

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Pengertian Financial Literacy

Financial Literacy atau disebut dengan literasi keuangan didefinisikan sebagai pengetahuan seseorang mengenai keuangan dan cara mengelolanya yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan (Lusardi & Mitchell). Sedangkan menurut Chen dan Volpe literasi keuangan diartikan sebagai kemampuan untuk mengelola keuangan pribadi. Tujuan Literasi Keuangan Pasal 3 yaitu meliputi: (a). meningkatnya kualitas pengambilan keputusan keuangan individu; dan, (b). perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk ataupun layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan. Sedangkan ruang lingkup upaya dalam meningkatkan literasi keuangan pasal 4 adalah perencanaan dan pelaksanaan atas: (a). Edukasi keuangan; dan (b). Pengembangan infrastruktur yang mendukung literasi keuangan bagi konsumen dan atau masyarakat.

Financial Literacy merupakan kebutuhan paling dasar bagi setiap orang agar terhindar dari masalah keuangan. Kesulitan keuangan dapat muncul jika terjadi kesalahan dalam pengelolaan keuangan (*mismanagement*). Memiliki literasi keuangan merupakan hal yang paling penting untuk mendapatkan kehidupan yang sejahtera. Dengan pengelolaan keuangan yang tepat yang ditunjang dengan literasi keuangan yang baik, maka taraf hidup masyarakat diharapkan akan meningkat, karena walau bagaimanapun tingginya tingkat penghasilan seseorang tapi tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, keamanan *financial* pasti akan sulit tercapai. Kebutuhan edukasi kepada masyarakat terhadap produk-produk keuangan baik bank maupun nonbank sangat mendesak agar masyarakat tidak mudah tertipu oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung

jawab. Pentingnya literasi keuangan dalam bentuk semua aspek keuangan pribadi bukannya untuk mempersulit dalam menggunakan uang yang mereka miliki, tetapi diharapkan individu dapat menikmati hidup dengan menggunakan sumber daya keuangan yang dimiliki dengan tepat.¹

Adapun beberapa pengertian *financial literacy* menurut para ahli sebagai berikut²:

1. Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia

Financial Literacy menurut Strategi Nasional Keuangan Indonesia adalah rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.

2. Kaly, Hudson dan Vush

Financial Literacy menurut Kaly, Hudson dan Vush adalah kemampuan untuk memahami kondisi keuangan serta konsep keuangan dan untuk merubah pengetahuan itu secara tepat ke dalam perilaku.

3. Manurung

Financial Literacy menurut Manurung adalah seperangkat ketearmpilan dan pengetahuan yang memungkinkan seorang individu untuk membuat keputusan dan efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka.

4. OJK (Otoritas Jasa Keuangan, 2014)

Financial Literacy menurut OJK adalah pengetahuan, keterampilan dan keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.

¹ Amanita Novi Yushita, "Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi", Jurnal Nominal, Vol 6 No. 1, Tahun 2017, h.13-14

² <https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/05/pengertian-literasi-keuangan-tingkat-aspek-indikator.html>. diakses pada 13 Mei 2023 pukul 08.32

a. Tujuan *Financial Literacy*

Tujuan *Financial Literacy* atau disebut dengan Literasi Keuangan yang artinya melek keuangan. Menurut buku podoman Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia OJK, 2013, yang dimaksud dengan literasi keuangan adalah “Rangkaian proses atau aktivitas untuk meningkatkan pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*Confidence*) dan keterampilan (*skill*) konsumen dan masyarakat luas sehingga mereka mampu mengelola keuangan yang lebih baik.” Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen produk dan jasa keuangan maupun masyarakat luas diharapkan tidak hanya mengetahui dan memahami lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, melainkan juga dapat mengubah atau memperbaiki perilaku masyarakat dalam pengelolaan keuangan sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan mereka.

