggunakan data empiris, observasi, tes atau eksperimen untuk menentukan kebenaran atau pembenaran rasional³³.

Terkait dengan analisis yang digunakan penulis untuk menyimpulkan hasil observasi dan wawancara, metode induktif dimaksudkan untuk menilai fakta-fakta yang ditemukan kemudian disesuaikan dengan landasan teori.

³²Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2019), h. 325.

³³Yaumi, Muljono Damopolii, *Action Research Teori, Model dan Aplikasi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2014), h. 145.

6. Validitas Data

Untuk memperoleh data yang valid ada beberapa metode yang digunakan penelitian dalam menguji keabsahan data diantaranya:

a. Ketentuan Pengamatan

Ketentuan pengamatan dimaksudkan untuk peneliti dapat memperoleh data secara lengkap dan kepastian data, sehingga bisa menggali data lebih mendalam³⁴

b. Triangulasi

Triangulasi. Triangulasi adalah pemeriksaan data dengan mencari data dari sumber yang beragam yang masih terkait satu sama lain, data yang telah dianalisis oleh peneliti menghasilkan suatu kesimpulan. Teknik penelitian ini digunakan untuk membandingkan data hasil wawancara dan observasi yang satu dengan yang lain³⁵.

c. Kecukupan Referensi

Kecukupan referensi adalah sebagai alat untuk menyaring data, menyesuaikan dengan kritik tertulis untuk keperluan evaluasi. Kecukupan referensi penelitian sebagai landasan teori yang cukup kuat untuk merumuskan permasalahan, untuk itu penulis harus berpedoman kepada referensi dengan banyak membaca referensi yang mendukung.

³⁴Imam Gunawan, *Metode Penelitian Kualitatif teori dan praktik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2014), h. 169

³⁵*Ibid*, h. 170.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan yang digunakan peneliti dalam menyusun skripsi ini adalah sistematika laporan penelitian kualitatif. Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan sistematika sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Pada bagian awal terdiri dari: sampul depan, judul, persetujuan pembimbing, nota dinas pembimbing, pernyataan keaslian skripsi, pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar dan daftar isi.

2. Bagian Isi

Pada bagian isi, sistematika laporan dari setiap skripsi secara umum berbeda tergantung pada jenis penelitiannya. Namun jenis penelitian yang sedang diteliti saat ini adalah penelitian kualitatif, maka sistem penulisannya sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, bab ini menguraikan tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, ruang lingkup dan setting penelitian, telaah pustaka, kerangka teori metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II Paparan Data dan Temuan Penelitian, bab ini peneliti menguraikan secara singkat gambaran lokasi penelitian, bagaimana perilaku mahasiswa dalam proses analisis faktor budaya terhadap konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.

BAB III Pembahasan, dalam bab ini peneliti menguraikan tentang hasil jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang disebut dalam fokus peneliti.

BAB IV Penutup, pada bab ini berisi tentang kesimpulan terhadap data penelitian, saran bagi peneliti berikutnya dan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB II

PAPARAN DATA DAN TEMUAN

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Letak Geografis Universitas Islam Negeri Mataram

Awalnya Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram terletak di Jalan Pendidikan No. 35 Mataram. Namun adanya pembangunan pada Kampus II, sehingga banyak Fakultas yang ada di Kampus I pindah di Kampus II Universitas Islam Negeri Mataram yang terletak pada perkotaan yang sangat padat di Jalan Gajah Mada No. 100, Pagesangan, Mataram, Jempong Baru, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. 83116.

Pada tanggal 17 Oktober Kampus baru ini telah melakukan *soft launching* pembangunan 9 gedung baru dan infrastruktur pendukung yang terdiri dari enam gedung utama dan tiga gedung Fakultas termasuk Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Total area pada UIN Mataram yang baru ini 12.000 m²(12 hektar).

2. Sejarah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) merupakan tuntutan atas adanya keinginan civitas akademika dan masyarakat Nusa Tenggara Barat pada umumnya agar IAIN Mataram segera bertransformasi (alih status) menjadi UIN Mataram. Dimana salah satu syaratnya adalah harus memiliki minimal 4 (empat) Fakultas, karena pada saat itu IAIN

Mataram baru memiliki 3 (tiga) Fakultas, yaitu Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, sehingga belum memiliki syarat minimal untuk beralih status menjadi Universitas.

Sebenarnya dalam upaya mempersiapkan berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sudah lama direncanakan, dengan mendirikan dan membuka beberapa Jurusan yang sejenis. Karena setiap pendirian Fakultas baru minimal telah memiliki sedikitnya dua Jurusan/ Program Studi dalam bidang yang sama sebagaimana yang dipersyaratkan dalam peraturan Direktorat Jendral Pendidikan Kementerian Agama RI.

Awal berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), jauh sebelumnya telah dibuka tiga Jurusan baru yang masih bernaung pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Mataram, yaitu Jurusan Ekonomi Syariah (ES) yang dibuka pada tahun 2014 dengan izin operasional dari Dirjen Pendidikan Kementerian Agama RI. Bahkan Jurusan tersebut telah meluluskan sarjananya sejak tahun akademik 2010/2011. Jurusan/ Program studi Ekonomi Syariah adalah salah satu Jurusan favorit calon mahasiswa baru rata-rata 4:1 dari kuota mahasiswa yang diterima. Jurusan Ekonomi Syariah ini juga telah terakreditasi oleh BAN-PT dengan Nomor : 2912/SK/BAN-PT/Ak.PNB/S/VIII/2017 pada tanggal 15 Agustus 2017.

Jurusan kedua yang telah dibuka adalah Jurusan Perbankan Syariah (PS) yang dibuka pada tahun 2016 dengan izin operasional dari Dirjen

Pendidikan Kementerian Agama RI, Jurusan tersebut baru meluluskan sarjananya pada tahun lalu, yaitu 2019. Jurusan/ program studi Perbankan Syariah adalah salah satu Jurusan yang banyak diminati oleh calon mahasiswa baru rata-rata 3:1 dari kuota mahasiswa yang diterima. Kemudian Jurusan yang ketiga adalah Jurusan Pariwisata Syariah yang dibuka pada tahun 2016 dengan izin operasional dari Dirjen Pendidikan Kementerian Agama RI. Jurusan/ Program studi Pariwisata adalah salah satu Jurusan yang juga banyak diminati oleh calon mahasiswa baru rata-rata 3:1 dari kuota mahasiswa yang diterima.

Dengan keberadaan tiga Jurusan yang sejenis tersebut diatas, maka sudah dapat memenuhi persyaratan untuk membuka Fakultas baru, inilah yang menjadi alasan kuat berdirinya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebagai salah satu syarat beralihnya status IAIN menjadi UIN Mataram.

Upaya beralih statusnya dari IAIN Mataram menjadi UIN Mataram berhasil dicapai dengan keluarnya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 34 Tahun 2017 tentang Universitas Islam Negeri Mataram (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2017 Nomor 67). SK beralihnya status diserahkan langsung oleh menteri sekretaris Negara dan diterima oleh Rektor IAIN Mataram, Dr. H. Mutawali, M. Ag. pada bulan juli 2017, bertempat di kantor sekretaris Negera Jakarta. Dalam rangka menindaklanjuti hal tersebut kemudian disusul dengan keluarnya Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 27 Tahun 2017 tentang status UIN Mataram.

Dan peraturan Menteri Agama RI Nomor 18 Tahun 2017 tentang organisasi dan tata kerja Universitas Islam Negeri Mataram. Dimana pada pasal 11 secara tegas menyebutkan salah satu Fakultas dilingkungan Universitas Islam Negeri Mataram, adalah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Dengan beralihnya status tersebut secara bertahap Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam mulai menata manajemen kelembagaan dengan kelembagaan UIN Mataram. Pelaksana dekan yang ditunjuk saat itu adalah Dr. H. Ahmad Amir Aziz, MA. diikuti dengan pengangkatan ketua sekretaris Jurusan pada masing-masing Jurusan.

3. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam³⁶

Adapun visi dan Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram ini sendiri adalah:

1) Visi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki visi: “Unggul dalam Tata Kelola untuk Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis secara integral pada Tahun 2022”.

Visi FEBI di atas memiliki kaitan erat dengan visi UIN Mataram, yaitu: “Menjadi Perguruan Tinggi Islam dengan Tata Kelola yang Baik dan Berdaya Saing Nasional dalam Mengembangkan Kajian, Sains Teknologi dan Peradaban secara Integratif”.

³⁶ Akademik FEBI UIN Mataram saat *Observasi*, Mataram 10 September 2020.

2) Misi

Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram adalah sebagai berikut:

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ilmu ekonomi berbasis keislaman yang terintegrasi dengan perkembangan ekonomi dan bisnis;
- b) Mengembangkan penelitian dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis;
- c) Menyelenggarakan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi dan bisnis;
- d) Membangun *network* dengan berbagai pihak dalam pengembangan sosial-ekonomi masyarakat.

4. Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam³⁷

Sesuai misi diatas, adapun Tujuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram adalah sebagai berikut:

- a) Menghasilkan sarjana yang bertakwa dan memiliki kompetensi di bidang ekonomi, perbankan dan pariwisata syariah yang terintegrasi dengan sains, sosial dan teknologi.
- b) Menghasilkan penelitian yang berkualitas dan kompetitif dalam bidang ekonomi, perbankan dan pariwisata syariah.
- c) Mengembangkan pengabdian masyarakat dalam bidang ekonomi dan bisnis Islam secara kolaboratif dengan berbagai pihak.

³⁷*Ibid.*

- d) Mengembangkan kerja sama dengan institusi nasional untuk meningkatkan peran aktif dalam pengembangan sosial-ekonomi masyarakat.

5. Sasaran³⁸

Mengacu pada visi-misi-tujuan tersebut, sasaran ditetapkan sebagai berikut:

- a) Terselenggaranya pendidikan dan pengajaran ekonomi dan bisnis Islam yang bereputasi nasional.
- b) Meningkatnya kualitas SDM dosen, tenaga kependidikan dan mahasiswa.
- c) Berkembangnya riset ekonomi dan bisnis Islam yang unggul.
- d) Meningkatnya peran dalam pengabdian masyarakat dengan berkolaborasi dengan *stakeholder*.
- e) Terbangunnya sistem tata kelola fakultas yang efektif, efisien dan akuntabel.
- f) Meningkatnya sarana dan infrastruktur fakultas yang memadai.
- g) Meningkatnya citra fakultas di hadapan publik.
- h) Terbangunnya *networking* dengan mitra-mitra strategis di dalam dan luar negeri.

³⁸*Ibid.*

6. Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mataram

Struktur organisasi merupakan susunan kedudukan dari seorang pimpinan sampai para staf dan pegawai atau karyawan yang ada dalam suatu perusahaan yang dimulai dari tingkat tertinggi sampai tingkat yang paling rendah. Struktur organisasi yang baik ialah struktur organisasi yang mana di dalamnya menggambarkan secara jelas tugas dan wewenang yang dimiliki setiap orang dan harus dijalankan sesuai dengan posisi dan jabatannya dalam suatu organisasi.

Dari struktur organisasi yang ada dapat diketahui tugas dan tanggung jawab setiap pegawai, sehingga dapat memperjelas pekerjaan yang harus dilakukan untuk memenuhi kewajibannya tersebut. Struktur organisasi yang baik juga dapat mempermudah *control intern* dimana suatu organisasi dapat dengan mudah mengontrol anggotanya karena adanya pembagian yang sudah jelas, sehingga organisasi akan dapat dengan lebih mudah mengejar sasaran atau tujuan yang hendak dicapai dengan efektif dan efisien.

Sebagai suatu lembaga atau organisasi, struktur organisasi harus ada, karena sebagai gambaran dari terorganisasinya pembagian tugas dan tanggung jawab dari suatu organisasi atau lembaga. Demikian pula dalam halnya lembaga pendidikan terlebih lagi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram, karena

pengorganisasian dibutuhkan mutlak untuk keefektifan dan efisiensi kerja dalam upaya mencapai sasaran dan tujuan yang ingin dicapai.

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mataram terdiri dari Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mataram sendiri (Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M.Ag.), dengan Wakil Dekan I (Dr. Muh Salahuddin, M.Ag.), Wakil Dekan II (Dr. M. Saleh Ending, M.A.), Wakil dekan III (Dr. M. Yusup, M.S.I.), Ketua Jurusan Ekonomi Syariah (H. Bahrur Rosyid, M.M.), dengan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah (Dahlia Bonang, M.Si.), Ketua Jurusan Perbankan Syariah (Dewi Sartika N. M.Ec.), dengan Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah (Any Tsalasatul Fitriah, S.Si., M.Si.), Ketua Jurusan Pariwisata Syariah (Drs. Ma'ruf M.Ag.), dengan Sekretaris Jurusan (Muh. Johari, M.Si), adapun Kepala Bagian Tata Usaha (H. M. Sanusi, M.M.), dengan Kepala Subbagian Akademik dan Kemahasiswaan (M. Tajun Toyyib, S.Sos) dan Kepala Subbagian Umum dan Keuangan (Yasni, S.Sos.). Selain itu terdapat pula bagian dalam Pusat Studi, seperti bagian Pusat Studi dan Pengembangan *Entrepreneurship*, Pusat Studi Ekonomi dan Kebijakan Bisnis Islam, Galeri Pasar Modal Syariah dan Pusat Studi dan Pengembangan.

7. Jumlah Mahasiswa Aktif Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Mahasiswa adalah sebutan bagi orang yang melakukan atau sedang mengemban ilmu pada tingkat pendidikan yang paling tinggi. Mahasiswa

sendiri terdiri dari dua suku kata, yaitu “maha” yang berarti ter dan “siswa” yang memiliki arti pelajar, dimana mahasiswa dianggap sebagai generasi muda yang memiliki banyak pengetahuan dan gagasan yang mampu mengaplikasikan dan menginovasi pengetahuan yang dimiliki, sehingga seorang mahasiswa dianggap memiliki kesempatan untuk mengenyam dan mendapatkan ilmu yang lebih banyak lagi pada suatu Perguruan Tinggi.

Mahasiswa merupakan salah satu unsur atau bagian yang dapat dikatakan penting dari suatu Universitas atau Perguruan Tinggi. Mahasiswa merupakan *asset* yang dapat meningkatkan kualitas dari suatu Universitas atau Perguruan Tinggi, dengan adanya mahasiswa yang berkualitas, maka tingkat kualitas Universitas juga ikut naik. Suatu Perguruan Tinggi atau Universitas dikatakan memiliki kesan atau citra yang baik jika jumlah mahasiswa yang dimiliki cukup banyak dan juga banyak diminati oleh calon mahasiswa yang ingin mendaftar.

Di Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram terlebih lagi pada Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sendiri memiliki jumlah mahasiswa aktif yang cukup banyak, yaitu 203 orang mahasiswa yang terdiri dari kelas A hingga F, ini menunjukkan jumlah yang cukup banyak mengingat bahwa ada banyaknya kelas dan setiap kelas dapat berisikan 30 sampai 33 orang mahasiswa. 203 jumlah mahasiswa ini terdiri dari 137 orang mahasiswi (perempuan) dan 66 orang mahasiswa (laki-laki) yang berasal dari berbagai daerah baik di

dalam Lombok sendiri maupun berasal dari luar Lombok, seperti Sumbawa, Bima, Dompu dan lain sebagainya.

B. Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

1. Motivasi Penggunaan Uang Saku

Konsumsi merupakan suatu hal yang dilakukan atau kegiatan menggunakan sampai menghabiskan nilai guna dari suatu barang yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dalam melangsungkan kehidupannya. Terlebih lagi bagi seorang mahasiswa yang setiap harinya banyak melakukan kegiatan-kegiatan di luar rumah, dimana suatu kegiatan konsumsi tersebut secara tidak sadar akan banyak mengalami peningkatan. Konsumsi dapat berupa makanan, minuman dan non makanan, seperti pakaian, buku dan kebutuhan lainnya dalam menunjang perkuliahan.

Untuk melakukan suatu konsumsi, mahasiswa biasanya memiliki yang namanya uang saku. Uang saku adalah pendapatan seorang mahasiswa yang diberikan oleh orang tua dalam waktu tertentu yang merupakan alat atau media pertukaran utama seorang mahasiswa untuk membeli kebutuhan baik berupa makanan maupun non makanan yang dapat menunjang perkuliahan. Mahasiswa di UIN Mataram sendiri ternyata cenderung banyak menghabiskan uang sakunya semata-mata didasarkan untuk membeli kebutuhan yang menunjang perkuliahan.

Menurut observasi dan wawancara yang pernah peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 menggunakan uang saku atau pendapatan mereka untuk memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan berupa makan maupun non makanan yang dapat menunjang perkuliahan³⁹.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 April 2020 kepada saudari Dian Anggraeni (Mahasiswi aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), yang menuturkan:⁴⁰

“Kalau saya sendiri itu menggunakan uang dari orang tua saya untuk memenuhi kebutuhan perkuliahan yang non makanan, karena saya asli mataram jadi kalau untuk makan saya tidak terlalu banyak paling untuk makan siang saat ada waktu jeda perkuliahan saja selebihnya saya gunakan untuk mencetak tugas kuliah, beli buku dan membeli kebutuhan yang bisa menunjang perkuliahan saya”.

