

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumsi Islami

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumsi Islami

Perilaku umumnya didefinisikan sebagai tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh organisme. Ini mencakup berbagai respons individu saat memilih, membeli, dan menggunakan produk, yang kemudian disebut sebagai perilaku konsumsi.<sup>14</sup>

Konsumsi sendiri adalah pengeluaran konsumen untuk memperoleh produk dan jasa jadi guna memuaskan keinginan atau memenuhi kebutuhan. Menurut Pujiyono, konsumsi adalah penggunaan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam konteks Islam, konsumsi memiliki makna yang lebih dalam. Bagi seorang Muslim, konsumsi pada dasarnya dimaksudkan untuk memfasilitasi tindakan menyembah Allah.<sup>15</sup>

Konsumsi yang dilakukan dengan niat kepada Allah tidak hanya memberikan kepuasan duniawi tetapi juga spiritual. Konsumsi semacam ini akan menghasilkan

---

<sup>14</sup>Arif Hadi dan T. Zulham, 'Pengaruh Berdirinya Pusat Perbelanjaan Modern terhadap Sosial Ekonomi dan Perilaku Masyarakat Banda Aceh (Studi Kasus Suzuya Mall)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Pembangunan*, 2.1, (2017), 42-49.

<sup>15</sup> Pujiyono Arif, 'Teori Konsumsi Islami', *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 1.3.2, (2006).

hasil yang menguntungkan dalam kehidupan individu, baik secara material maupun spiritual, sehingga mengurangi sifat egois. Seorang Muslim yang memegang prinsip ini akan secara konsisten membelanjakan kekayaannya tidak hanya untuk dirinya sendiri tetapi juga untuk kerabat dekat, orang miskin, dan mereka yang membutuhkan. Dengan demikian, perilaku konsumsi mereka mencerminkan nilai-nilai kedermawanan dan tanggung jawab sosial yang tinggi.

Berperilaku konsumsi Islami berarti menggunakan produk sesuai dengan hukum Islam. Hal ini mencakup selalu mempertimbangkan aspek halal dan haram, aturan, hukum, dan syariah dalam setiap tindakan konsumsi. Praktik konsumsi Islami tidak hanya menjamin bahwa sumber daya tersebut dimanfaatkan secara optimal, tetapi juga memastikan bahwa tindakan konsumsi tersebut mendatangkan berkah dan kebaikan.

Selain itu, dalam Islam, tindakan menggunakan atau mengonsumsi barang-barang berkualitas tinggi dianggap sebagai kebajikan tersendiri. Kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia dimaksudkan untuk digunakan dengan cara yang mendukung kepatuhan kepada-Nya. Oleh karena itu, konsumsi dalam Islam bukan hanya soal memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga soal meningkatkan kualitas ibadah dan kepatuhan kepada

Allah. Dengan memahami dan menerapkan prinsip-prinsip ini, seorang Muslim dapat menjalani kehidupan yang lebih seimbang, bermanfaat, dan penuh berkah.<sup>16</sup>

Allah SWT berfirman kepada nenek moyang manusia, yaitu Adam dan Hawa sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat : 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَطُوبِ الشَّيْطَانُ إِنَّهَا لَكُمْ مَعْدُوٌّ مُبِينٌ تَتَّبِعُوا

”Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”.<sup>17</sup>

## 2. Indikator Perilaku Konsumsi dalam Islam

Pentingnya memperhatikan hukum syariah dan prinsip halal dan haram dalam konsumsi Islam tidak bisa diabaikan. Ketika seseorang membelanjakan atau menggunakan produk, aspek kehalalan dan keharaman serta aturan-aturan syariah harus selalu menjadi pertimbangan utama. Dengan memperhatikan hal ini, seseorang dapat memastikan bahwa manfaat dari konsumsi tersebut dapat dimaksimalkan. Selain itu, dengan menjaga agar konsumsi selalu berada pada jalur

<sup>16</sup>Putriana, 'Islamic Consumption Principle and Religiosity Toward Muslim Community Consumption Behavior', *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12.1, (2023), 113-127.

