

POLA KONSUMSI *SMARTPHONE*

(Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo)

Muhammad Rusli
Rusli76@gmail.com

Abstract

This thesis entitled "smartphone consumption patterns (case study of Islamic economics study program IAIN Palopo)" The main problem in this study is how the student's consumption patterns in using smartphones. This study aims to determine how the consumption patterns of students using smartphones. The method used is descriptive qualitative and data sources used in this research are primary data through field studies (field research) and secondary data based on (snowball sampling and purposive sampling), with data collection techniques through observation, interviews and documentation. From the results of research and analysis that the author has done , it can be concluded that how the consumption patterns of students in using smartphones include: a. Communication facilities, b. Information facilities, c. Trend / lifestyle, d. Entertainment facilities, e. Education facility.

Keywords: Smartphone consumption patterns.

Abstrak

Skripsi ini berjudul "pola konsumsi *smartphone* (studi kasus mahasiswa prodi ekonomi syariah IAIN palopo)" permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone*. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer melalui studi lapangan (*field research*) dan data sekunder berdasarkan (*snowball sampling* dan *purposive sampling*), dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Dari hasil penelitian dan analisa yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *Smartphone* antara lain: a. Sarana komunikasi, b. Sarana informasi, c. Trend/gaya hidup, d. Sarana hiburan, e. Sarana pendidikan.

Kata Kunci : Pola konsumsi *smartphone*.

Pendahuluan

Di dalam siklus ekonomi yang bermula dengan perolehan kekayaan, konsumsi barangkali merupakan tahap yang berakhir dan paling penting. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga lainnya, dan sebagainya. Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keinginan manusia yang tak pernah dapat dikenyangkan itu. Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengosumsi kekayaan. Oleh karena itu, Islam mengajarkan kesederhanaan, kontrol diri dan kehati-hatian dalam membelanjakan kekayaan.¹ Pesatnya perkembangan teknologi pada dekade terakhir ini memberikan pengaruh yang besar bagi dunia industri, salah satunya adalah industri komunikasi. Untuk melakukan suatu kontak tidak perlu dilakukan dengan harus bertatap muka langsung, melainkan kita bisa

menggunakan beberapa macam media. Sedangkan fungsi media sendiri ialah menggunakan alat-alat seperti koran, majalah, televisi, internet, maupun telepon untuk memberi informasi yang berguna bagi masyarakat. Seperti misalnya telepon, saat perkembangan teknologi semakin pesat, perkembangan telepon sebagai alat komunikasi pun semakin canggih, misalnya dalam bentuk telepon seluler yang memberikan beberapa kemudahan bagi penggunanya.

Berbagai macam penemuan-penemuan baru ditemukan, arus informasi bergerak dari satu negara ke negara yang lainnya dengan cepat dan tanpa mengenal batas teritorial suatu negara. Semakin kompleks permasalahan yang ditemukan oleh umat manusia, semakin canggih pula teknologi yang diciptakan manusia. Seiring dengan semakin canggih dan pesatnya perkembangan teknologi diseluruh dunia telepon seluler/ponsel tidak lagi berukuran besar dan disambung dengan menggunakan kabel-kabel. Kini, ponsel tanpa kabel dan berukuran segenggam tangan, bisa digunakan sebagai alat komunikasi yang praktis dan bisa dibawa kemanapun kita pergi. Belum selesai konsumen pengguna ponsel dengan fitur pesan pendek suara menikmati kemudahan berkomunikasi, ponsel dengan fitur-fitur baru yang semakin canggih terus bermunculan. Kecanggihannya tidak hanya membuat ponsel untuk alat berkomunikasi saja, tetapi juga dapat digunakan untuk memotret, membuat video, mengirim pesan berupa huruf maupun pesan yang berbentuk gambar, menikmati permainan-permainan, bahkan bisa melakukan koneksi internet. Para pengguna *smartphone* dapat dengan mudah dijumpai di lingkungan universitas, karena para mahasiswa menganggap bahwa *smartphone* dapat memberikan banyak manfaat bagi kelangsungan perkuliahan. Salah satu mahasiswa di Institut agama Islam negeri yang merupakan salah satu pengguna *smartphone* bermerek *samsung* mengungkapkan bahwa, menggunakan *samsung* dapat mempermudah komunikasi. Selain mempermudah komunikasi, para mahasiswa merasakan bahwa *smartphone* sangat berperan meningkatkan kualitas akademik. Fitur-fitur yang terdapat di dalam *smartphone* tergolong lengkap sehingga dapat dimanfaatkan sebagai penunjang perkuliahan. Mahasiswa dapat membaca *e-book* dan membalas *email* dengan mudah. Aplikasi kalender dan *reminder* yang terdapat pada *smartphone* berguna sebagai pengatur jadwal, termasuk *deadline* tugas perkuliahan.