Faktor eksternal yang berpotensi memengaruhi keberhasilan *financial literacy*³ tersebut antara lain :

- 1) Pertumbuhan Ekonomi
- 2) Pendapatan Per kapita
- 3) Distribusi Pendapatan
- 4) Tingkat Kemiskinan masyarakat
- 5) Tingkat pendidikan masyarakat
- 6) Komposisi penduduk yang berusia produktif;
- 7) Pemanfaatan Teknologi Informasi

Financial Literacy dapat diartikan sebagai pengetahuan keuangan, dengan tujuan mencapai kesejahteraan. Hal ini dapat dimaknai bahwa persiapan perlu dilakukan untuk menyongsong globalisasi (*prepare your self*), dan lebih .spesifiknya yaitu globalisasi dalam bidang keuangan. Lusardi dan Mitchell mendefinisikan melek keuangan sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk

³ Otoritas Jasa Keuangan, Tahun 2013.

mengaplikasikannya (*knowledge and ability*).⁴ Sementara menurut RPOJK literasi dan inklusi keuangan, menerangkan bahwa literasi keuangan adalah pengetahuan (*knowledge*), keyakinan (*confidence*), dan keterampilan (*skill*), yang mempengaruhi sikap (*attitude*), dan perilaku (*behaviour*), untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan.⁵

b. Klasifikasi dan Tingkat *Financial Literacy*

Pelaksanaan Edukasi dalam rangka meningkatkan keuangan masyarakat sangat diperlukan karena berdasarkan survei yang dilakukan oleh OJK pada 2013, bahwa tingkat literasi keuangan penduduk Indonesia dibagi menjadi empat bagian, yakni:

- 1). *Well literate* (21,84 %), yakni memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan, serta memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.
- 2). *Sufficient literate* (75,69 %), memiliki pengetahuan dan keyakinan tentang lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, termasuk fitur, manfaat dan risiko, hak dan kewajiban terkait produk dan jasa keuangan.
- 3). *Less literate* (2,06 %), hanya memiliki pengetahuan tentang lembaga jasa keuangan, produk dan jasa keuangan.
- 4). *Not literate* (0,41%), tidak memiliki pengetahuan dan keyakinan terhadap lembaga jasa keuangan serta produk dan jasa keuangan, serta tidak memiliki keterampilan dalam menggunakan produk dan jasa keuangan.

⁴ Lusardi, A & Mitchell, O. S : The Roles Of Planning, Financial Literacy, and Housing Wealth. *Journal of Monetary Economics* No.54 Tahun 2007, h. 205–224.

⁵ Peraturan Otoritas Jasa Keuangan. RPOJK.07. Tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan Disektor Jasa Keuangan untuk Konsumen dan atau Masyarakat. Jakarta tahun 2006. h. 03.

Financial *Literacy* memiliki tujuan jangka panjang bagi seluruh golongan masyarakat, yaitu:

- 1) Meningkatkan literasi seseorang yang sebelumnya less literate atau not literate menjadi well literate;
- 2) Meningkatkan jumlah pengguna produk dan layanan jasa keuangan.

B. Indikator Financial Literacy

1. Uang Saku

Secara tidak langsung uang saku merupakan keadaan ekonomi dari seseorang atau individu yang belum memiliki penghasilan, halnya seorang siswa. Uang saku seseorang akan mempengaruhi pilihan produk yang akan dibelinya atau jasa yang akan digunakan.⁶

2. Pemberian Orang Tua

Pemberian uang saku yang berperiode tertentu tersebut mengharuskan seorang mengelola uang saku yang saku adalah uang yang di bawa untuk keperluan sewaktu-waktu (uang jajan).⁷ Sedangkan pengertian uang jajan adalah uang yang di berikan (disediakan) untuk dibelanjakan sewaktu-waktu (biasanya untuk anak-anak yang belum punya penghasilan dan jumlahnya tidak terlalu besar). Setiap individu memiliki karakteristik individu yang berbeda, seperti halnya usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, pendidikan, keadaan ekonomi, kepribadian dan diterima dengan baik agar cukup untuk memenuhi kebutuhan sampai periode yang ditentukan.⁸

A. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Financial Literacy

Lusardi dkk dan Imawati dkk mengatakan ada tiga hal yang mempengaruhi literasi keuangan yaitu:⁹

⁶ Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1997),h 7

⁷ Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa. “Kamus Besar Bahasa Indonesia”(Jakarta: Balai Pustaka. 1993),h 980

⁸ Dwi Mutia, *Analisis Pengaruh Uang Saku dan Gaya Hidup Terhadap Tingkat Konsumsi Mahasiswi Perbankan Syariah* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Langsa, (Langsa: IAIN Langsa, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2018),h23.