<sup>17</sup>Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Kemenag RI.

yang benar sesuai dengan ajaran agama, individu tersebut juga menjauhkan diri dari potensi dosa atau kesalahan. Lebih lanjut, konsumsi yang didasarkan pada prinsip-prinsip tersebut juga akan mencegah terjadinya kerugian, baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain di sekitarnya. Dengan demikian, memperhatikan hukum syariah dan prinsip halal dan haram dalam konsumsi Islam tidak hanya membawa kebaikan bagi individu itu sendiri, tetapi juga bagi masyarakat secara keseluruhan.

Adapun indikator konsumsi Islam yaitu<sup>18</sup> :

a. Prinsip keadilan

Prinsip ini menekankan pentingnya mencari dan mengonsumsi makanan serta minuman yang halal dan sesuai dengan hukum syariah. Konsumsi yang adil berarti menghindari segala bentuk makanan dan minuman yang diharamkan, seperti bangkai (hewan yang mati sendiri), darah, daging babi, dan minuman memabukkan (khamr). Prinsip ini memastikan bahwa apa yang dikonsumsi oleh seorang Muslim tidak hanya halal, tetapi juga thayyib (baik dan sehat), sehingga memberikan manfaat positif bagi tubuh dan jiwa.

---

<sup>18</sup>A. Mannan, *Teori & Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1992), h. 237-238.

b. Prinsip kebersihan

Prinsip kebersihan dalam konsumsi Islami mencakup pemilihan makanan yang bersih dan tidak menjijikkan. Hal ini berarti makanan yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran dan tidak tercemar. Kebersihan makanan juga mencakup cara penyimpanan dan penyajian yang higienis, sehingga makanan tersebut benar-benar aman dan sehat untuk dikonsumsi. Prinsip ini berakar dari ajaran Islam yang menekankan pentingnya kebersihan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam konsumsi.

c. Prinsip kesederhanaan

Kesederhanaan dalam konsumsi mengajarkan seorang Muslim untuk menghindari sikap berlebihan dan bermewah-mewahan. Prinsip ini menekankan pentingnya hidup dengan sederhana dan tidak menghabiskan sumber daya secara berlebihan. Hal ini tidak hanya mencerminkan sikap zuhud (tidak terpacu pada dunia), tetapi juga memastikan bahwa konsumsi tidak menyebabkan pemborosan dan berdampak negatif pada lingkungan serta orang lain. Dengan kata lain, konsumsi yang sederhana membantu menjaga keseimbangan dan harmoni dalam kehidupan.

d. Prinsip kemurahan hati

Prinsip kemurahan hati menekankan pentingnya berbagi dengan sesama, terutama mereka yang membutuhkan. Seorang Muslim dianjurkan untuk membelanjakan hartanya dengan bijaksana dan memperhatikan kebutuhan kerabat dekat, fakir miskin, dan orang-orang yang memerlukan bantuan. Prinsip ini mencerminkan nilai-nilai solidaritas dan kepedulian sosial yang tinggi dalam ajaran Islam, di mana seorang Muslim diajarkan untuk tidak hanya memperhatikan diri sendiri tetapi juga memberikan manfaat kepada orang lain.

e. Prinsip moralitas

Prinsip moralitas dalam konsumsi tidak hanya berfokus pada apa yang dikonsumsi, tetapi juga pada niat dan tujuan akhir dari konsumsi tersebut. Seorang Muslim diajarkan untuk selalu menyebut nama Allah (Bismillah) dan mengucapkan syukur (Alhamdulillah) sebelum dan sesudah makan. Tindakan ini mencerminkan pengakuan bahwa semua nikmat berasal dari Allah dan digunakan sebagai sarana untuk mendekatkan diri kepada-Nya. Konsumsi yang bermoral memastikan bahwa setiap tindakan, termasuk makan dan minum, dilakukan dengan kesadaran penuh akan tanggung jawab dan ketaatan

kepada Allah.

### **3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi Islami**

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi Islami, yaitu:

#### **a. Religiusitas**

Pola konsumsi santri di pondok pesantren Daarul Qur'an Kepulauan Riau dipengaruhi oleh tingkat religiusitas mereka.<sup>19</sup> Islam mengatur semua aspek kehidupan manusia sehari-hari, termasuk konsumsi. Hal ini mencakup panduan dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk yang sesuai dengan nilai-nilai agama.