Smartphone merupakan sebuah ponsel yang memiliki kemampuan hampir sama dengan komputer dan menyediakan layanan *internet* dengan kecepatan tinggi, sehingga mempermudah penggunanya untuk mengakses *internet*. *Smartphone* juga dapat digunakan untuk menyimpan data, namun *memory* penyimpanan pada *smartphone* mempunyai keterbatasan, namun *smartphone* dapat dengan mudah dihubungkan langsung ke *laptop*. Dengan demikian, semua data yang ada di dalam *smartphone* dapat di-back-up ke dalam

laptop. Smartphone telah dikembangkan oleh perusahaan-perusahaan ponsel dengan berbagai merek antara lain; *Iphone, Samsung, Blackberry, Sony, dan Nokia*, merek-merek tersebutlah yang populer dipasaran saat ini. Dari sekian banyak merek, setidaknya ada lima merek yang paling laris jika dilihat dari jumlah pengiriman ke Indonesia. Nokia, Cross, Samsung, Mito, dan Blackberry (RIM), tercatat sebagai lima merek ponsel terlaris di Indonesia, menurut laporan pengiriman ponsel kuartal 2 tahun 2014 dari International Data Corporation (IDC) yang dirilis Kamis (13/9/2014). Analisis Pasar Perangkat Klien IDC Indonesia Darwin Lie mengatakan, pengiriman perangkat ponsel secara keseluruhan di Indonesia tumbuh 10% kuartal per kuartal, dan tumbuh 25% dari tahun per tahun.² Pengguna *smartphone* meningkat dari tahun ketahun, berdasarkan informasi yang didapatkan dari portal online Okezone.com menyatakan bahwa Indonesia menempati urutan teratas di dunia dalam penggunaan ponsel pintar dengan waktu pemakaian rata-rata 181 menit per hari. Hal itu diungkapkan dalam penelitian oleh lembaga survei di Amerika Serikat, bahwa orang Indonesia saat ini tengah keranjingan teknologi *smartphone*.³

Penggunaan *smartphone* juga menimbulkan dampak positif dan negatif, dengan penggunaan yang kurang optimal akan maka Membuat ketagihan Perangkat telepon seluler pintar ini begitu mudah membuat pemiliknya merasa kecanduan. Studi Rutgers University pada 2006 menyimpulkan, *smartphone* dan perangkatserupa memicu kenaikan penggunaan internet yang cukup signifikan, namun berdampak buruk bagi kesehatan mental.⁴ Oleh sebab itu, *smartphone* akan lebih baik jika digunakan secara optimal sehingga memberikan banyak manfaat bagi penggunanya. Mahasiswa merupakan individu yang sering terkait dengan kelompok, antara lain; tingkat pendidikan, organisasi mahasiswa, dan kelompok dalam kelas, sehingga semua atribut yang melekat akan mencerminkan statusnya. Oleh karena itu, saat ingin membeli *smartphone* dipengaruhi oleh kelompok referensinya. Kadang-kadang konsumen membeli *smartphone* bukan berdasarkan kebutuhan, namun dikarenakan mengikuti teman-temannya atau menganggap sebagai simbol status. Konsep dasar kelompok referensi memberikan perspektif yang berharga untuk memahami pengaruh orang lain terhadap kepercayaan nilai dan perilaku konsumsi seseorang. Saat seseorang mempunyai informasi dan pengetahuan yang terbatas tentang merek sebuah produk khusus maka mereka akan dipengaruhi oleh anggota kelompok referensinya yang diyakini memiliki pengalaman tentang produk khusus tersebut. Kelompok referensi juga digunakan oleh para pengiklan sebagai upaya untuk mengarahkan konsumen dalam membeli sebuah produk dan merek tertentu. Faktor gaya hidup juga memberikan pengaruh terhadap perilaku membeli, dalam penelitian yang dilakukan oleh Lin dan Shih (2012) menemukan bahwa ada pengaruh secara signifikan gaya hidup terhadap perilaku membeli. Konsumen termotivasi untuk membeli produk dalam rangka mempertahankan atau mengejar gaya hidup tertentu (Rao & Cho, dalam

Lin & Shih, 2012).⁵

Kotler (1997) menyatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia ini yang diekspresikan dalam, aktivitas, minat dan opini, sehingga hal tersebut dapat menggambarkan diri seseorang saat berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga sangat berkaitan dengan perkembangan zaman. Pertumbuhan teknologi *internet* yang sangat cepat menimbulkan perubahan pada gaya hidup individu. *Internet* juga dapat merubah cara kerja, hidup dan belajar seseorang. Gaya hidup para pengguna *internet* biasa disebut dengan gaya hidup-elektronik, penggunaan *internet* saat ini telah merubah kebiasaan pembelian dan gaya hidup. Oleh karena itu untuk dapat merespon perubahan tersebut para pemasar mulai menginvestigasi pengaruh gaya hidup konsumen terhadap perilaku membeli di *internet*. Dengan alasan kebutuhan sebagai penunjang pendidikan, para mahasiswa tidak jarang rela membeli gadget dengan harga yang terbilang mahal. Berbagai kelebihan yang dimiliki oleh jenis-jenis gadget (seperti, Laptop, iPhone, iPad, dan sebagainya), maka mahasiswa dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi yang mereka butuhkan untuk tugas-tugas kuliah mereka. Selain dapat mengakses berbagai informasi tentang pendidikan, mereka juga dapat mengakses berbagai informasi lain seperti fashion dan bahkan mendapatkan teman baru melalui jejaring sosial. Dengan berbagai aplikasi yang tersedia dalam gadget, seperti internet, mereka akan dengan sangat mudah mengakses berbagai informasi. Dengan banyaknya kemudahan yang didapat dengan menggunakan gadget yang canggih, hal ini tentu akan mendorong adanya perubahan pola konsumsi gadget itu sendiri bagi mahasiswa. Penggunaan gadget yang awalnya sebagai alat penunjang komunikasi dan informasi, selanjutnya berubah menjadi konsumsi gaya hidup.

Berdasarkan latar belakang dan studi pendahuluan yang dijelaskan di atas peneliti tertarik untuk mengkaji apakah pola konsumsi *smartphone* pada mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Islam IAIN Palopo berpengaruh terhadap kualitas belajar dengan judul penelitian sebagai berikut:

“Pola Konsumsi *Smartphone* (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah IAIN Palopo)”.