⁹ Dikria Okky and W Mintarti Sri Umi, *Pengaruh Literasi Keuangan Dan Pengendalian Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi*

1. Sosiodemographi

Terdapat perbedaan pemahaman antara seorang laki-laki dan perempuan. Seorang laki-laki dianggap mempunyai kemampuan literasi keuangan yang lebih tinggi dibandingkan seorang perempuan, begitu pula dengan kemampuan kognitifnya.

2. Latar belakang keluarga

Pendidikan seorang ibu di dalam sebuah keluarga sangat berpengaruh pada literasi keuangan, khususnya seorang ibu yang lulus pada perguruan tinggi. Mereka akan unggul 19 persen dibandingkan dengan lulusan sekolah menengah.

3. Kelompok pertemanan (peer group)

Kelompok atau komunitas seseorang akan mempengaruhi literasi keuangan, pola konsumsi dan penggunaan uang yang ada.

Dari uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pentingnya *Financial Literacy* untuk individu itu bukan hanya sekedar sebagai ilmu pengetahuan ataupun hanya sebagai teori saja, tetapi lebih diharapkan agar dapat membuat santri lebih bijaksana dan pandai dalam mengelola maupun mengatur aset yang dimilikinya, sehingga dapat memberikan timbalbalik yang bermanfaat dalam menyokong keuangan pribadi bagi santri baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

B. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konsumtif adalah bersifat konsumsi, yaitu hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri.¹⁰

Universitas Negeri Malang Angkatan 2013, 09 10 2016, 09 No 02. The Effect of Financial Literacy and Self-Control on Consumptive Behavior Student class of 2013 on Economics Development Faculty of Economics, State University of Malang]. *Jurnal Pendidikan Ekonomi* (2016), h. 130 <<https://dx.doi.org/10.17977/UM014v09i22016p128>>.

¹⁰ Novi Erlita '(STUDI TERHADAP MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UIN AR-RANIRY BANDA ACEH)'. h. 21

Menurut Kotler & Keller perilaku konsumtif didefinisikan untuk menjelaskan bahwa memilih dan membeli serta menggunakan barang dan jasa harus berdasarkan kebutuhannya bukan berdasarkan pada keinginan. Perilaku Konsumtif yang penulis maksud yaitu membeli barang yang memang berdasarkan karena suka bukan, karena membutuhkan barang tersebut tanpa adanya pertimbangan.

Konsumsi dan konsumtif memiliki sedikit perbedaan, di mana konsumtif adalah gaya hidup di mana seseorang suka membelanjakan uangnya untuk mengkonsumsi dari pada memilih untuk memproduksi sedangkan konsumsi adalah kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang, baik secara berangsur angsur atau sekaligus.¹¹

Beberapa macam kebutuhan pokok manusia untuk bisa hidup wajar, yaitu.¹² :

- 1) Kebutuhan pangan atau kebutuhan akan makanan
- 2) Kebutuhan sandang atau pakaian
- 3) Kebutuhan papan atau tempat berteduh
- 4) Kebutuhan pendidikan untuk menjadi manusia bermoral dan berbudaya

Kebutuhan tersebut di atas merupakan kebutuhan primer yang harus dipenuhi untuk dapat hidup wajar. Bila kebutuhan itu kurang dapat dipenuhi secara memuaskan maka hal itu merupakan suatu indikasi bahwa kita masih hidup dibawah garis kemiskinan. Kebutuhan lain seperti : kebutuhan akan perabot rumah tangga, meja, kursi, lemari, alat-alat dapur, radio, televisi, dan aneka kebutuhan lainnya, disebut sebagai kebutuhan sekunder atau kebutuhan pelengkap yang ditambahkan sesuai dengan peningkatan pendapatan. Lebih lanjut dijelaskan bahwa, untuk dapat memenuhi kebutuhan hidup, kita membutuhkan uang atau penghasilan. Tanpa bekerja kita tidak mungkin mendapat penghasilan.

¹¹ <https://brainly.co.id/tugas/8715714>. diakses pada 10 April 2023 pukul 10.00

¹² Haris dan Andika (2002), dalam Flinsia Debora Wurangian, dkk., “*Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi yang Kost di Kota Manado*”, jurnal Berkah Ilmiah Efisiensi, Vol. 15, No. 02, 2015, h. 77

Tanpa penghasilan kita tak mungkin dapat memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan hidup secara wajar.