Menurut wawancara yang juga peneliti lakukan kepada saudari Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswi aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), yang juga berpendapat bahwa uang saku yang diperoleh selalu digunakan untuk kebutuhan sehari-hari. Berikut penuturannya:⁴¹

“Karena sebagai mahasiswa, apalagi kita yang jauh dari orang tua. Jadi apa-apa selalu beli sendiri dari uang yang diberi orang tua. Jadi kegiatan konsumsi yang dilakukan jauh lebih banyak dari teman-teman yang asli sini (Mataram) karena mereka tetap ada orang tua yang menanggung biaya makan, kalau kita ya beli sendiri. Selain kita konsumsi makan, kita juga konsumsi barang dan jasa, misalnya kalau barang ya, seperti baju untuk kuliah, peralatan, seperti buku tulis sama laptop, nah sedangkan kalau jasa ya kebiasaannya mahasiswa jasa mencetak tugas-tugas kuliah, juga jasa go-jek untuk ke Kampus kalau tidak ada motor pribadi”.

³⁹ *Observasi dan Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁴⁰ Dian Anggraeni (Mahasiswi aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁴¹ Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswi aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

Pendapatan tidak hanya berasal dari uang saku yang diperoleh dari orang tua, namun banyak juga mahasiswa yang memilih untuk bekerja sembari menyelesaikan perkuliahan, baik bekerja dalam sebuah perusahaan maupun bekerja membuat bisnis kecil-kecilan. Seperti dalam observasi yang peneliti lakukan pada tanggal 13 Agustus 2020 dalam hal penggunaan pendapatan yang dimiliki juga dihabiskan hanya untuk pemenuhan kebutuhan yang paling mendasar.

Menurut hasil wawancara yang dilakukan pada tanggal 13 Agustus 2020 dengan Widya Rizki Wulandari (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram yang bekerja di Kedai Lofein, Gomong Mataram), yang menuturkan:⁴²

“Gaji ya saya gunakan buat beli makan, kebutuhan-kebutuhan lain yang mendukung perkuliahan. Kalau untuk nongkrong apa saya jarang palingan kalau bosan, bahkan bias dibilang jarang banget, capek juga kalau sehabis kerja”

2. Konsumsi Makanan

Makan merupakan suatu kebutuhan yang paling mendasar dan sangat utama, karena ketika seseorang tidak makan, maka orang tersebut dapat mengalami kekurangan asupan, sehingga dalam melakukan aktivitas lain dapat terganggu karena menyebabkan rasa lemas dan kurang bersemangat dalam melakukan aktivitas.

Menurut observasi dan wawancara yang pernah peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 dalam hal mengkonsumsi suatu makanan

⁴² Widya Rizki Wulandari (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016 yang bekerja di Kafe Lofein, Gomong, Mataram), *Wawancara*, Mataram, 13 Agustus 2020.

mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 memiliki nilai yang tinggi mengingat banyaknya mahasiswa pendatang yang jauh dari orang tua, sehingga dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan menjadi tanggung jawab sendiri⁴³.

Dalam hasil wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 dengan saudari Baiq Siti Zubaedah dan saudara Abdul Manan (mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016) yang merupakan anak rantau yang jauh dari orang tua.

Dalam penuturannya Baiq Siti Zubaedah mengatakan “Berhubung kita kos jadi harus persiapan makan sendiri, mau masak atau beli nasi bungkus tetap dengan uang sendiri (uang saku). Apalagi kalau ada kuliah dari pagi sampai siang yang waktu istirahatnya hanya sebentar tidak sempat balik kos jadi makannya pasti beli nasi-nasi bungkus dekat Kampus, jadi kadang tidak sadar kalau pengeluaran sudah banyak”⁴⁴.

“Ya walaupun saya tidak ngekos, saya bolak-balik (Narmada-Mataram) tapi kebutuhan makan itu paling penting. Walaupun sudah sarapan atau makan dari rumah, tetapi saat sampai di Kampus ya laper lagi, makanlah walau cuma jajan-jajan basah yang bisa mengisi perut. Kalo diajak ngopi atau sekedar duduk-duduk sama temen juga kan enak sambil menunggu waktu masuk kelas”⁴⁵.

Dari hasil observasi dan wawancara yang pernah peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020, jenis makanan yang cenderung dikonsumsi oleh mahasiswa adalah lebih mengarah kepada makan-makanan tradisional yang berasal dari Lombok, konsumsi minuman yang biasanya dilakukan

⁴³ *Observasi dan Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁴⁴ Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram 2020.

⁴⁵ Abdul Manan (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

adalah mengkonsumsi air putih, dan sistem pembelian untuk konsumsi makanan lebih pada pembelian secara langsung tidak melakukan *delivery*.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 dengan saudari Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), mengatakan⁴⁶:

“Saya lebih suka makan-makanan yang pedas, saya lebih suka makan-makanan khas lombok sendiri daripada makan-makanan luar. Walaupun saya anak kos, tetapi saya cenderung sangat jarang untuk konsumsi, seperti mie, ya lebih baik makan nasi bungkus. Kalau masalah minum saya biasanya minum air putihlah, untuk minuman yang lain, seperti es teh sekali kapan. Untuk beli makan-makanan biasanya saya beli langsung, karena kadang kalau difikir-fikir sayang uang yang digunakan untuk pembayaran *delivery*”.

Dari Hasil Observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 13 Agustus 2020, ketika mahasiswa dihadapkan pada pilihan hal yang lebih dibutuhkan antara makanan atau kuota internet, maka mahasiswa tetap berasumsi bahwa makanan merupakan kebutuhan yang paling penting dan dibutuhkan.

Menurut wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 13 Agustus 2020 dengan saudari Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram), dalam penuturannya:⁴⁷

“Makan itu kebutuhan sehari-hari tapi kalau kuota bias dibeli sebulan sekali saja. Jadi yang lebih diutamakan ya kebutuhan makan”

⁴⁶ Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram 2020.

⁴⁷ *Ibid.*,

Menurut wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 13 Agustus 2020 dengan saudara Asep Jajang Karma Sanjaya (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 yang bekerja di Uncle vape Sriwijaya), mengatakan:⁴⁸

“Makan itu kebutuhan pokok, apalagi kalau kerja gini. Ga makan nanti malah lemes, ga jadi kerja. Kalau masalah kuota saya jarang, habisnya juga lama karena sudah ada *Wifi* di kos dan tempat kerja”

Menurut wawancara yang juga peneliti lakukan kepada saudara Widya Rizki Wulandari (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram yang bekerja di Kedai Lofein, Gomong Mataram), juga mengatakan hal yang sama:⁴⁹

“Kalau ditanya lebih penting ya makanlah, saya jarang beli kuota, hamper tidak pernah. Karena dimana-mana ada *Wifi*”.

3. Konsumsi Non Makanan

Dalam halnya konsumsi non makanan dapat berupa penggunaan dan barang-barang kebutuhan lain yang dapat menunjang perkuliahan, seperti halnya *fashion*, buku-buku baik buku panduan maupun buku tulis, biaya transportasi dan komunikasi juga dapat dikategorikan dalam hal konsumsi non-makanan.

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 April 2020 ternyata mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan

⁴⁸ Asep Jajang Karma Sanjaya (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016 yang bekerja di Uncle Vape, Sriwijaya Mataram), *Wawancara*, Mataram 2020

⁴⁹ Widya Rizki Wulandari (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016 yang bekerja di Kafe Lofein, Gomong, Mataram), *Wawancara*, Mataram, 13 Agustus 2020.

2016 banyak digunakan untuk keperluan, seperti mencetak tugas dan keperluan lain berhubungan langsung dengan kegiatan perkuliahan.

Dalam penuturan saudara Abdul Manan (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016):⁵⁰

“Kalau saya mungkin, karena laki-laki jadi tidak terlalu hobi belanja, uang saku saya gunakan untuk membeli barang-barang yang memang dibutuhkan oleh perkuliahan, karena saya tidak membeli gengsi atau hanya menuruti gaya hidup saja. Uang saku saya juga banyak habis untuk transportasi karena bolak-balik Narmada-Mataram”.

Selain itu, hasil observasi dan wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 juga tidak termasuk dalam klasifikasi mahasiswa yang *hedon* atau gemar belanja, seperti penuturan dari saudari Baiq Siti Zubaedah dan Dian Anggraeni.

“Kalau pembelian barang-barang, seperti *fashion* ya sekali kapan, karena pemakaiannya tahan lama, juga walaupun melihat diskon minat belanja akan meningkat tetapi untuk keputusan membeli bisa jadi bisa juga tidak, karena mengingat uang saku yang diberikan oleh orang tua terbatas, jadi cukup untuk makan dan kebutuhan yang berhubungan langsung dengan perkuliahan”⁵¹.