Dengan memperhatikan alasan memilih judul penelitian telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan batasan atau yang menjadi pokok dari skripsi ini agar mencapai sasaran yang dimaksud. Adapun masalah yang diteliti adalah bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone*.

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah, sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini sebagai berikut:

A. Pola Konsumsi

Pola konsumsi adalah sebuah tingkat kebutuhan seorang mahasiswa dalam memenuhi

sebuah kebutuhannya. misalnya untuk kebutuhan dalam berkomunikasi maka mahasiswa menggunakan sebuah *smartphone* untuk melakukan sebuah komunikasi antara satu sama lain.

B. *Smartphone*

Smartphone adalah ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi.

Tinjauan Teoritis

A. Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam

1. Fungsi kesejahteraan, *Maximizer* dan Utilitas oleh Imam Al-Ghazali

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagai mana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Syari'at Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya. Imam Shatibi menggunakan istilah "*masalahah*", yang maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalahah merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan-tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.⁶ Seorang ulama besar, Imam Al-Ghazali yang lahir pada tahun 450/1058, telah memberikan sumbangan yang besar dalam pengembangan dan pemikiran dalam dunia Islam. Salah satu yang patut untuk kita bahas dalam bab ini adalah fungsi kesejahteraan sosial Islam begitu juga tentang pandangannya tentang peran aktivitas ekonomi secara umum.⁷

Menurut Al-Ghazali, kesejahteraan (*masalahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar: (1) agama (*al-dien*), (2) hidup atau jiwa (*nafs*); keluarga atau keturunan (*nasl*); (4) harta atau kekayaan (*maal*); dan (5) intelek atau akal (*aql*). Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntutan wahyu, "kebaikan dunia ini dan akhirat (masalahat al-din wa al-dunya) merupakan tujuan utamanya."⁸ Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hierarki utilitas individu dan sosial yang tripartit meliputi: kebutuhan (daruriat); kesenangan atau kenyamanan (hajaat); dan kemewahan (tahsinaat)-sebuah klasifikasi peninggalan tradisi Aristotelan, yang disebut oleh seorang sarjana sebagai "kebutuhan ordinal" (kebutuhan dasar, kebutuhan terhadap barang-

barang “eksternal,” dan terhadap barang-barang psikis).⁹ Kunci pemeliharaan dari kelima tujuan dasar ini terletak pada penyediaan tingkatan pertama, yaitu kebutuhan seperti makanan, pakaian, dan perumahan. Namun demikian, Ghazali menyadari bahwa kebutuhan-kebutuhan dasar demikian cenderung fleksibel mengikuti waktu dan tempat dapat mencakup bahkan kebutuhan-kebutuhan sosiopsikologis. Kelompok kebutuhan kedua “*terdiri dari semua kegiatan dan hal-hal yang tidak vital bagi lima fondasi tersebut, tetapi dibutuhkan untuk menghilangkan rintangan dan kesuksekan dalam hidup.*” Kelompok ketiga “*mencakup kegiatan-kegiatan dan hal-hal yang lebih jauh dari sekedar kenyamanan saja; meliputi hal-hal melengkapi, menerangi atau menghiasi hidup.*”¹⁰ Walaupun keselamatan merupakan tujuan akhir, Al-Ghazali tidak ingin bila pencarian keselamatan ini sampai mengabaikan kewajiban-kewajiban duniawi seseorang. Bahkan pencarian kegiatan-kegiatan ekonomi bukan saja diinginkan, tetapi merupakan keharusan bila ingin mencapai keselamatan.¹¹ Ia menitikberatkan “jalan tengah” dan “kebenaran” niat seseorang dalam setiap tindakan. Bila niatnya sesuai dengan aturan ilahi, maka aktivitas ekonomi serupa dengan ibadah-bagian dari panggilan seseorang.¹²

2. Fungsi *Utility*

Dalam ilmu ekonomi tingkat kepuasan (*utility function*) digambarkan oleh kurva indifferen (*indifference curve*). Biasanya juga digambarkan adalah *utility function* antara dua barang (atau jasa) yang keduanya memang disukai oleh konsumen.

Dalam membangun teori *utility function*, digunakan tiga aksioma pilihan rasional:¹³

a. *Completeness*

Aksioma ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menemukan keadaan mana yang lebih disukainya di antara dua keadaan. Bila A dan B adalah dua keadaan yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu di antara tiga kemungkinan ini:

- A lebih disukai daripada B
- B lebih disukai daripada A
- A Dan B sama menariknya

b. *Transitivity*

Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “A lebih disukai daripada B,” dan “B lebih disukai daripada C,” maka ia pasti akan mengatakan bahwa “A lebih disukai daripada C,” Aksioma ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri inidividu dalam mengambil keputusan.

c. *Continuity*

Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “A lebih disukai daripada B,” maka keadaan yang mendekati A pasti juga lebih disukai daripada B.

3. *Increasing Utility*

Semakin tinggi *indifference curve* berarti semakin banyak barang yang dapat dikonsumsi, yang berarti semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Secara grafis tingkat utilitas yang lebih tinggi digambarkan dengan *utility function* yang letaknya di sebelah kanan atas. Bagi konsumen, semakin ke kanan atas *utility function* semakin baik. Bentuk *utility function* yang *convex* (cembung terhadap titik 0) menunjukkan adanya *diminishing marginal rate of substitution*. Bahasa mudahnya, kepuasan yang didapat dari mengonsumsi piring pertama soto ayam lebih tinggi dari pada kepuasan mengonsumsi soto ayam piring kedua, ketiga, dan seterusnya.