Sebagai indikator kualitas spiritual yang mencakup keyakinan agama, religiusitas menetapkan dasar bagi perilaku ekonomi terkait konsumsi. Pernyataan ini menunjukkan bahwa aspek religius, khususnya religiusitas, memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan konsumen Muslim dalam memenuhi kebutuhan dasar mereka. Religiusitas membentuk cara berpikir dan tindakan konsumen dalam memilih produk yang tidak hanya

---

<sup>19</sup> Asmarannida Ari Faatihah, 'Pengaruh Literasi Ekonomi, Status Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup dan Religiusitas terhadap Pola Konsumsi Islami di Pondok Pesantren Darul Qur'an Kepulauan Riau', *Nomicpedia: Journal of Economics and Business Innovation*, 1.2, (2021), 111-128.

memuaskan kebutuhan fisik tetapi juga sejalan dengan ajaran Islam.

Pemilihan produk oleh konsumen dipengaruhi oleh preferensi dan keyakinan pribadi mereka, yang pada gilirannya membentuk pilihan mereka terkait penawaran yang tersedia. Seorang Muslim yang religius akan cenderung memilih produk yang halal dan thayyib, yang berarti produk tersebut tidak hanya diperbolehkan secara agama tetapi juga baik dan bermanfaat bagi kesehatan serta kesejahteraan.

Setiap Muslim diharuskan memahami dan mematuhi prinsip-prinsip Islam, yang berfungsi sebagai kerangka etika untuk praktik konsumsi dan mencegah penyimpangan dari nilai-nilai agama. Prinsip-prinsip ini membantu menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan material dan spiritual, serta memastikan bahwa tindakan konsumsi dilakukan dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab.

Untuk mengelola konsumsi produk dan jasa secara efektif, religiusitas harus diutamakan daripada hedonisme. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan menekankan religiusitas, konsumen akan lebih mungkin menghindari perilaku konsumsi yang

berlebihan dan tidak perlu, serta lebih fokus pada penggunaan sumber daya yang bijaksana dan bermanfaat. Hal ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan keseimbangan, kesederhanaan, dan kepedulian terhadap sesama.

b. Faktor kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor fundamental yang menentukan keinginan dan perilaku seseorang. Tidak seperti makhluk lain yang bertindak berdasarkan naluri, perilaku manusia sebagian besar diperoleh melalui proses pembelajaran. Seorang anak yang sedang tumbuh memperoleh seperangkat nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku melalui proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga sosial lainnya. Faktor budaya mencakup subkultur dan kelas sosial yang ada di masyarakat.<sup>20</sup>

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2021) menunjukkan bahwa pola belanja online konsumen Muslim dipengaruhi oleh unsur-unsur budaya di tengah pandemi COVID-19. Secara khusus, terdapat preferensi yang berkelanjutan terhadap produk halal di kalangan demografi ini. Pentingnya penekanan ini berasal dari ajaran dasar

---

<sup>20</sup>Asep Supriadi, *Perilaku Konsumen dalam Pengambilan Keputusan: Perspektif Islam*, (Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2005).

Islam.<sup>21</sup> Selain itu, konsumen Muslim melakukan pembelian online baik sebelum maupun setelah pandemi COVID-19, terutama bagi mereka yang memiliki jadwal padat, karena dianggap sangat praktis dan menghemat waktu.

Meskipun demikian, kebutuhan masih dapat dipenuhi secara lokal atau melalui pembelian offline. Sesuai dengan kebiasaan budaya Muslim untuk mengonsumsi makanan halal, kebiasaan belanja online konsumen Muslim selama pandemi COVID-19 harus mengutamakan kebutuhan dan menjamin konsumsi produk halal. Ini menunjukkan bahwa meskipun teknologi memudahkan akses ke berbagai produk dan layanan, nilai-nilai budaya dan agama tetap menjadi pertimbangan utama dalam proses pengambilan keputusan konsumen Muslim.

Budaya dan agama saling mempengaruhi karena keduanya melambangkan dan mewakili nilai-nilai. Budaya mewakili cara manusia menavigasi lingkungan mereka, sedangkan agama melambangkan ketaatan kepada Tuhan. Oleh karena itu, budaya dapat melambangkan agama. Agama dan praktik keagamaan telah dikenal ada, berkembang,

---

<sup>21</sup> D.N. Pratiwi & K.. Fikriyah, 'Determinasi Perilaku Konsumen Muslim dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4.1, (2021), 219-231.

dan maju sejak awal peradaban manusia. Agama dan praktiknya merupakan komponen integral dari keberadaan sosial dan budaya manusia awal.