Konsumsi dalam istilah sehari-hari sering diartikan sebagai pemenuhan akan makanan dan minuman. Konsumsi mempunyai pengertian yang lebih luas lagi yaitu barang dan jasa akhir yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan manusia. Barang dan jasa akhir yang dimaksud adalah barang dan jasa yang sudah siap dikonsumsi oleh konsumen. Barang konsumsi ini terdiri dari barang konsumsi sekali habis dan barang konsumsi yang dapat dipergunakan lebih dari satu kali.¹³

Seperti halnya rumah tangga mahasiswa juga melakukan konsumsi. pengeluaran konsumsi mahasiswa merupakan nilai belanja yang dilakukan mahasiswa untuk membeli berbagai jenis kebutuhannya. Secara garis besar kebutuhan mahasiswa dapat dikelompokkan dalam dua kategori besar, yaitu kebutuhan makanan dan non makanan. Dengan demikian pada tingkat pendapatan tertentu, mahasiswa akan mengalokasikan pendapatannya untuk memenuhi kedua kebutuhan tersebut.

Konsumsi makanan adalah pengeluaran yang dibelanjakan untuk memenuhi kebutuhan bahan makanan, yaitu makanan pokok, protein hewani, sayur-sayuran, buah-buahan, jajanan, dan kelompok kebutuhan lain-lain (teh, kopi, gula, minyak goreng, bumbu-bumbu dapur dan lain-lain) yang diukur dalam kalori. Sedangkan konsumsi non makanan adalah pengeluaran yang dikeluarkan untuk kebutuhan di luar bahan makanan yaitu berupa transportasi, komunikasi (pulsa dan biaya akses internet), *entertainment* (seperti pembelian baju, aksesoris, dan lain sebagainya), dan perlengkapan perkuliahan (seperti pembelian buku, fotocopy untuk tugas dan materi kuliah, biaya untuk menjilid tugas dan print tugas, perlengkapan alat tulis seperti pulpen, kertas, stabilo dan lain sebagainya).

¹³ Nopirin (2000) dalam Flinsia Debora Wurangian, dkk., “*Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi yang Kost di Kota Manado*”, *jurnal Berkah Ilmiah Efisiensi*, Vol. 15, No. 02, 2015, h. 78

Badan Pusat Statistik menyatakan pengeluaran rumah tangga dibedakan atas pengeluaran konsumsi makanan dan pengeluaran konsumsi non makanan.¹⁴

C. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan ibunya. 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 dalam hidupnya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan al-Qur'an dan as-Sunnah yaitu seperti makan dan minum yang cukup, melakukan pekerjaan yang bermanfaat (menuntut ilmu, shalat, berdo'a) membantu orang lain dalam kebaikan, bershodaqoh, merayakan Hari Raya dengan tidak berlebihan dan lain sebagainya.

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT, kepada sang Khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Dalam satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang Khalifah adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi(khusus). Islam mengajarkan kepada sang Khalifah untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan keridhaan dari Allah Sang Penciptanya.

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kemewahan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas –batas makanan yang diharamkan.

¹⁴ Antari (2008) dalam Flinsia Debora Wurangian, dkk., "Analisis Pola Konsumsi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas SAM Ratulangi yang Kost di Kota Manado", jurnal Berkah Ilmiah Efisiensi, Vol. 15, No. 02, 2015, h. 78-79

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua bisa menyalurkannya. Dalam surat al-Isra' dianjurkan untuk membelanjakan harta yang kita miliki sesuai dengan syara', tidak berlebih-lebihan dan juga tidak kikir. Inilah yang disebut kesederhanaan dalam islam.

Dalam surat al-Isra' ayat 26 menerangkan:

Artinya: "Dan berikanlah Hak untuk Hidup Berbahagia kepada Kaum Keluarga, Kaum Sengsara dan wisatawan agama. Namun jangan engkau hambur-hamburkan hartamu secara boros".

Dan juga telah diterangkan dalam surat al-Maidah ayat 87, yaitu:

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang Telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas".