4. *Budget Constraint*

Segala keinginan pasti ada konstrain yang membatasinya, tentu batasan ini akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dan usaha yang dikeluarkan untuk mendapatkan konstrain yang lebih tinggi. Di Islam Rasulullah pernah menggambarkan hubungan antara cita-cita atau keinginan manusia dan segala hambatan yang mesti dijumpainya. Untuk menjelaskan bagaimana seorang mukmin berusaha meraih cita-citanya ia membuat gambar empat persegi panjang. Di tengah-tengah ditarik satu garis sampai keluar. Kemudian beliau membuat garis pendek-pendek di sebelah garis yang di tengah-tengah seraya bersabda: “Ini adalah manusia dan empat persegi panjang yang mengelilinginya adalah ajal. Garis yang di luar ini adalah cita-citanya, serta garis yang pendek adalah-pendek adalah hambatannya. Apabila ia dapat menghadapi hambatan yang satu, maka ia akan menghadapi hambatan yang lain. Dan apabila ia dapat mengatasi hambatan yang lain, maka ia akan menghadapi hambatan lain lagi.”

Dalam menganalisis perilaku konsumen islam ada dua model pendekatan, yaitu:

a. Pendekatan Paradoks Halal-haram

Pendekatan paradoks halal-haram ini akan mendorong kita pada pemahaman bahwa kepuasan seorang muslim sangat ditentukan oleh kadar kehalalan maupun kadar keharaman barang konsumsi. Dengan meminjam alat analisis konvensional hal tersebut di atas dapat dijelaskan bahwa konsumen muslim dihadapkan pada pilihan barang halal (X) dan barang haram (Y) dan pendapatan sebesar I, karena Y memberi utilitas 0 atau $U=0$ maka seorang konsumen muslim tidak pernah membelanjakan pendapatannya pada barang Y, kemudian dapat dituliskan dalam rumus :

$$Y = - (P_x / P_y) X + I / P_y$$

b. Pendekatan Prinsip Kemurahan hati

Salah satu prinsip konsumsi dalam islam adalah prinsip kemurahan hati dan prinsip mementingkan kepentingan sosial secara luas. Berbeda dengan konvensional yang berprinsip pada maksimalisasi kepuasan individu dengan tidak memperdulikan orang lain selama individu tidak mengganggu kepentingan orang lain pula atau dalam

ekonomi konvensional dikenal dengan optimum Pareto yang diperkenalkan oleh Vilfredo Pareto. Sehingga itu menunjukkan bahwa konsumen muslim tetap mendapat tingkat kepuasan maksimal walaupun pendapatannya terbagi untuk konsumsi dan pengeluaran di jalan Allah (zakat, infaq, sedakah). Secara matematis hubungan antara pembelanjaan kebutuhan sehari-hari dengan pembelanjaan di jalan Allah sebagai berikut:

$$I = P_x a X_a + P_x b X_b + P_x c X_c + \dots + P_x n X_n + Z$$

Dimana,

$P_a, P_b, P_c, \dots, P_n$ adalah harga dari barang X_a sampai X_n .

Z adalah pembelanjaan Allah berupa (Zakat, *infaq*, *shodhaqoh*).

Konsumsi atau pemanfaatan merupakan hal penting dalam pengelolaan kekayaan. Pemanfaatan adalah akhir dari keseluruhan proses produksi. Penggunaan harta harus diarahkan pada pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan dapat dimanfaatkan pada jalan sebaik mungkin.¹⁴

B. Prinsip Dasar Perilaku Konsumen Islami

Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah Swt. Prinsip dasar perilaku konsumen Islami diantaranya:

1. Prinsip Syariah; yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari: 1) *Prinsip akidah*, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan untuk beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk dan khalifah yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh Pencipta. 2) *Prinsip ilmu*, yaitu seseorang ketika akan mengkonsumsi harus mengetahui ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya. 3) *Prinsip awaliyah*, sebagai konsekuensi *aqidah* dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut, seseorang dituntut untuk menjalankan apa yang sudah diketahui, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjahui yang haram dan *syubhat*.
2. Prinsip kuantitas; yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam. Salah satu bentuk prinsip kuantitas ini adalah kesederhanaan, yaitu mengkonsumsi secara proporsional tanpa menghamburkan harta, bermewah-mewah, *mubadzir*, namun tidak juga pelit. Menyesuaikan antara pemasukan dan pengeluaran juga

merupakan perwujudan prinsip kuantitas dalam konsumsi. Artinya, dalam mengkonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasar daripada tiang. Selain itu, bentuk prinsip kuantitas lainnya adalah menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri. Sebagaimana firman Allah dalam Alqur'an surat al-A'raaf:31

Terjemahnya:

Hai anak adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih.¹⁵

Adapun yang dimaksud dalam ayat ini adalah memakai pakaian yang dapat menutup auratnya. Lebih sopan lagi kalau pakaian itu selain bersih dan baik, juga indah yang dapat menambah keindahan seseorang dalam beribadah menyembah Allah, seperti orang yang berdandan dengan memakai pakaian yang indah dikala akan pergi ketempat – tempat undangan dan lain-lain, maka untuk pergi ke tempat- tempat beribadah untuk menyembah Allah tentu lebih pantas lagi, bahkan lebih utama memakai pakaian yang indah dan baik, terutama di waktu berkumpul bersama orang banyak di waktu shalat Jum'at, shalat Id. Juga disunnahkan memakai wangi-wangian dan pakaian yang terbaik.