Unsur-unsur budaya juga konsisten dengan konsep keadilan, yang berkaitan dengan sejauh mana orang menerima ajaran dogmatis dari keyakinan mereka. Meskipun budaya terdiri dari banyak elemen, agama adalah yang paling menonjol. Dalam Islam, agama dianggap sebagai pedoman hidup yang mengatur perilaku setiap individu. Hal ini menunjukkan bahwa agama tidak hanya berfungsi sebagai sistem kepercayaan, tetapi juga sebagai panduan etika yang mengarahkan tindakan dan keputusan sehari-hari.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk keinginan dan perilaku individu. Kebudayaan memberikan kerangka kerja bagi individu untuk memahami dunia di sekitar mereka dan menentukan bagaimana mereka harus bertindak dalam berbagai situasi. Dalam konteks konsumsi, nilai-nilai budaya dan agama membantu konsumen membuat keputusan yang tidak hanya memenuhi

kebutuhan material mereka tetapi juga selaras dengan keyakinan dan prinsip moral mereka.<sup>22</sup>

c. Faktor psikologis

Psikologis memiliki dampak yang signifikan terhadap pola pembelian konsumen Muslim, terutama dalam konteks pembelian kosmetik yang berlabel halal. Fenomena ini muncul karena penggunaan kosmetik sering kali dipicu oleh keinginan untuk dikenali dan diakui, khususnya dalam hal penampilan yang menarik secara estetis.<sup>23</sup>

Dalam konteks agama, faktor psikologis mencakup pemahaman individu terhadap ajaran-ajaran keagamaan dan sejauh mana ajaran-ajaran tersebut memengaruhi perilaku sosial mereka. Misalnya, tingkat religiositas seseorang dan kecenderungannya untuk bersedekah dapat menjadi indikator kecerdasan intelektual dan filosofi hidup mereka, yang dipengaruhi oleh kesetiaan mereka terhadap nilai-nilai agama.

Nilai-nilai agama sering mendorong individu untuk mengembangkan kebajikan dalam segala aspek

---

<sup>22</sup>Herlina Yustati, 'Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Regresi Religiusitas Terhadap Konsumerisme pada Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta', *Indo-Islamika*, 2.2 (2015), h. 25-50.

<sup>23</sup>Stevia Septiani. dan I. Retno, 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Produk Kosmetik Halal di Kota Bogor', *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 9.1, (2018), 59-73.

kehidupan, termasuk dalam aktivitas ekonomi seperti konsumsi. Setiap tindakan ekonomi, termasuk konsumsi, diarahkan oleh prinsip-prinsip kebajikan dan kegunaan. Ini mencakup kemampuan untuk membedakan antara kebutuhan yang esensial dan keinginan yang sekunder, serta meninggalkan perilaku yang tidak sejalan dengan nilai-nilai keagamaan seperti hedonisme dan pemborosan yang berlebihan. Perilaku dan dorongan individu yang mengidentifikasi diri sebagai religius merupakan cerminan dari tingkat kesetiaan dan komitmen mereka terhadap nilai-nilai agama.<sup>24</sup>

d. Faktor sosial

Studi yang dilakukan oleh Pratiwi (2019) menegaskan bahwa peran keluarga dan status sosial menjadi faktor sosial yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumen Muslim di masa pandemi COVID-19. Dampak pembatasan aktivitas sosial selama pandemi membuat konsumen Muslim lebih banyak terlibat dalam interaksi sosial dengan keluarga.<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup>Suharyono, 'Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam', Al-Intaj: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 4.2, (2018), h. 308-327.

<sup>25</sup>D.N. Pratiwi & K.. Fikriyah, 'Determinasi Perilaku Konsumen Muslim dalam Belanja Online Menurut Perspektif Ekonomi Islam', Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, 4.1, (2021), 219-231.