“Untuk saat ini saya lebih sering beli barang-barang yang murah karena kan saya mahasiswa yang masih bergantung dengan uang saku yang diberikan orang tua. Jarang juga belanja-belanja ya kalau liat ada diskon minat belanja jadi meningkat tapi belum tentu untuk keputusan pembelian, kalau barangnya tidak terlalu penting ya tidak jadi beli”⁵².

⁵⁰Abdul Manan (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁵¹Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁵²Dian Anggraeni (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

Dari hasil observasi dan wawancara yang pernah peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020, khususnya pada pakaian, *merek* yang biasa digunakan mahasiswa ini beragam, terkadang tidak memiliki *merek* yang khusus, asalkan pakaian tersebut sesuai dengan selera dan nyaman saat digunakan. Mahasiswa juga biasanya berbelanja pakaian secara langsung, dengan datang ke toko, tidak berbelanja online.

Dalam wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 dengan saudari Dian Anggraeni (Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), dalam penuturannya⁵³:

“Saya kalau masalah pakaian tidak melihat apa *mereknya*, *merek* apa saja asalkan bagus dan nyaman saat digunakan, kalau masalah *merek* tidak menjadi pertimbangan buat saya. Saya juga lebih suka belanja ke toko langsung, karena ya kita jadi bisa melihat dan memilih barangnya langsung yang mana yang sesuai dengan yang kita sukai, nanti kalau beli *online* justru sering tidak sesuai dengan *ekspektasi*”.

Dari wawancara yang peneliti lakukan pada tanggal 23 April 2020 dengan saudara Abdul Manan (Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), juga mengatakan⁵⁴:

“Kalau masalah *merek* sih saya tidak pusingkan, juga kita ini kan masih minta sama orang tua, jadi kalau untuk beli yang terlalu *bermerek* harganya mahal, yang terpenting itu nyaman saat digunakan itu saja kalau saya. Untuk masalah berbelanja pakaian saya jauh lebih suka belanja langsung, karena biasanya bisa dicoba dulu, jadi kalau tidak pas atau kurang nyaman tidak perlu dibeli, berbeda dengan belanja secara *online*, barangnya tidak bisa dicoba”.

⁵³ *Ibid.*,

⁵⁴ Abdul Manan (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020

C. Faktor Budaya pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Budaya tidak hanya bersifat abstrak, seperti nilai, sikap, simbol, pemikiran dan kepercayaan, namun Undang-undang, bahasa, makanan, minuman, teknologi dan musik adalah contoh lain dari budaya dalam suatu masyarakat. Suatu nilai dapat dijadikan sebagai makna budaya (*cultural meaning*), jika seluruh elemen yang ada dalam suatu masyarakat memiliki pemahaman dan pemikiran yang sama terhadap nilai tersebut⁵⁵.

Dijelaskan bahwa suatu budaya tidak hanya terpaku pada sikap, pemikiran dan kepercayaan, maka di Kampus UIN Mataram sendiri yang memiliki predikat Islam harus memiliki simbol-simbol yang menggambarkan nilai keIslaman. Dimana dalam Kampus UIN Mataram memiliki aturan-aturan yang jelas dalam berpakaian baik bagi laki-laki maupun bagi perempuan, aturan tersebut sudah jelas tertera, bahwa pakaian yang digunakan harus rapi, tidak ketat, tertutup dan menggunakan rok atau gamis bagi yang perempuan. Mengikuti aturan yang telah ditetapkan tersebut saja sudah dianggap bahwa seorang mahasiswa telah mengikuti suatu budaya yang ada di Kampus UIN Mataram, dimana aturan tersebut yang nantinya akan dapat menjadi pembeda atau memberikan ciri khas tersendiri bagi mahasiswa UIN Mataram dengan Mahasiswa lain dari suatu Universitas atau Perguruan Tinggi yang tidak memiliki predikat khusus, seperti UIN yang memiliki predikat Islam. Universitas yang tidak memiliki predikat Islam memiliki kebebasan dalam

⁵⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia. 2011), h. 13.

menentukan aturan bagi mahasiswanya dalam berpakaian, sehingga tidak terdapat aturan khusus yang dapat membedakan mahasiswa yang beragama Islam dengan mahasiswa yang beragama lain pada umumnya.

Sesuai hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti menemukan bahwa banyak mahasiswa yang tidak sama cara berpakaian di dalam dengan di luar Kampus. Dimana aturan Kampus yang menekankan tidak diperbolehkannya menggunakan celana jins⁵⁶.

Dari penuturan saudari Dian Anggraeni (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016):⁵⁷

“Gaya berpakaian saya di rumah dengan di Kampus berbeda, kalau di rumah saya jarang pakai pakaian bagus juga tidak berdandan akan tetapi kalau di Kampus saya mengikuti aturan Kampus, pakai pakaian yang rapi, pakai gamis dan biasanya sebelum ke Kampus saya juga berdandan terlebih dahulu. Tapi sekarang karena terbiasa pakai gamis-gamis gini jadi tidak nyaman kalau keluar rumah pakai celana”.

Dari hasil Observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 23 April 2020 pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 juga terlihat adanya pengaruh dari budaya dimana mahasiswa memiliki keinginan untuk mengikuti suatu *trend* atau gaya modern yang sedang berkembang saat ini. Seperti yang dikatakan oleh Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016):⁵⁸

“Mengikuti *trend* ya pasti, karena dengan adanya perkembangan zaman gaya atau model dari suatu barang juga biasanya banyak yang ikut berganti, misalnya dalam penggunaan baju ataupun jilbab”.

⁵⁶Observasi dan wawancara, Mataram, 23 April 2020.

⁵⁷Dian Anggraeni (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

⁵⁸Baiq Siti Zubaedah (Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016), *Wawancara*, Mataram, 23 April 2020.

BAB III

PEMBAHASAN

A. Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Berdasarkan paparan data dan temuan yang peneliti dapatkan setelah melakukan penelitian untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian yang peneliti angkat dengan menjadikan mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2016 sebagai objek penelitian. Berikut akan peneliti paparkan hasil observasi, wawancara, data dokumentasi serta adanya kepustakaan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan.

Menurut Hananto dan Sukarto T.J., konsumsi merupakan bagian dari sebuah penghasilan yang dipergunakan untuk membeli suatu barang atau jasa tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidup. Albert C. Mayers berpendapat, bahwa konsumsi adalah penggunaan dari suatu barang dan jasa yang digunakan berawal dan berakhir untuk memenuhi suatu kebutuhan hidup manusia⁵⁹. Dapat diartikan, bahwa konsumsi merupakan suatu hal yang dilakukan atau kegiatan menggunakan sampai menghabiskan nilai guna dari suatu barang yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dalam melangsungkan kehidupannya. Konsumsi dapat

⁵⁹Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2013), h. 225

berupa makanan, minuman dan non makanan, seperti pakaian, buku dan kebutuhan lainnya dalam menunjang perkuliahan.

Dalam Teori J. Keynes, dimana teori ini dikenal dengan *Absolute Income* (teori pendapatan *absolut*). Keynes menyatakan pendapatnya tentang hubungan pengeluaran konsumsi dengan pendapatan seseorang yang diukur berdasarkan besarnya konsumsi sangat bergantung pada besarnya tingkat pendapatan, maka jika semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsi yang akan dilakukan dan begitu juga sebaliknya. Namun, dalam hal ini dimana mahasiswa memiliki tingkat kebutuhan yang cukup banyak dan harus dipenuhi untuk mendukung kegiatan perkuliahan. Dalam pemenuhan kebutuhan ini mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram baik mahasiswa yang hanya memiliki uang saku sebagai pendapatan pertamanya, maupun mahasiswa yang sudah memiliki pekerjaan sampingan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari merupakan, contoh mahasiswa yang tidak gemar belanja dan menggunakan pendapatannya atau uang sakunya semata-mata didasarkan untuk pemenuhan kebutuhan baik untuk diri sendiri maupun untuk menunjang kegiatan perkuliahan.

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram memiliki tingkat konsumsi dan pengeluaran yang cukup tinggi dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan mengingat kebutuhan makanan merupakan kebutuhan manusia yang paling mendasar. Dengan jumlah mahasiswa pendatang dan bukan berasal atau bukan asli orang Mataram, maka

tingkat pengeluaran dalam hal makan dan pemenuhan diri sendiri akan lebih meningkat dibandingkan dengan mahasiswa yang berasal dari Mataram, karena mahasiswa yang berasal dari Mataram sendiri memiliki orang tua atau keluarga yang dapat memenuhi kebutuhan akan makanannya, sehingga uang saku yang dimiliki dapat dipergunakan untuk makan saat jam istirahat kuliah atau untuk kebutuhan lain. Namun akan berbeda dengan mahasiswa yang berasal dari luar daerah atau dapat disebut sebagai anak rantau yang harus memenuhi dan menjadi tanggung jawab sendiri kebutuhan akan makanannya sehingga seorang mahasiswa yang jauh dari keluarga atau orang tua harus memiliki tingkat kemampuan yang tinggi dalam mengatur keuangan atau uang saku yang terbatas dengan jangka waktu tertentu yang diperoleh dari orang tua.