3. Prinsip prioritas; yaitu memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi *kemudharatan*, yaitu (1) primer, adalah konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok; (2) sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, jika tidak terpenuhi maka manusia akan mengalami kesusahan; (3) tersier, yaitu konsumsi pelengkap manusia.
4. Prinsip sosial; yaitu memperhatikan lingkungan sosial disekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya: 1) kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sehingga Islam mewajibkan zakat bagi yang mampu juga menganjurkan shadaqah, infaq dan wakaf; 2) keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam mengkonsumsi baik dalam keluarga atau masyarakat; dan 3) tidak membahayakan/merugikan dirinya sendiri dan orang lain dalam mengkonsumsi sehingga tidak menimbulkan kemudharatan seperti mabuk-mabukan, merokok dan sebagainya.
5. Kaidah lingkungan; yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya

dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan. Seorang muslim dalam penggunaan penghasilannya memiliki dua sisi, yaitu pertama untuk memenuhi kebutuhan diri dan keluarganya dan sebagainya lagi untuk dibelanjakan di jalan Allah.¹⁶

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Dalam ekonomi Islam kepuasan konsumsi seorang Muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakannya. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spritual. Konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zat dan sodaqoh. Dalam al-Qur'an dan hadits disebutkan bahwa pengeluaran zakat dan sodaqoh mendapat kedudukan penting dalam Islam. Sebab hal ini dapat memperkuat sendi-sendi sosial masyarakat seperti *zakat dan shadaqoh*. Para pakar *maqasid* telah memetakan maqasid syariah menjadi beberapa bagian, Imam Syatibi membedakan *maslahah* menjadi tiga bagian: Kebutuhan *Dharuriyat* (Primer), Kebutuhan *Tahsiniyat* (Tersier) atau *Kamaliyat* (Pelengkap).

C. Batasan Konsumsi dalam Syariah

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.¹⁷

Orang yang tidak takut kepada Allah, tentu tak peduli dari mana ia mendapatkan harta dan bagaimana ia menggunakannya. Mereka tidak peduli meskipun hartanya hasil dari pencurian, suap, kegiatan ribawi, atau gaji dari pekerjaan haram. Padahal pada hari kiamat, ia akan ditanya tentang hartanya, dari mana ia peroleh dan bagaimana menggunakannya. Di sana ia tentu akan mengalami kerugian dan kehancuran besar.

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam tabel berikut.¹⁸

Tabel 2.1

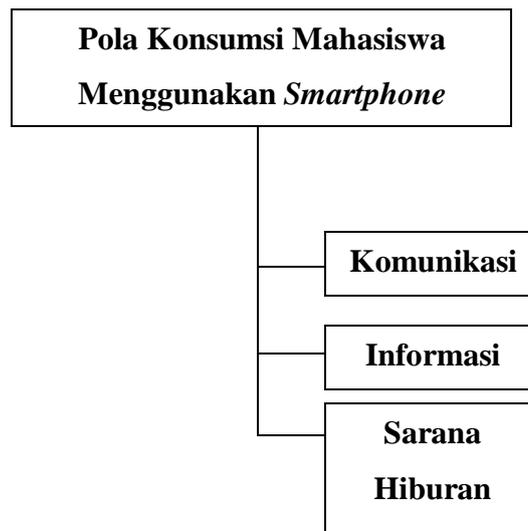
Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu)	Fitrah manusia

Hasil	Kepuasan	Manfaat & barkah
Ukuran	Prefrensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

D. Kerangka Pikir Penelitian

Smartphone merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Tentunya banyak sekali fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh *smartphone* sehingga memiliki banyak peminat. Jika pada awalnya penggunaanya adalah para pejabat dan karyawan swasta, kini pengguna *smartphone* sudah meluas ke kalangan mahasiswa dan pelajar. Mahasiswa banyak yang menjanjikan *smartphone* dan segala macam gadget canggih di zaman sekarang sebagai bagian dari gaya hidup mereka. *Smartphone* sebagai sebuah produk teknologi komunikasi baru hadir diberbagai kalangan mahasiswa dan telah menjadi *icon* sosial. Untuk lebih mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian, berikut ini merupakan alur atau bagan konsep pikir dari penelitian ini:

Bagan Konsep Pikir



Dari bagan konsep pikir diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

Dalam pola konsumsi *smartphone*, mahasiswa dapat menggunakan *smartphone* tersebut sebagai sarana komunikasi yang dimana sarana tersebut bisa menghubungkan antara satu sama selain, selain digunakan sebagai sarana komunikasi *smartphone* juga dapat digunakan sebagai media informasi bagi mahasiswa untuk mencari dan berbagi informasi dalam perkuliahan juga

dapat digunakan sebagai sarana hiburan baik itu mendengarkan musik maupun menonton video di berbagai aplikasi yang terdapat dalam *smartphone*.

Metode Penelitian

A. Jenis dan lokasi penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian lapangan dengan usaha memberikan gambaran situasi dan kejadian secara sistematis atau aktual mengenai faktor-faktor, sifat-sifat dan menjelaskan berbagai hubungan dari berbagai permasalahan yang diteliti. Adapun penelitian lapangan ini adalah termasuk kategori deskriptif kualitatif bukan uji hipotesis.¹⁹

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.

B. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. Pendekatan fenomenologi menunda semua penilaian tentang sikap yang alami sampai ditemukan dasar tertentu. Penundaan ini biasa disebut *epoche* (jangka waktu). Konsep *epoche* adalah membedakan wilayah data atau subjek dengan interpretasi peneliti. Konsep *epoche* menjadi pusat dimana peneliti menyusun dan mengelompokkan dugaan awal tentang fenomena untuk mengerti tentang hal apa saja yang dikatakan oleh responden.²⁰

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah para mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2013 yang berjumlah 169 orang yang dianggap mampu memberikan informasi bagi penelitian ini nantinya. Karena mereka dianggap memiliki karakteristik dan tingkah laku yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.

2. Sampel

Sampel adalah sebahagian atau wakil populasi yang diteliti. Mengingat keterbatasan yang dimiliki, maka penulis dalam penelitian ini menggunakan penelitian sampel. Dengan teknik tersebut peneliti lebih mudah meneliti dari populasi yang diteliti karena sifatnya homogen. Pendapat Suharsimi Arikunto tentang penggunaan sampel

adalah “Sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti.”²¹ Menurut Slovin sampel akan diambil dengan menggunakan menggunakan metode pengambilan probabilita/acak (random sampling) dengan rumus sebagai berikut:²²

$$n = \frac{N}{N.a+1} \rightarrow n = \frac{169}{169.0,01+1} = \frac{169}{2.69} = 63$$

keterangan :

n= Ukuran Sampel

N= Ukuran Populasi

a= Tingkat Keyakinan

Dengan demikian jumlah mahasiswa prodi ekonomi syariah angkatan 2013 yang akan di teliti adalah 63 orang.

D. Jenis dan Sumber Data

Dalam penulisan karya ilmiah ini, data dan sumber data adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data ini berupa segala informasi kunci yang didapat dari innforman dan sesuai dengan fokus peneltian. Data yang dicari dari penelitian ini adalah pernyataan atau informasi dari para informan yang telah diwawancarai. Kriteria yang digunakan untuk menentukan informan yaitu seorang mahasiswa ekonomi syariah yang menggunakan *smartphone* yang berada dilingkungan kampus IAIN palopo. Selain itu, data tersebut juga berupa tingkah laku maupun fenomena yang diperoleh dari hasil pengamatan secara langsung oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder ini adalah segala informasi yang dapat dijadikan sebagai pendukung atau penguat informasi yang didapat dari informan. Data-data ini diperoleh dari berbagai dokumen baik buku, majalah, internet dan hasio penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan topik yang diteliti. Informan penelitian ditentukan berdasarkan *snowbal sampling* dan *purposive sampling*. *Snowball sampling* dilakukan karena peneliti meminta rekomendasi informan untuk menunjuk informan lain yang dapat diwawancarai pada waktu yang lain. Dalam hal ini peneliti mewawancarai informan penelitian yaitu orang menjadikan *smartphone* sebagai media komunikasinya. Sedangkan *purpose sampling* karena peneliti juga memilih informan sesuai dengan karakteristik informan yang peneliti nilai memiliki pengetahuan yang memadai dan tidak keberatan untuk dilibatkan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini yang dijadikan informan yaitu mahasiswa program studi ekonomi syariah. Diharapkan peneliti memperoleh data atau informasi beragam yang dapat menggambarkan realita yang terjadi di kampus.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa tahapan didalam prosedur atau rancangan penelitian, sebagaimana penulis jelaskan sebagai berikut:

1. Tahapan persiapan

Dalam tahap pertama dilakukan beberapa macam kegiatan yaitu meliputi: studi pustaka, mengenai hal-hal yang berkaitan dengan pembahasan skripsi. Langkah-langkah selanjutnya adalah menyusun rancangan atau permohonan penelitian (draft atau proposal). Langkah-langkah yang akan dilakukan dalam pengumpulan data, seperti menentukan metode penelitian yang meliputi wawancara dan dokumentasi, menentukan metode populasi dan sampel. Menentukan instrumen penelitian dan lain sebagainya.

2. Tahap pengumpulan data

Dalam tahap pengumpulan data, penulis akan menggunakan pengumpulan data yaitu:

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. Dokumentasi

3. Tahap pengelolaan data

Setelah berhasil mengumpulkan data, baik yang diperoleh melalui penelitian pustaka maupun melalui penelitian lapangan, langkah selanjutnya adalah mengelola data dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Metode tersebut digunakan dalam pembahasan ini, yang dapat memberikan gambaran tentang Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pola Konsumsi Mahasiswa IAIN Palopo (Studi Penggunaan *Smartphone*).

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif kualitatif yang dimana penelitian ini bertujuan untuk menilai sejauh mana variable yang diteliti telah sesuai dengan tolak ukur yang sudah ditentukan.²³ Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja menggunakan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang akan dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain. Peneliti akan menganalisis data tentang pengaruh pola konsumsi *smartphone*.

²³ Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta; RIneka Cipta, 1990), h.350.