Dengan demikian, keputusan pembelian online konsumen Muslim akan dipengaruhi oleh pola perilaku keluarga mereka sepanjang masa pandemi COVID-19. Selain itu, dalam konteks faktor sosial keagamaan, tingkat religiusitas mencerminkan sejauh mana seseorang menjalankan kewajiban agamanya sehari-hari, termasuk namun tidak terbatas pada aktivitas seperti beribadah, berpuasa, dan melaksanakan tindakan keagamaan lainnya.

e. Faktor kepribadian

Bahwa perilaku konsumsi umat Islam tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal, tetapi juga oleh sifat dan gaya hidup individu. Dalam konteks ini, penelitian menyoroti peran mahasiswa yang terdaftar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEBI), yang sering dianggap sebagai perwujudan kualitas sejati sebagai orang beriman (Al-Mukminun) dalam Islam. Mereka dilihat sebagai contoh yang menunjukkan ketaatan terhadap prinsip-prinsip Islam, termasuk dalam pola konsumsi yang dipilih.<sup>26</sup>

Studi lain yang dilakukan oleh Fitri Nomiasari (2019) menambahkan pemahaman tentang bagaimana sifat kepribadian individu dapat memengaruhi pola

---

<sup>26</sup>I. Tang Naqiah dan D. Sunardi, 'Perspektif Islam Tentang Pengaruh Kepribadian dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen', Jurnal UIN Banten, 20.2, (2019), 181-194.

konsumsi umat Islam secara positif. Kepribadian yang tercermin dalam gaya hidup seseorang, terutama dalam konteks pola konsumsi, dapat menjadi faktor penting yang membentuk perilaku belanja dan pengeluaran.<sup>27</sup>

Kepribadian dan religiusitas juga saling terkait erat dalam praktik keagamaan, terutama dalam hal praktik konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Konsumen Muslim percaya bahwa pilihan produk yang mereka beli dapat mencerminkan ketaatan dan keyakinan mereka terhadap ajaran agama. Oleh karena itu, dalam menganalisis pola konsumsi umat Islam, penting untuk mempertimbangkan pengaruh dari keyakinan keagamaan, praktik keagamaan sehari-hari, tingkat pengetahuan agama, pengalaman pribadi, dan dampak spiritualnya. Ini menyoroti perlunya kesadaran akan implikasi etis dan moral dalam pengambilan keputusan konsumsi.<sup>28</sup>

---

<sup>27</sup>Fitri Nomisari, 'Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonom dan Bisnis Islam)' (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2019).

<sup>28</sup>Putriana, 'Prinsip Konsumsi Islam dan Religiusitas pada Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim', *Iqtishaduna: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 12.1 (2023), h. 113-127.

## B. Religiusitas

### 1. Pengertian Religiusitas

Harun Nasution menyampaikan bahwa konseptualisasi tentang agama muncul dari penggabungan dua kata: agama dan *al-din religi* (*relegere, religare*). *Al-Din* adalah sebuah kata Semit yang merujuk kepada perintah atau hukum. Selain itu, dalam bahasa Arab, istilah ini membawa makna seperti kewajiban, hutang, balasan, dan kebiasaan. *Religare* mengindikasikan ikatan, sementara *religi* (Latin) atau *relegere* menandakan pengumpulan dan pembacaan. Terkait dengan kata agama, etimologi a-tidak = gama = bergerak, menunjukkan bahwa tidak ada pergerakan, tetapi tetap di tempat atau diwariskan melalui garis keturunan.<sup>29</sup>

Sebaliknya, istilah "religius" berasal dari bahasa Latin. Harun Nasution menegaskan bahwa istilah religi berasal dari verba *relegere*, yang menunjukkan tindakan mengumpulkan dan membaca. Perspektif ini sesuai dengan sifat dasar agama, yang terdiri dari sekumpulan metode yang ditentukan untuk beribadah kepada Tuhan yang ditemukan dalam teks suci yang harus dibaca. Agama mengimplikasikan ikatan yang memerlukan ketaatan dan pengabdian manusia. Sumber dari ikatan ini

---

<sup>29</sup> Rahmi Bin MUSAAD, 'Diskriminasi Gender Terhadap Perempuan dalam Novel Perempuan Berkalung Sorban Karya Abidha El Khalieqy (Tinjauan Religi)', *JOEL: Journal of Educational and Language Research*, 1.10 (2022), 1411-1416.

adalah kekuatan yang lebih tinggi dari manusia, yang memiliki dampak yang substansial pada keberadaan manusia. Agama adalah sistem kepercayaan ilahi yang diikuti oleh sekelompok individu yang terlibat dalam dialog terus-menerus dengan-Nya.