Dalam pemenuhan kebutuhan akan non makanan, mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram memiliki pengeluaran atau penggunaan uang saku yang rendah. Mahasiswa tidak terlalu suka menggunakan uang saku mereka, karena adanya pemikiran bahwa barang-barang terlebih, seperti *fashion* dapat digunakan dengan jangka waktu yang cukup lama dan nilai gunanya yang tidak cepat habis, sehingga dapat dikatakan, bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram ini memiliki budaya yang tidak *hedon* dan tidak termasuk dalam klasifikasi mahasiswa yang gemar belanja.

Menurut Yusuf al-Qardhawi, ada beberapa persyaratan yang memang harus dipenuhi dalam mengkonsumsi sesuatu, di antaranya, yaitu;

mengonsumsi hanya pada barang-barang yang memiliki nilai kebaikan (halal), selalu hemat, tidak berlebihan dan tidak bermewah-mewah, menghindari hal yang selalu mengarah pada hutang, menghindari suatu yang tidak baik dan selalu bersikap dermawan. Pernyataan Yusuf al-Qardhawi di atas sejalan dengan firman Allah dalam surah Al-A'raf: (7) ayat 31⁶⁰:

﴿ يَبْنَىِٔ ءَاَدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

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.

Dapat terlihat disini, bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram dalam mengonsumsi suatu barang mengikuti prinsip-prinsip konsumsi yang sesuai dengan prinsip yang telah diajarkan oleh agama atau sesuai dengan syariat, dimana dalam prinsip syariat agama Islam kegiatan konsumsi bertujuan agar manusia selalu dapat meningkatkan keimanan dan beribadah kepada Allah SWT. Suatu konsumsi atau penggunaan uang saku dilakukan dengan sewajarnya, tidak berlebih-lebihan dan sesuai dengan kebutuhan yang dimiliki, untuk menciptakan kehidupan yang aman dan sejahtera. Jika suatu konsumsi dilakukan hanya dengan mengikuti hawa nafsu secara berlebihan dan tidak dibenarkan oleh agama, maka tidak akan ada habisnya justru dapat menimbulkan masalah yang

⁶⁰Idri, *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 97.

berkepanjangan dan kegiatan konsumsi tersebut hanya akan merugikan diri sendiri karena mengakibatkan suatu pemborosan tersendiri dari seseorang.

B. Analisis Faktor Budaya terhadap Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Budaya tidak hanya bersifat abstrak, seperti nilai, sikap, simbol, pemikiran dan kepercayaan, namun Undang-Undang, bahasa, makanan, minuman, teknologi dan musik adalah contoh lain dari budaya dalam suatu masyarakat. Suatu nilai dapat dijadikan sebagai makna budaya (*cultural meaning*), jika seluruh elemen yang ada dalam suatu masyarakat memiliki pemahaman dan pemikiran yang sama terhadap nilai tersebut⁶¹.

Dapat diartikan, bahwa budaya tidak hanya seperangkat nilai, pemikiran dan kepercayaan, tetapi juga simbol atau lambang yang memberikan ciri khas tersendiri dan memberikan tanda dari suatu kelompok masyarakat. Budaya juga dapat berupa aturan-aturan yang nantinya dapat memberikan suatu keadaan yang lebih baik dalam suatu kelompok masyarakat.

Di UIN Mataram sendiri yang merupakan Universitas yang bernaung di bawah Kementerian Agama yang dimana Universitas ini memiliki unsur Islami yang keseluruhan elemen yang ada didalamnya juga harus memiliki unsur Islam tersebut. Tidak hanya bangunannya namun juga orang-orang yang terdapat di dalamnya, dimana seluruh anggota kelompok harus ikut serta

⁶¹ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia. 2011), h. 13.

dalam memperkuat nilai keislaman yang dimiliki oleh Universitas Islam Negeri Mataram. Seluruh anggota atau bagian yang terdapat didalamnya harus mengikuti aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh UIN sendiri dimana baik mahasiswa maupun seluruh pengurus lembaga harus menggunakan pakaian yang rapi, tertutup dan tidak ketat, karena itu merupakan ajaran agama Islam sendiri dan agar menjadi pembeda antara UIN dengan Kampus lain yang tidak memiliki gelar Islam.

Dalam menerapkan aturan ini, mahasiswa UIN Mataram banyak yang mengikuti aturan tersebut terlebih lagi bagi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram yang banyak menggunakan pakaian sesuai yang telah diperintahkan dengan sukarela, walaupun adanya perbedaan antara pakaian untuk ke Kampus dengan pakaian saat tidak berada di area Kampus. Namun demikian adanya budaya untuk menggunakan pakaian yang lebih tertutup lambat laun akan memberikan dampak yang baik bagi mahasiswa, karena menggunakan pakaian yang tertutup merupakan tuntunan dalam ajaran Agama Islam yang wajib dijalankan bagi seorang muslim dan secara perlahan mahasiswa akan dapat terbiasa dengan pakaian yang tertutup tersebut, walaupun dengan perlahan-lahan.

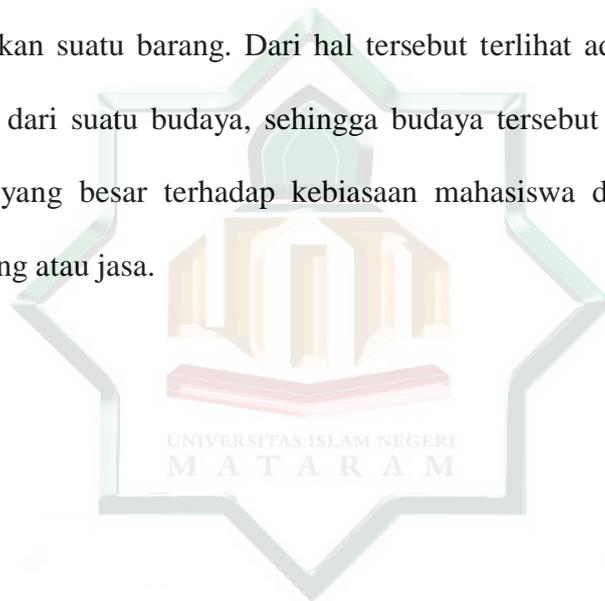
Budaya untuk mengenakan pakaian yang rapi, tidak ketat dan tertutupi untuk ke Kampus akan memberikan identitas tersendiri bagi Mahasiswa UIN Mataram yang sudah pasti beragama Islam, sehingga dapat terlihat adanya perbedaan antara mahasiswa UIN Mataram yang memiliki predikat Islam dengan mahasiswa dari Kampus lain secara umum yang tidak memiliki

predikat Islam secara khusus, sehingga tidak adanya aturan khusus yang harus diterapkan untuk mahasiswanya, dimana tidak dapat terlihat dengan jelas perbedaan antara mahasiswa yang beragama Islam dengan mahasiswa yang beragama lain.

Dimana kebudayaan dianggap sebagai faktor yang dapat menentukan perilaku dan keinginan seseorang yang paling mendasar. Dapat diartikan, bahwa budaya merupakan faktor yang utama dalam perilaku pembelian dan juga perilaku pengambilan suatu keputusan. Adanya pengaruh faktor budaya tersebut juga terlihat saat mahasiswa Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN mampu mengikuti aturan yang telah ditetapkan oleh Kampus UIN Mataram, secara tidak sadar mahasiswa akan lebih cenderung memenuhi kebutuhan dalam hal non makanannya yang sesuai dengan aturan dari Kampus, misalnya dengan membeli pakaian yang lebih tertutupi dan tidak ketat, sehingga kebutuhan yang mampu menunjang kegiatan perkuliahan dapat terpenuhi juga mampu memenuhi syarat dan aturan yang telah ditetapkan oleh Kampus.

Adanya faktor budaya yang memengaruhi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah FEBI UIN Mataram, tidak hanya pada pengaruh budaya dari Kampus dalam mengikuti aturan yang ada, namun juga terdapat pengaruh dari luar Kampus, seperti mengikuti *trend* yang sedang berkembang. Dengan perkembangan zaman yang semakin meningkat juga memengaruhi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram, dimana perkembangan ini mengakibatkan adanya perubahan model dan jenis pakaian

baik untuk perempuan maupun laki-laki. Perubahan model dan jenis inilah yang mempengaruhi mahasiswa dalam hal konsumsi non makanan, seperti adanya *trend fashion* terbaru dari model dan jenis penggunaan gamis maupun hijab syar'i yang sesuai dengan ajaran agama Islam dan dapat mengikuti peraturan Kampus, hal inilah yang mempengaruhi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram dalam membeli dan menggunakan suatu barang. Dari hal tersebut terlihat adanya pengaruh yang kuat dari suatu budaya, sehingga budaya tersebut mampu memberikan pengaruh yang besar terhadap kebiasaan mahasiswa dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa.