A. Pandangan mahasiswa terhadap smartphone

Table 4.3

Pandangan mahasiswa terhadap *smartphone*

Pandangan	Frekuensi	Presentasi
Baik	7	11%
Kurang Baik	45	71%
Tidak Mengetahui	11	18%
Total	63	100%

Sumber: Data primer, 2016

1. Pandangan mahasiswa terhadap *smartphone*

Menurut salah seorang mahasiswi prodi ekonomi syariah mengemukakan bahwa: “*Smartphone* merupakan *handphone* pintar yang memiliki aplikasi yang canggih, sehingga memudahkan kita dalam mengakses apapun”.²⁴ Hasil wawancara tersebut menyatakan bahwa mahasiswi tersebut paham tentang *smartphone* itu sendiri. Pandangan berbedapun di tunjukan oleh mahasiswa tentang *smartphone* yang ternyata dari hasil wawancara yang dilakukan terhadap mahasiswa prodi ekonomi syariah ternyata sebanyak 80% mahasiswa tidak paham terhadap *smartphone* itu sendiri. Hal ini sebagaimana yang di kemukakan oleh Misrawati selaku mahasiswa prodi ekonomi syariah yang meyatakan bahwa: “*Smartphone* memberikan kemudahan berkomunikasi jarak jauh bagi penggunanya dan juga dapat memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi baik dalam bentuk pendidikan dan lain-lain”.²⁵ Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa prodi ekonomi syariah semester VI ternyata belum paham tentang *smartphone* itu sendiri.

2. Dampak positif dan negative dalam penggunaan *smartphone*

Berbicara mengenai pengaruh *smartphone*, pastinya ada pengaruh yang bersifat positif dan juga ada pengaruh yang bersifat negatif. Pengaruh *smartphone* yang sangat menonjol adalah di kalangan pelajar. Menurut salah satu mahasiswi prodi ekonomisyariah Triani M mengemukakan bahwa:”Dampak positif yang bisa kita petik dalam penggunaan *smartphone* adalah dapat memudahkan dalam berkomunikasi melalui via telepon, sms, BBM, Line. Dan tidak hanya itu juga memudahkan kita dalam mencari informasi serta memudahkan pekerjaan dengan aplikasi yang terdapat di dalam *smartphone*”.²⁶ Selain dampak positif yang kita dapatkan setelah menggunakan *smartphone*, ternyata terdapat juga dampak negative dalam penggunaan *smartphone* hal ini di kemukakan oleh Arif Junaid yang merupakan salah satu mahasiswa prodi ekonomi syariah bahwa:” *Smartphone* dapat mengganggu konsentrasi belajar, hal ini karena *smartphone* mempunyai banyak fitur yang mengganggu konsentrasi belajar.

Misalnya, *smartphone* berdering ada panggilan masuk, ada sms masuk, ada pesan dari jaringan sosial, serta membuat moral rendah”.²⁷ Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa dalam penggunaan *smartphone* tentunya sudah jelas terdapat dampak positif dan negative dalam penggunaannya tergantung pengguna bagaimana cara mereka dalam memanfaatkan sebuah kecanggihan tehknologi *smartphone*.

C. Faktor-faktor yang memepengaruhi pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone*

1. Pemilihan merk

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bahwa merk *smartphone* yang paling populer di gunakan di kalangan mahasiswa adalah *smartphone* yang bermerek samsung. hal ini disebabkan karna *smartphone* yang bermerek Samsung merupakan *smartphone* yang memiliki kualitas lebih di atas dibandingkan dengan merk-merk *smartphone* lainnya. Sesuai dengan hasil wawancara dari salah seorang mahasiswi prodi ekonomi syariah Nurdiana Imran menyatakan bahwa:”Alasan saya menggunakan *smartphone* yang bermerk Samsung dikarnakan kualitas yang sudah tidak diragukan lagi, mudah digunakan dan juga jika terjadi kerusakan terhadap *smartphone* tersebut sangat mudah untuk diperbaiki”.²⁸ Berbeda halnya dengan salah satu mahasiswa yang bernama Hildayanti merupakan salah satu pengguna *smartphone* bermerek *blackberry* mengungkapkan bahwa: “menggunakan *blackberry* dapat mempermudah komunikasi. Selain mempermudah komunikasi, para mahasiswa merasakan bahwa *smartphone* sangat berperan meningkatkan kualitas akademik.

Fitur-fitur yang terdapat di dalam *smartphone* tergolong lengkap sehingga dapat dimanfaatkan sebagai penunjang perkuliahan. Mahasiswa dapat membaca *e-book* dan membalas *email* dengan mudah. Aplikasi kalender dan *reminder* yang terdapat pada *smartphone* berguna sebagai pengatur jadwal, termasuk *deadline* tugas perkuliahan”.²⁹Berdasarkan fenomena di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku membeli dipengaruhi beberapa faktor, yaitu sikap pada produk (*smartphone*), gaya hidup-elektronik dan kelompok referensi. Pada dasarnya sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian seseorang membutuhkan banyak informasi mengenai sebuah produk.

2. Bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone*

a. Sarana komunikasi

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan sebanyak 41% dari 63 mahasiswa menyatakan bahwa salah satu faktor utama dalam menggunakan *smartphone* adalah sebagai sarana komunikasi. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh zuhairah menyatakan bahwa: “salah satu faktor utama yang membuat saya menggunakan

smartphone adalah sebagai media komunikasi dan juga dapat menjalin silaturahmi antar sesama teman, baik teman yang berjarak dekat maupun teman yang berjarak jauh”.³⁰

b. Sarana informasi

Dengan kemajuan teknologi ini juga mempengaruhi pola hidup manusia dalam mendapatkan informasi. Saat ini semua informasi yang ada dari belahan dunia manapun dapat dengan mudah tersebar ke seluruh penjuru dunia dengan adanya teknologi jaringan, era digital yang menggunakan sistem internet yang dapat membuat manusia dengan mudah dan cepat memperoleh informasi.