Mengenai pertanyaan apa sebenarnya agama, serta makna dan definisinya, setidaknya ada tiga argumen yang relevan. Pertama, hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa pengalaman agama adalah masalah pribadi dan subjektif, yang secara inheren individualistik. Kedua, mungkin tidak ada orang yang sebegitu bersemangat dan penuh emosi seperti ketika membahas agama, yang mempersulit tugas mendefinisikan agama karena intensitas emosi yang terlibat. Selain itu, tujuan dari para pendukung agama akan memengaruhi konsepsi tentang agama.

Dengan melakukan analisis linguistik terhadap istilah "agama," "keagamaan," dan "din," kita dapat menemukan pemahaman komprehensif yang mencakup sifat dasar dari ketiga konsep ini:

- a. Agama adalah jalan hidup, dipandang sebagai prinsip panduan atau cara hidup yang individu wajib patuhi sepanjang keberadaannya di dunia, dalam upaya untuk mencapai kehidupan yang aman, harmonis, dan sejahtera. Ini menekankan gagasan bahwa agama

mencakup lebih dari sekadar keyakinan; itu juga berfungsi sebagai panduan struktural untuk perilaku dan keberadaan, yang dirancang untuk memajukan kesejahteraan baik umat manusia maupun lingkungan.

- b. Cara hidup ini mengatur perilaku manusia sesuai dengan serangkaian prinsip, nilai, dan standar. Karena regulasi ini dianggap sebagai kekuatan suci, mistis, dan mutlak, maka mereka harus diikuti dan diterapkan dengan tekun dan hati-hati. Oleh karena itu, ajaran agama menekankan pentingnya ketaatan dan pengabdian terhadap prinsip-prinsip moral dan etika dalam kehidupan sehari-hari.
- c. Aturan-aturan kehidupan ini, standar, dan prinsip berkembang dan berprogress seiring dengan perjalanan kehidupan manusia, masyarakat, dan budaya. Mereka memungkinkan individu dan komunitas untuk berinteraksi dan berfungsi dalam komunitas mereka dengan memberikan fondasi moral dan spiritual, dan karena itu merupakan bagian integral dari dinamika kehidupan manusia. Dengan demikian, agama memengaruhi tidak hanya struktur sosial dan budaya masyarakat tetapi juga aspek penting dari eksistensi individu.

Terminologi "religi," yang telah dimodernisasi menjadi "religi" dalam bahasa Indonesia, umumnya

digunakan oleh para intelektual kita, terutama antropolog dan sosiolog yang dipengaruhi oleh pandangan Barat, untuk merujuk pada semua agama sebagai sebuah sistem kepercayaan dalam masyarakat. Pandangan ini mencerminkan pengaruh besar dari pemikiran Barat, di mana agama sering kali diinterpretasikan sebagai suatu fenomena yang terbatas pada hubungan antara manusia dan Tuhan.

Namun, dalam ajaran Islam, istilah "din," seperti yang tercantum dalam Al-Quran, memiliki makna yang lebih luas. Selain mengatur hubungan vertikal antara manusia dan Tuhan, din juga mencakup pengaturan hubungan horizontal antara manusia dengan sesamanya dan dengan lingkungan alam. Ini menunjukkan bahwa agama dalam Islam tidak hanya menjadi panduan untuk urusan spiritual, tetapi juga untuk perilaku manusia dalam interaksi sosial dan dengan alam sekitarnya.

Agama juga dianggap sebagai manifestasi dari religiusitas seseorang. Religiusitas, dalam konteks ini, mencerminkan upaya individu untuk mencapai kesempurnaan di hadapan Sang Pencipta. Tujuannya adalah untuk tidak hanya memelihara keyakinan dalam agama, tetapi juga untuk memperkuat hubungan spiritual dalam setiap aspek kehidupan sehari-hari. Hal ini menekankan bahwa agama bukanlah sekadar seperangkat

keyakinan, tetapi juga sebuah jalan hidup yang mencakup semua aspek kehidupan individu.