Perpustakaan UIN Mataram

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis di atas yang telah diuraikan tentang analisis faktor budaya terhadap konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram, maka penulis menarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Budaya konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram selalu didasarkan pada kebutuhan semata, baik kebutuhan makanan maupun non makanan. Dalam mengkonsumsi makanan mahasiswa memiliki pengeluaran yang cukup tinggi, namun dalam konsumsi non makanan tidak terlalu tinggi.
2. Dampak faktor budaya pada konsumsi mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram, dengan mengikuti peraturan yang telah ditetapkan dalam Kampus UIN Mataram sendiri dapat memberikan pengaruh yang cukup kuat terhadap pola konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Bagi mahasiswa tetaplah menggunakan uang saku yang dimiliki untuk hal-hal yang memang dibutuhkan mengingat, bahwa uang saku yang dimiliki merupakan pemberian dari orang tua, sehingga penggunaannya juga harus untuk hal yang baik dan memberikan dampak positif terhadap diri sendiri dan juga orang lain. Kuatkan budaya tidak gemar belanja, meski sering mengikuti *trend* namun jangan menjadi boros dan hanya mengikuti hawa nafsu saja, karena sikap tersebut tidak mencerminkan konsumsi yang telah diajarkan dalam Islam.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang hendak ingin meneliti tentang perilaku mahasiswa dan pengaruh budaya terdapat konsumsi mahasiswa dengan metode atau teori yang lain, sehingga penelitiannya dapat lebih menggambarkan secara kompleks yang berkaitan dengan perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman. 2007. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arifudin dan Beni Ahmad Saebani. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Akademik FEBI UIN Mataram, *Observasi*, Mataram 10 September 2020.
- Gunawan Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Hendriyadi Suryani. 2015. *Metode Riset Kuantitatif Edisi Ke Dua*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Idri. 2015. *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana.
- Ketut Indah Pratiwi, *Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi, Psikologis dan Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Kebaya Bordir pada Jegeg Ayu Boutique di Kuta*, (E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 11, 2015).
- Mahmud. 2011. *Metode penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.
- Mardon Nafali. *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Merek Indomie (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik dan Fakultas Pertanian Universitas Sam Ratulangi Manado)* (Jurnal EMBA Vol. 4 No. 4, 2016).
- Moleong J. Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Satori Djam'an dan Aan Komariah. 2014. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung, Alfabeta, CV.
- Setiadi J. Nugroho. 2015. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Siregar Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, CV.

Sumarwan Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Tri Puji Astuti, *Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa (Studi kasus pada Mahasiswa Jurusan Pendidikan IPS FITK UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)* (Skripsi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Ilmu Terbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah 2018).

Wawancara langsung dengan Saudara Abdul Manan selaku Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016, Mataram, 23 April 2020.

Wawancara langsung dengan Saudari Baiq Siti Zubaedah selaku Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016, Mataram, 23 April 2020.

Wawancara langsung dengan Saudari Dian Anggraeni selaku Mahasiswa aktif Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016, Mataram, 23 April 2020.

Wibowo Sukarno dan Dedi Supriadi. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV. Pustaka Setia.

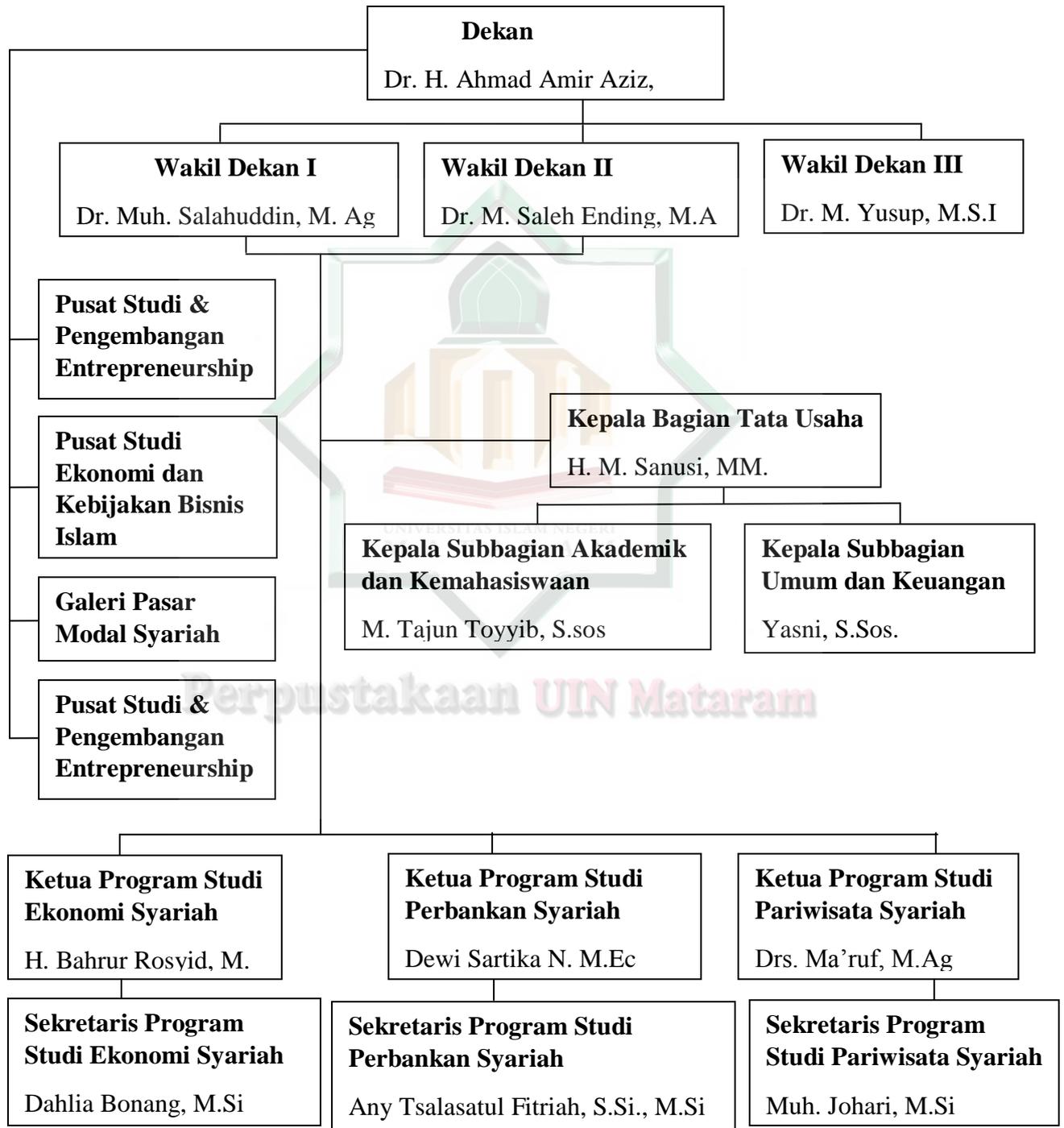
Yaumi dan Muljono Damopolii. 2014. *Action Research Teori, Model dan Aplikasi*. Jakarta: Prenadamedia Group.



Perpustakaan UIN Mataram

Struktur Organisasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)

Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram



Mahasiswa Aktif Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Mataram

| No. | NIM | NAMA | P/L | KETERANGAN |
|-----|-----------|-----------------------------|-----------|------------------|
| 1 | 160203001 | SUSILAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 2 | 160203002 | SUTRIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 3 | 160203003 | SAHRULLOH | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 4 | 160203005 | YUSRI AYU NINGSIH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 5 | 160203006 | MAULYDIA HILYATUN AZIZAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 6 | 160203008 | LISA JUNIARTI PANDIRA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 7 | 160203009 | EVA PUTRI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 8 | 160203010 | SITI FATIMAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 9 | 160203011 | RIRIN INDAH PERMATASARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 10 | 160203012 | ANDRIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 11 | 160203015 | SUMARTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 12 | 160203016 | SEPTYISFARYATUN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 13 | 160203017 | NUR MIFTAHUL JANNAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 14 | 160203018 | SARFIAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 15 | 160203019 | EKY FINANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 16 | 160203021 | NURMALASARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 17 | 160203023 | LINDA RIYAADLUL JANNAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 18 | 160203024 | RAHAYUNING TYAS | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 19 | 160203025 | RENI NADIA UTAMI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 20 | 160203026 | ASMAHAN KHOLIDA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 21 | 160203027 | HERLINA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|----|-----------|-----------------------------|-----------|------------------|
| 22 | 160203028 | SASQIA ANGGUN KHAIRUNISA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 23 | 160203029 | NADIYA SOLEHA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 24 | 160203030 | AHMAD ZAED | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 25 | 160203031 | YUDI KUSWANTO | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 26 | 160203032 | LINA HARYANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 27 | 160203033 | AHMAD JUPRI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 28 | 160203034 | LAELA ISLAHIYAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 29 | 160203035 | NIA FEBRIYANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 30 | 160203036 | WILDAYATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 31 | 160203037 | NURHIDAYATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 32 | 160203038 | WARDINA AMALIA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 33 | 160203039 | SAKINA LVIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 34 | 160203041 | ALFIN MAULIDA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 35 | 160203042 | ESTY NURHAYATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 36 | 160203043 | ELYANA FITRIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 37 | 160203045 | SAFA MARWAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 38 | 160203046 | RABIATUN HILMIATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 39 | 160203047 | DEVI KUSUMAWARDANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 40 | 160203048 | APLAHATEN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 41 | 160203049 | BAIQ SITI HARTINAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 42 | 160203050 | FARIDATULLAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 43 | 160203051 | ARIN APRILIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 44 | 160203052 | MUHAMMAD SADRI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 45 | 160203053 | EVA MUZDALIFAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 46 | 160203054 | ABDUL AZIZ LUTHFI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 47 | 160203055 | DONI APRIANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|----|-----------|----------------------------|-----------|------------------|
| 48 | 160203056 | WIDIA ASTUTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 49 | 160203057 | MARTIYANTI ALI HASAN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 50 | 160203058 | DEWI ANDIKA AGUSTINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 51 | 160203059 | DINI ASTRIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 52 | 160203060 | ULFI DAYANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 53 | 160203061 | ANNITA RAHMADHANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 54 | 160203062 | ANAL FIKRI ARISTO | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 55 | 160203063 | SITI SUMAYANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 56 | 160203064 | ADRIAN SALMUNADI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 57 | 160203066 | MUHAMMAD RIZUWAN ARSYAD | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 58 | 160203067 | AHMADI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 59 | 160203069 | UMULIA ROFIKA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 60 | 160203070 | SEHANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 61 | 160203071 | RINI FITRIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 62 | 160203072 | HIDAYATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 63 | 160203073 | MUYASIR RAJULI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 64 | 160203074 | BAIQ SARAWANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 65 | 160203075 | NURUL DWI RANDINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 66 | 160203076 | PUJI KARYAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 67 | 160203077 | AHMAD ZAINUL | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 68 | 160203078 | SUHAELI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 69 | 160203079 | ZAENALIL HAWA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 70 | 160203083 | YUSTIN MEILIEN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 71 | 160203084 | NIRAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 72 | 160203085 | SITI AISYAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 73 | 160203086 | KHAIRUL AZMI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|----|-----------|----------------------------|-----------|------------------|
| 74 | 160203087 | JUNIATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 75 | 160203088 | FATIMAH B. GANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 76 | 160203089 | ROSIDA ROSDIANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 77 | 160203090 | NURUL LINTA HIDAYATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 78 | 160203091 | DEDISETIADI WAHYU PRATAMA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 79 | 160203092 | FENI RAHMAYANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 80 | 160203093 | HAZLINDA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 81 | 160203094 | RAHMATULLAH | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 82 | 160203096 | IMAM AL FAZARI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 83 | 160203097 | LINDA SARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 84 | 160203098 | KURNIA ERA WANSYAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 85 | 160203100 | NOVIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 86 | 160203101 | CHANDRA DEWI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 87 | 160203103 | YAYUK APNINGSIH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 88 | 160203104 | AHMAD AFIF ZAMHARIR | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 89 | 160203105 | LALU HARIS INDRAWAN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 90 | 160203106 | PUTRI LIPIA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 91 | 160203107 | BAIQ INDARSASIH KOMALASARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 92 | 160203108 | JUNJAR WAHYU SURIADI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 93 | 160203109 | TIKA UMARA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 94 | 160203110 | MUHAMMAD ZARKASI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 95 | 160203111 | SITI SULHATUL FITRIAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 96 | 160203112 | WAHYU PRATAMA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 97 | 160203113 | HAMDI AMIR | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 98 | 160203114 | RATNA SAPTA MUGAYYARA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

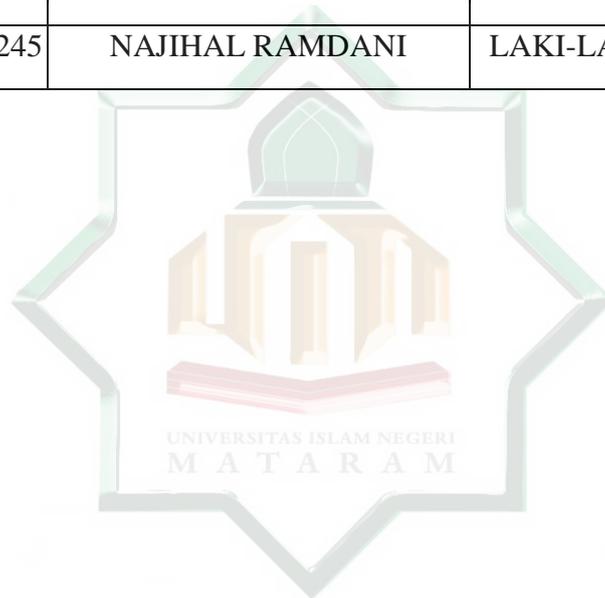
| | | | | |
|-----|-----------|------------------------------|-----------|------------------|
| 99 | 160203115 | FITRI MAELANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 100 | 160203116 | ASTIKA ZOHRAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 101 | 160203117 | BUDRIANSYAH HIDAYAT | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 102 | 160203118 | SAPUTRA M. HIDAYATULLAH | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 103 | 160203119 | LALU SETIAWAN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 104 | 160203121 | ERMA SAFITRI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 105 | 160203122 | LALU HAMDANI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 106 | 160203123 | HIDAYAT MUSTOFA AKBAR | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 107 | 160203124 | DANY LUQYANA IDRIS | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 108 | 160203126 | FATIMATUZZAKHRAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 109 | 160203128 | NURHAYANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 110 | 160203129 | MUH. PASHIRUDDIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 111 | 160203131 | SULYA DENI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 112 | 160203132 | RISKA OKTARILA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 113 | 160203133 | LALU AWALUDIN AWU SAPUTRA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 114 | 160203134 | MUHAMAD KUSMAYADI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 115 | 160203135 | YUNAN RIZKANI NUR | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 116 | 160203136 | ULFATIHAR ROSA KUSUMA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 117 | 160203137 | MUKHYIRUL UMMAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 118 | 160203138 | POPY OKTIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 119 | 160203139 | ERVINA ATMAYANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 120 | 160203140 | HAIRUNNISA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 121 | 160203141 | RINA YANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 122 | 160203142 | LILI FATMAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|-----|-----------|-----------------------------|-----------|------------------|
| 123 | 160203143 | RAKA JUNIKA SHAMPARAE | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 124 | 160203144 | LALU ALAN KURNIA JOHARI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 125 | 160203145 | MAYSARAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 126 | 160203146 | M. ZAINUL ARIFIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 127 | 160203147 | MUHAMMAD FARYABI YAZDATU | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 128 | 160203149 | SOPIYATUL HIKMAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 129 | 160203150 | LAELANI RUKMANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 130 | 160203151 | HABIBURRAHMAN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 131 | 160203152 | MIA AYUDIA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 132 | 160203154 | IBNU KHATIM | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 133 | 160203155 | RISKA SUKMA HANDAYANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 134 | 160203156 | LALU HENDI SANDIKA PUTRA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 135 | 160203157 | BAIQ HAERIAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 136 | 160203158 | SITI HADIJAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 137 | 160203160 | QAIS GIPARI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 138 | 160203161 | MELY PERMATA SARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 139 | 160203162 | M. RIZAL ANTONI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 140 | 160203163 | SARWAN HAMID | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 141 | 160203165 | AYU ROSITA ANGGRAINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 142 | 160203166 | NOVIA SRIDEWI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 143 | 160203167 | FAJRIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 144 | 160203168 | HIZBUL BAHRI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 145 | 160203169 | HULPIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|-----|-----------|-------------------------------|-----------|------------------|
| 146 | 160203170 | RENA KARLINA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 147 | 160203171 | YULIAN AINUN NAJIB | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 148 | 160203172 | NESI PURNAMA SARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 149 | 160203173 | MUSLEHUDDIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 150 | 160203175 | LILI SAGITA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 151 | 160203177 | MAILA KHULDAIDAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 152 | 160203178 | HAERUN ANSORI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 153 | 160203179 | LALU MUH. MUZAYYIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 154 | 160203180 | LAILIS FIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 155 | 160203181 | BAIQ REKA YUSTIKA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 156 | 160203182 | WINDA NAHDATAINI ENAZUARNI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 157 | 160203184 | WARTINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 158 | 160203186 | KIKI ASMAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 159 | 160203188 | WIWIN SUKMAWATI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 160 | 160203189 | AHMAD GOZALI ASSANI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 161 | 160203190 | YUNITA AYUASTUTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 162 | 160203191 | HETTY HANDAYANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 163 | 160203192 | BAIQ NURHASANAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 164 | 160203193 | WIDYA RIZKI WULANDARI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 165 | 160203195 | EVA LESTARI DAMAYANTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 166 | 160203196 | HIDAYATIL HIKMATAN NAAIMAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 167 | 160203197 | MUH. SYIBAWAIH | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 168 | 160203198 | KAWIRYA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 169 | 160203199 | ZOHAERIAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 170 | 160203200 | NOVITALOKA AYUNINGTYAS | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|-----|-----------|-----------------------------------|-----------|------------------|
| 171 | 160203201 | MIAZATUN NADA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 172 | 160203202 | SOEFIANA NINGSIH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 173 | 160203203 | SAHNIM | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 174 | 160203204 | EDWIN SUTANDI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 175 | 160203205 | SRI WAHYUNI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 176 | 160203206 | ASEP JAJANG KARMA SANJAYA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 177 | 160203207 | NARLI KARUNIA PRIHATIN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 178 | 160203208 | MUH. KADRI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 179 | 160203210 | HARTONO | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 180 | 160203211 | MAEZURA HILMI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 181 | 160203213 | HUSNIATUL MAR`AH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 182 | 160203214 | LENI HIDAYATUSSOLIHIN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 183 | 160203215 | SUHARDI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 184 | 160203216 | HALIDI FAHROZI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 185 | 160203217 | BAIQ TITIN ASTUTI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 186 | 160203219 | ARMAN REOMARTIN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 187 | 160203220 | AHMAD IHZA ASY`ARY MA`RIF | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 188 | 160203221 | IHSAN WIRAWAN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 189 | 160203222 | AHMAD REZI FAUZIA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 190 | 160203223 | AJENG KURNIAWATI PRATAMA CHATA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 191 | 160203224 | RIZKI RAMDHANI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 192 | 160203225 | RISMA FEBRIYAN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 193 | 160203226 | MEGA MUSTIKA NILA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 194 | 160203229 | ROYAL AINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 195 | 160203232 | HASTIN AKADIANA | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |

| | | | | |
|-----|-----------|--------------------|-----------|------------------|
| 196 | 160203233 | ABI SAFRULLAH | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 197 | 160203234 | RAHMATUL HANDINI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 198 | 160203236 | BAIQ SITI ZUBAEDAH | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 199 | 160203239 | DIAN ANGGRAENI | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 200 | 160203241 | I GUSTI AYUN | PEREMPUAN | REGISTRASI AKTIF |
| 201 | 160203242 | ABDUL MANAN | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 202 | 160203243 | IRWAN HADINATA | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |
| 203 | 160203245 | NAJIHAL RAMDANI | LAKI-LAKI | REGISTRASI AKTIF |



Perpustakaan UIN Mataram

ANALISIS FAKTOR BUDAYA TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016

DI UIN MATARAM

A. Identitas Narasumber

1. Nama : Baiq Siti Zubaedah
2. NIM : 160203236

B. Bagaimana Budaya Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah yang mendasari mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi?
2. Dalam penggunaan uang saku, mahasiswa lebih banyak menggunakan untuk konsumsi makanan atau non makanan?
3. Dalam pembelian suatu barang, mahasiswa lebih tertarik pada barang yang murah dengan kualitas rendah atau harga mahal dengan kualitas yang tinggi?
4. Apakah konsumsi mahasiswa meningkat ketika melihat adanya diskon?
5. Jenis konsumsi makanan dan minuman yang biasanya dikonsumsi, dan sistem pembelian yang dilakukan secara *online* atau *offline*?
6. Adakah *merek* khusus yang digunakan dalam mengkonsumsi suatu *fashion*? Bagaimana sistem pembelian yang biasanya dilakukan?

C. Mengapa Faktor Budaya Berdampak pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah gaya berpakaian di dalam Kampus sama dengan di luar Kampus?
2. Mahasiswa membeli suatu barang berdasarkan kebutuhan atau hanya untuk bergaya?
3. Mahasiswa lebih menyukai barang local atau *import*?
4. Apakah gaya modern mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian suatu barang?

1.

ANALISIS FAKTOR BUDAYA TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016

DI UIN MATARAM

A. Identitas Narasumber

1. Nama : Dian Anggraeni
2. NIM : 1602032

B. Bagaimana Budaya Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah yang mendasari mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi?
2. Dalam penggunaan uang saku, mahasiswa lebih banyak menggunakan untuk konsumsi makanan atau non makanan?
3. Dalam pembelian suatu barang, mahasiswa lebih tertarik pada barang yang murah dengan kualitas rendah atau harga mahal dengan kualitas yang tinggi?
4. Apakah konsumsi mahasiswa meningkat ketika melihat adanya diskon?
5. Jenis konsumsi makanan dan minuman yang biasanya dikonsumsi, dan sistem pembelian yang dilakukan secara *online* atau *offline*?
6. Adakah *merek* khusus yang digunakan dalam mengkonsumsi suatu *fashion*? Bagaimana sistem pembelian yang biasanya dilakukan?

C. Mengapa Faktor Budaya Berdampak pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah gaya berpakaian di dalam Kampus sama dengan di luar Kampus?
2. Mahasiswa membeli suatu barang berdasarkan kebutuhan atau hanya untuk bergaya?
3. Mahasiswa lebih menyukai barang local atau *import*?
4. Apakah gaya modern mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian suatu barang?

ANALISIS FAKTOR BUDAYA TERHADAP KONSUMSI MAHASISWA
JURUSAN EKONOMI SYARIAH ANGKATAN 2016

DI UIN MATARAM

A. Identitas Narasumber

1. Nama : Abdul Manan
2. NIM : 160203242

B. Bagaimana Budaya Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah yang mendasari mahasiswa dalam melakukan kegiatan konsumsi?
2. Dalam penggunaan uang saku, mahasiswa lebih banyak menggunakan untuk konsumsi makanan atau non makanan?
3. Dalam pembelian suatu barang, mahasiswa lebih tertarik pada barang yang murah dengan kualitas rendah atau harga mahal dengan kualitas yang tinggi?
4. Apakah konsumsi mahasiswa meningkat ketika melihat adanya diskon?
5. Jenis konsumsi makanan dan minuman yang biasanya dikonsumsi, dan sistem pembelian yang dilakukan secara *online* atau *offline*?
6. Adakah *merek* khusus yang digunakan dalam mengkonsumsi suatu *fashion*? Bagaimana sistem pembelian yang biasanya dilakukan?

C. Mengapa Faktor Budaya Berdampak pada Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 UIN Mataram?

1. Apakah gaya berpakaian di dalam Kampus sama dengan di luar Kampus?
2. Mahasiswa membeli suatu barang berdasarkan kebutuhan atau hanya untuk bergaya?
3. Mahasiswa lebih menyukai barang local atau *import*?
4. Apakah gaya modern mempengaruhi mahasiswa dalam pembelian suatu barang?



Wawancara dengan saudari Dian Anggraeni

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
M A T A R A M



Wawancara dengan saudari Baiq Siti Zubaedah



Wawancara dengan saudara Abdul Manan

Perpustakaan UIN Mataram



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298 – 623809 Fax. 625337 Mataram
Website: <http://febi.uinmataram.ac.id> email: febi@uinmataram.ac.id

Nomor : 774 /Un.12/FEBI/PP.00.9/ 06 /2020
Lamp. : 1 (satu) Gabung
Hal : Permohonan Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.:
Dekan FEBI UIN Mataram

Di Mataram

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, kami mohon diberikan izin meneliti di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : I Gusti Ayu Nurismi Nopiasari
NIM : 160203241
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Penelitian : Analisis Faktor Budaya Terhadap Kebiasaan Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Angkatan 2016 FEBI UIN Mataram

Berkenaan dengan itu, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan data dan bantuan seperlunya agar kegiatan penelitian mahasiswa yang bersangkutan dapat berjalan sebagaimana mestinya.

Data hasil penelitian tersebut diperlukan untuk menyusun skripsi.

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Perpustakaan UIN Mataram
Mataram, 03 Juni 2020

a.n.Dekan,
Wakil Dekan Bid. Akademik dan
Kelembagaan

Muh. Salahuddin