c. Trend/Gaya hidup

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dari 63 mahasiswa yang berhasil diwawancarai sebanyak 16% mahasiswa menggunakan *smartphonenya* hanya untuk mengikuti perkembangan zaman atau gaya hidup masa kini, hal ini serupa yang dikatakan oleh Nurmaya Sari bahwa: “Salah satu alasan menggunakan *smartphone* dikarenakan untuk memenuhi gaya hidup, di era modern ini hampir semua mahasiswa menggunakan *smartphone* jadi sangat malu ketika kita tidak menggunakan *smartphone* juga”.³¹

d. Faktor Bisnis

Menurut Hardianti selaku mahasiswi sekaligus pebisnis online berpendapat bahwa: “Dengan menggunakan *smartphone* sangat banyak manfaatnya, terutama dalam dunia bisnis online. Dengan adanya aplikasi bisnis online yang terdapat di dalam *smartphone* para pembeli tidak lagi bersusah paya jika ingin membeli suatu barang. Tidak hanya itu kemajuan teknologi ini sangat membantu penjual yang tidak lagi bersusah paya dalam mencari tempat untuk menjual barang dagangannya melainkan cukup dengan memposting barang dagangannya di aplikasi bisnis online”.³²

e. Sarana Hiburan

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Maisarah mengatakan bahwa: “ Selain berfungsi sebagai media komunikasi dan informasi *smartphone* juga dapat berfungsi sebagai media hiburan. Hal tersebut dikarenakan *smartphone* dapat digunakan untuk menonton sebuah video di *youtube*, mendengarkan lagu serta dapat juga digunakan bermain *game* untuk mengisi waktu luang”.

f. Sarana pendidikan

Manfaat *smartphone* bagi pelajar dan masyarakat wajib untuk kita ketahui bersama dan terpenting khusus dunia pelajar dalam mendukung kegiatan belajar. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Wiwin bahwa: “Dengan menggunakan *smartphone* selain memudahkan kita dalam berkomunikasi juga dapat memudahkan kita dalam

pembelajaran, hal ini terbukti bahwa dengan koneksi yang sangat cepat dengan internet *smartphone* tersebut sangat memudahkan pengguna dalam pembelajaran baik itu mencari tugas perkuliahan maupun lain sebagainya”.³³

Kesimpulan

Setelah penulis menguraikan pembahasan-pembahasan tersebut di atas mengenai pola konsumsi *smartphone*, maka dapat penulis simpulkan bahwa Bagaimana pola konsumsi mahasiswa dalam menggunakan *smartphone* adalah sebagai berikut:

- a. Sarana komunikasi
- b. Sarana informasi
- c. Trend/gaya hidup
- d. Sarana hiburan
- e. Sarana pendidikan

Saran

Dengan adanya beberapa uraian di atas, maka penulis memberikan saran-saran untuk menjadi bahan pertimbangan yaitu sebagai berikut:

1. Diharapkan para mahasiswa agar kiranya menggunakan *smartphone* dengan bijaksana karna mengingat sangat banyak dampak positif dan negative dalam penggunaan *smartphone*.
2. Diharapkan para mahasiswa membeli *smartphone* berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan.

Daftar Referensi

- Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007)
- Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali Pres. 2011)
- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad, *Al-Fiqh Al-Iqtishadi li Amiril Mukminin Umar Ibn Al-Khaththab*, diterjemahkan oleh Asmuni Solihan Zamalchsyari, (Jakarta:2010)
- Al-rahman, Afzalur, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakat, 1995)
- Anto, Hendri, Pengantar Ekonomi Mikro Islami. (Yogyakarta : Ekonisia 2003)
- Arikunto, Suharismi, *Prosedur Penelitian (suatu Pendekatan Praktek)*, (Cet. X; Jakarta: Rineka Cipta, 2002)
- Aziz, Abdul. *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta, Graha Ilmu; 2008)
- Chapra, Umer, *Masa Depan Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press,2001)
- Darwis, Herlin, *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro Konvensional Dan Ekonomi Mikro Islam (Studi Perbandingan)*, 2013
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya*,(Jakarta PT. Syamil Cipta Media; 2004)
- Departemen Agama RI, *Al-Qura'an dan Terjemahannya*, (Surabaya: Mahkota Surabaya, 1989)
- Hadi Sutrisno, *Metodologi Research*, (Cet XX VII; Yogyakarta : Andi Offset, 1994)
- Ilfi, Diana, *Hadits-hadits Ekonomi*. (Malang, UIN Malang Press;2008)
- Karim, Adiwarman, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada.; 2004
- Mahmud, Yunus. *Kamus Arab-Indonesia*, (Jakarta, PT Hidakrya Agung, t.th),
- Mannan, M. A. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997)
- Muflih, Muhammad , *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006)
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004)
- Mulyana, Deddy, *Metode Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*
- Nasution, Mustafa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam Islam*
- Poerbawakatja Soegarda, *Ensiklopedia Pendidikan*, (Cet. II : Gunung Agung, 1995)
- Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998)
- Satori, Djama'an dan Komariah, *Metode Penelitian*. Kencana Media. Jakarta
- Sharif, Muhammad, Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012)

Siddiq, M.N. *Islamic Consumer Behavior, dalam Tahir et al: Reading in Microeconomics in Islamic Perspective*, Longman Malaysia, t.p; 1992

Sujana, *Metodik Statistik*, (Cet. V ; Bandung : PN. Tarsito, 1993)

Sumanto, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, (Cet. I; Yogyakarta: Andi Offset, 1995)

Suprayitno, Eko, *Ekonomi mikro Perspektif Islam*, (Malang, UIN Malang Press, 2008)

Widodo, *Kamus Ilmiah Populer*. (Yogyakarta, PT Absolut; 2001)