Pemahaman tentang religiusitas juga dapat diperdalam dengan menelusuri prinsip-prinsip yang terkandung dalam Al-Quran dan Sunnah. Keduanya menyediakan pedoman etis dan moral bagi umat Islam, menekankan pentingnya membentuk karakter dan perilaku yang baik. Konsep akhlaq mursalah, atau moralitas yang universal, juga ditekankan, menunjukkan bahwa moralitas yang baik melintasi batas-batas agama dan masyarakat.

Dalam konteks penelitian religiusitas, penting untuk memahami bahwa pengalaman religius seseorang melibatkan berbagai dimensi. Ini mencakup dimensi intelektual, yang melibatkan pemahaman terhadap ajaran agama; dimensi eksperimental, yang melibatkan pengalaman langsung dengan praktik keagamaan; dimensi ritual, yang mencakup pelaksanaan tata ibadah; dimensi ideologis, yang mencakup keyakinan dasar; dan dimensi konsekuensial, yang mencakup implementasi ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari. Dengan mempertimbangkan semua dimensi ini, penelitian dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang religiusitas seseorang.

## 2. Indikator Religiusitas

Menurut Glock dan Stark mengatakan bahwa agama memiliki 5 (lima) indikator yang membuat religiusitas seseorang dapat diukur, yaitu:

a. Keyakinan atau ideologis. Dimensi ini menyoroti aspirasi dan harapan individu yang menjalankan kehidupan religius dengan kokoh memegang pandangan teologis tertentu serta mengakui kebenaran doktrin-doktrin agama yang mereka anut. Istilahnya yang sering disamakan dengan iman, mengindikasikan sejauh mana seseorang menerima dengan tulus kebenaran-kebenaran dogmatis dan fundamental yang merupakan bagian tak terpisahkan dari ajaran agamanya. Sebaliknya, konsep keyakinan merujuk pada kedalaman kepercayaan dan ketulusan seseorang terhadap segala hal yang terkait dengan Allah SWT, para nabi, dan malaikat. Keyakinan bukan hanya sekedar penerimaan intelektual, tetapi juga mencakup dimensi emosional dan spiritual yang mendalam, menunjukkan tingkat kesetiaan dan ketaatan individu terhadap ajaran dan kepercayaan dalam agama mereka. Dengan indikatornya antara lain :

- 1) Percaya kepada Allah
- 2) Pasrah pada Allah
- 3) Percaya kepada Malaikat, Rosul dan Kitab suci

- 4) Melakukan sesuatu dengan ikhlas
- 5) Percaya akan takdir Tuhan

b. Praktik ibadah atau ritualistic. Dimensi praktik ibadah mencakup seberapa konsisten dan intensitas seseorang dalam melaksanakan segala tugas seremonial yang ditentukan oleh ajaran agamanya. Hal ini tercermin dalam setiap tindakan yang dijalankan oleh individu atau komunitas dalam konteks ibadah mereka. Dalam Islam, dimensi ini menjadi sangat penting karena mencerminkan ketaatan seseorang terhadap ajaran Allah dan praktek keagamaan yang dianjurkan oleh Nabi Muhammad. Praktik ibadah tidak hanya terbatas pada pelaksanaan ritual formal seperti shalat lima waktu, puasa Ramadan, pembayaran zakat, dan menjalankan ibadah haji. Ini juga mencakup aspek-aspek kehidupan sehari-hari yang diatur oleh ajaran agama, seperti mematuhi etika dalam transaksi bisnis, memberikan sumbangan kepada yang membutuhkan, dan menjaga hubungan harmonis dengan sesama manusia. Dengan indikatornya antara lain :

- 1) Selalu menjalankan sholat lima waktu dengan tertib.
- 2) Membaca al-Quran.

- 3) Melakukan puasa dan sholat sunnah sesuai ajaran Rosul.
  - 4) Melakukan kegiatan keagamaan seperti mendengarkan ceramah agama, melakukan dakwah, kegiatan amal, bersedekah dan berperan dalam kegiatan keagamaan.
- c. Pengalaman atau eksperinsial. Dimensi ini mencakup proses mengenali dampak nyata yang timbul dalam kehidupan sehari-hari individu akibat dari keyakinan keagamaannya, cara mereka menjalankan praktik keagamaan, pengalaman spiritual yang mereka alami, dan pengetahuan agama yang mereka miliki. Dalam konteks Muslim, dimensi ini mengukur sejauh mana individu tersebut mempraktikkan ajaran agama Islam dalam tindakan sehari-hari mereka dan seberapa taat mereka dalam melaksanakan kewajiban keagamaan yang ditetapkan. Hal ini mencakup pengaruh agama dalam perilaku, keputusan, dan interaksi sehari-hari mereka, serta bagaimana kepercayaan keagamaan membentuk pandangan dunia dan nilai-nilai mereka. Dengan indikatornya antara lain :
- 1) Sabar dalam menghadapi cobaan
  - 2) Perasaan selalu bersyukur kepada Allah
  - 3) Menganggap kegagalan yang dialami sebagai musibah yang ada hikmahnya (tawakkal)