Dalam surat lain disebutkan dalam surat al-A'raf ayat 31, yang Artinya: *"Hai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang indah tiap-tiap masuk masjid untuk beribadah dan Makan dan minumlah tetapi janganlah berlebih-lebihan, Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan".*

Ayat diatas melarang kita kita untuk berbuat berlebih-lebihan dalam hal makan, berhias (berpakaian), serta dalam hal berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok, membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebihan dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bisa berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena itulah, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

D. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan yang baik dan tepat agar kekayaan bisa dimanfaatkan

kepada jalan yang sebaik mungkin untuk masyarakat banyak. Perilaku konsumen muslim yang harus diperhatikan adalah;¹⁵

1. Penggunaan barang-barang yang bersih, baik, dan bermanfaat.
2. Kewajaran dalam membelanjakan harta
3. Sikap sederhana dan adil
4. Sikap kemurahan hati dan moralitas yang tinggi
5. Mendahulukan kebutuhan yang lebih prioritas

a. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Tujuan konsumsi seseorang dalam ajaran Islam antara lain.¹⁶

1. Untuk mengharap ridha Allah SWT

Tercapainya kebaikan dan tuntutan jiwa yang mulia harus direalisasikan untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT. Allah telah memberikan tuntutan kepada para hambanya agar menjadikan alokasi dana sebagai bagian dari amal saleh yang dapat mendekatkan seorang muslim kepada tuhanNya dan untuk mendapatkan surga dengan segala kenikmatan yang ada di dalamnya. Seseorang muslim ketika dihadapkan dengan sumber syariat akan mengarahkan jiwanya pada urgensi pencapaian ketaatan dan keridhaan Allah. Kehidupan dunia merupakan jalan menuju akhirat yang memang menjadi tujuan orang shaleh dalam setiap aktivitas mereka.

2. Untuk mewujudkan kerjasama antara anggota masyarakat dan tersedianya jaminan sosial

Takdir manusia hidup di dunia ini berbeda-beda ada yang ditakdirkan menjadi kaya dan sebaliknya. Diantara mereka berada di level pertengahan, sementara yang lain adalah golongan atas. Ada juga sekelompok masyarakat yang ditakdirkan untuk

¹⁵ Said (2008) dalam Yolanda Hanani Putriani, "Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas:", Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan, Vol. 2, No. 7, 2015, h. 573

¹⁶ Lukman Hakim, "Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam", (Surakarta : Erlangga, 2012), h 88-

memerhatikan kehidupan kaum miskin. Para pengambil kebijakan memiliki posisi untuk menanggung kebutuhan mereka, menyelesaikan persoalan mereka, dan bertanggungjawab atas kemiskinan mereka. Pemberian nafkah akan mendidik jiwa untuk memilih semangat kebersamaan dan menjadikannya sebagai kemuliaan bersama Islam. Bidang kebersamaan ini meliputi bidang yang luas, dan ini diperhatikan dalam Islam.

Tidak pantas bagi seorang muslim yang melihat kerabat, tetangga atau saudara muslim dalam kondisi kelaparan, kedinginan, kemiskinan sementara dia dalam keadaan berkecukupan dan dia tidak melakukan usaha apapun untuk menanggulangi penderitaan yang menimpa mereka. Mengulurkan bantuan makanan kepada orang yang kelaparan merupakan perbuatan utama yang didalamnya terkandung nilai tolong menolong antar manusia dan mengkokohkan pondasi jaminan di antara mereka.

3. Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab individu terhadap kemakmuran diri, keluarga dan masyarakat sebagai bagian aktivitas dan dinamisasi ekonomi.

Islam telah memberi kewajiban adanya pemberian nafkah terhadap beberapa kelompok masyarakat yang termasuk dalam kategori saudara dan yang digolongkan sebagai saudara. Kewajiban memberi nafkah akan menumbuhkan rasa tanggungjawab. Pribadi yang dibentuk oleh rasa tanggungjawab akan memnuhi nafkah yang dibebankan itu. Ia dituntut untuk bekerja demi mewujudkan kemakmuran diri dan keluarganya.

4. Untuk meminimalisasi pemerasan dengan menggali sumber-sumber nafkah.

Media dan sumber nafkah sangat banyak dan beragam. Negara mempunyai kewajiban untuk menjaganya, baik dengan membuka lapangan kerja, meningkatkan upah, dan juga dengan

memenuhi kebutuhan orang-orang yang masih kekurangan. Hal yang sama juga berlaku bagi beberapa orang yang memiliki jabatan khusus, dimana ia harus memberikan gaji secara layak kepada para karyawan. Seorang laki-laki memberikan jaminan kepada istri, anak, orang tua, cucu, dan kerabat lainnya. Bahkan ia juga harus memberikan kepada budak dan hewan piaraannya. Demikian juga kewajiban kaum yang berharta untuk memberikan nafkah akan memperbanyak sisi penting dalam kehidupan. Orang yang diberikan infak atau sedekah akan menggunakan pemberian itu untuk memenuhi kebutuhan diri dan orang-orang yang berada di bawah tanggungjawabnya. Dengan segala siklusnya, hal ini akan menutupi kekurangan dan memenuhi berbagai kebutuhan banyak keluarga. Mereka tidak lagi membutuhkan harta yang idambil dari zakat sebagai bentuk jaminan sosial antara masyarakat. Pada kondisi tersebut, zakat hanya dikhususkan bagi kaum miskin dan mereka yang membutuhkan yang tidak mempunyai keluarga.

5. Supaya negara melakukan kewajibannya terhadap warga negara yang masih miskin .

Negara lebih banyak memiliki kesempatan untuk mengambil peran dengan jalan :

- a. Penyediaan lapangan kerja bagi para pengangguran.
- b. Pemberian nafkah kepada golongan masyarakat yang tidak memiliki sumber penghasilan serta tidak ada orang yang menjaminn nafkahnya. Golongan yang termasuk kategori ini adalah orang yang sakit, manula, anak kecil yang tidak memiliki keluarganya, dan lainnya. Para ahli fiqih telah sepakat bahwa siapapun yang tidak memiliki saudara kaya, sedang dia sendiri seorang yang sangat miskin maka nafkahnya menjadi tanggungan negara.
- c. Menyediakan pendidikan dan sarana kesehatan secara gratis, karena sesungguhnya penyakit dan kebodohan merupakan musuh

bersama suatu bangsa. Kemudahan sarana pendidikan, sarana kesehatan dan pelayanan penyembuhan orang-orang sakit merupakan bidang mendasar yang harus dijaga oleh negara sebagai bentuk pelayanan kepada paraarganya.

- d. Penyediaan tempat tinggal untuk menampung orang-orang lemah, orang-orang jompo, orang gila dan orang-orang yang terganggu mentalnya.
6. Negara harus menanggung masyarakat berkekurangan yang terancam oleh adanya bahaya kelaparan, tertimpa wabah penyakit, kehilangan hak-hak, sarana beribadah, dan sebagainya.

E. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Sumartono menyebutkan bahwa indikator perilaku konsumtif yaitu:¹⁷

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Mahasiswi sebagai konsumen akan membeli suatu produk hanya karena adanya hadiah yang ditawarkan dan biasanya akan merasa rugi jika tidak segera membeli produk tersebut. Banyak online shop yang menawarkan berbagai iming-iming hadiah seperti adanya promo atau diskon, agar banyak konsumen yang tertarik untuk membeli suatu produk.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Mahasiswi akan mudah terbujuk untuk membeli suatu produk yang dikemas secara menarik, artinya mahasiswi sebagai konsumen memiliki motivasi untuk membeli produk bukan karena fungsi dari produk tersebut, tetapi hanya karena tampilan bungkus produk yang menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Mahasiswi sebagai konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, hal tersebut disebabkan karena mahasiswi pada

¹⁷ Hijriati, U. R and Fitriani, A. M, 'Peran Konformitas Sebagai Mediator Hubungan Harga Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa', 6 No 1. Jurnal Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa (2020),h49 <<https://doi.org/10.21776/ub.mps.2020.006.01.6>>.

umumnya mempunyai ciri khas dalam berpakaian berdandan, dan sebagainya dengan tujuan untuk menarik perhatian dari orang lain.

- d. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Mahasiswi sebagai konsumen akan lebih merasa percaya diri apabila menggunakan produk dengan harga yang mahal, mereka percaya bahwa produk yang memiliki harga mahal dianggap memiliki kualitas yang baik dan mampu mempercantik penampilan fisik mereka.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Kemampuan membeli yang tinggi mulai dari berpakaian, berdandan, gaya, dan sebagainya yang dimiliki oleh konsumen seperti mahasiswi, dapat menunjang sifat eksklusif dengan produk yang mampu memberikan kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat keren di mata orang lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Mahasiswi sebagai konsumen cenderung akan meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam hal menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya tersebut. Seringkali mahasiswa juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan, apabila mereka mengidolakan public figure yang mempromosikan produk tersebut.

- g. Mencoba lebih dari dua produk sejenis.

Mahasiswi sebagai konsumen akan lebih cenderung dalam menggunakan produk dengan jenis yang sama tetapi berbeda merek, meskipun produk tersebut belum habis digunakan. Hal tersebut dilakukan untuk membandingkan antara produk merek satu dengan merek yang lainnya.

F. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid, menjelaskan ada tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yaitu:¹⁸

1. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)

Merupakan pembelian yang hanya semata-mata didasari oleh hasrat atau keinginan sementara tanpa pertimbangan dahulu.

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Perilaku yang menggunakan banyak dana terhadap produk dan jasa tanpa ada kebutuhan yang jelas.

3. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)

Suatu perilaku di mana konsumen membeli sesuatu semata-mata mencari kesenangan, yang lebih mengutamakan kenyamanan fisik dan merasa senang ketika memakai sesuatu yang membuatnya beda dari yang lain.

Sedangkan menurut Tambunan berpendapat bahwa ada dua aspek perilaku konsumtif¹⁹.

a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini dapat memunculkan pemborosan atau bahkan bisa menyebabkan inefisiensi biaya. Apalagi di zaman sekarang ini para remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri. Perilaku konsumtif terjadi karena adanya sifat pemborosan yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan dasar pokok.

Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk terus mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya memang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. *Inefisiensi* biaya biasa terjadi karena pola konsumsi setiap

¹⁸ Ramayanti Irma and Al Musafiri M Rizqon, 'Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri I Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam', 18-19 10 2021, 1 No 2. Program Studi Bimbingan Dan Jurnal At-Taujih: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam IAI Darussalam Blokagung.

¹⁹ Nur Fitriyani dkk, *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang*, *Jurnal Psikologi Undip (Online)*, Vol.12, No.1, April (2013), email:phytrycayangmum@yahoo.com. Diakses 09 September 2017.

individu itu terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbuju oleh rayuan iklan yang mereka liat melalui sosial media , suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uang sakunya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

- b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan utama atau kebutuhan pokok yang mendasar melainkan hanya kebutuhan yang dipenuhi hanya mengikuti arus *mode* , ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan social atau status sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru menimbulkan kecemasan. Rasa cemas disini timbul dikarenakan merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan. *trend* . Mengikuti *mode* terjadi di kalangan para remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti *mode* yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Memperoleh pengakuan sosial pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai masa peralihan dalam mencari identitas diri atau jati diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya yang menyebabkan remaja berusaha mengikuti berbagai atribut yang sedang ini.

G. Dampak Perilaku Konsumtif

Semua hal yang dilakukan pastilah akan memiliki dampak, baik itu positif maupun negatif, begitu juga dengan perilaku konsumtif. Dampak ekonomi dari perilaku konsumtif diantaranya dapat menimbulkan masalah keuangan pada keluarga. Jika individu berasal dari keluarga mampu, dampak ekonomi ini mungkin tidak akan dirasakan. Namun, dampak ini

akan menjadi masalah jika individu berasal dari keluarga biasa atau kurang mampu. Individu akan mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran keuangan sehari-hari. Permasalahan ini menjadi bertambah besar jika individu mencari tambahan pendapatan dengan menghalalkan segala cara.

Selain dampak yang dijelaskan di atas, sumber lain juga menjelaskan beberapa dampak negatif dari perilaku konsumtif, diantaranya adalah;

1. Sifat boros, yang hanya menghambur-hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.
3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara ntuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
4. Dapat memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

Dari uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek yang mendasari perilaku itu terjadi seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.²⁰ Oleh karena itu sangat diperlukan sekali bagi santri dalam memahami tentang bagaimana cara mengatur dan mengelola keuangan, khususnya keuangan pribadi bagi santri. Agar dalam membelanjakan uangnya itu dapat bernilai bermanfaat dan tidak bersifat mudharat. Hal ini penting untuk membuat santri tahu akan keuangan, selain untuk mengurangi perilaku konsumtif juga untuk mempersiapkan kehidupan dimasa depan nantinya.

²⁰ Eni Lestarina and others, 'Perilaku Konsumtif Di Kalangan Remaja', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2.2 (2017) <<http://www.jurnal.iicet.org/index.php/jrti/article/view/210>> [accessed 6 December 2022].