4) Takut ketika melanggar aturan dan merasakan tentang kehadiran Tuhan.

- d. Pengetahuan agama atau intelektual. Dimensi pengetahuan agama membantu dalam mengevaluasi sejauh mana seseorang memahami dan menginternalisasi doktrin-doktrin utama serta prinsip-prinsip yang menjadi landasan dari keyakinan agama mereka. Ini tidak hanya mencakup pemahaman terhadap teks-teks suci, tetapi juga melibatkan pengetahuan tentang sejarah agama, tradisi keagamaan, interpretasi teologis, dan konsep-konsep kunci yang terkandung dalam ajaran agama. Seseorang yang memiliki pengetahuan agama yang baik dapat mengartikan dan menerapkan ajaran agama dengan lebih baik dalam kehidupan sehari-hari, serta mampu berpartisipasi dalam diskusi keagamaan yang mendalam dan kritis. Selain itu, dimensi ini juga mencakup kemampuan untuk memahami dan merespons tantangan serta perdebatan terkait ajaran agama yang mungkin muncul dalam konteks modern dan kompleks saat ini. Dengan demikian, pengetahuan agama menjadi landasan yang penting bagi perkembangan spiritual dan pemahaman mendalam tentang keyakinan agama seseorang. Dengan indikatornya antara lain :

- 1) Pengetahuan mengenai agama dengan membaca kitab suci (Al Qur'an).
  - 2) Mendalami agama dengan membaca kitab suci.
  - 3) Membaca buku-buku agama.
- e. Konsekuensi atau pengamalan dimensi. Dimensi konsekuensi dalam religiusitas seseorang mencerminkan bagaimana ajaran agama memengaruhi tindakan sosial dan perilaku mereka sehari-hari. Ini mencakup respons mereka terhadap kebutuhan orang lain, seperti membantu mereka yang membutuhkan, memberikan sumbangan kepada yang kurang mampu, serta berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan amal lainnya. Konsep ini menyoroti hubungan antara keyakinan agama seseorang dan perilaku mereka dalam masyarakat, yang sering kali menjadi ukuran dari kedalaman dan keseriusan keyakinan mereka. Misalnya, seorang yang menjalankan ajaran agamanya secara konsisten mungkin lebih cenderung untuk melakukan perbuatan baik dan menyumbang kepada yang membutuhkan sebagai bagian dari praktik agamanya. Oleh karena itu, dimensi konsekuensi menjadi penting dalam memahami sejauh mana seseorang mewujudkan nilai-nilai agamanya dalam tindakan nyata dalam

kehidupan sehari-hari. Dengan indikatornya antara lain:

- 1) Perilaku suka menolong
- 2) Berlaku jujur dan pemaaf
- 3) Menjaga amanat
- 4) Bertanggung jawab atas segala perbuatan yang dilakukan
- 5) Menjaga kebersihan lingkungan.<sup>30</sup>

### C. Kerangka Berfikir

Korelasi antara perilaku konsumsi Islami dan tingkat religiusitas individu adalah hasil dari ekspresi keyakinan keagamaan mereka dalam tindakan-tindakan sehari-hari. Ketika individu memilih produk atau layanan, mereka cenderung mempertimbangkan nilai-nilai dan keyakinan pribadi mereka. Ini mengarah pada kesimpulan bahwa perilaku konsumsi akhirnya mencerminkan nilai-nilai dan keyakinan yang diyakini oleh individu, yang juga mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk tertentu.

Lebih lanjut, terdapat korelasi positif antara tingkat religiusitas dan kualitas keputusan pembelian. Individu yang memiliki tingkat religiusitas yang tinggi cenderung lebih berhati-hati dan kurang impulsif dalam mengambil

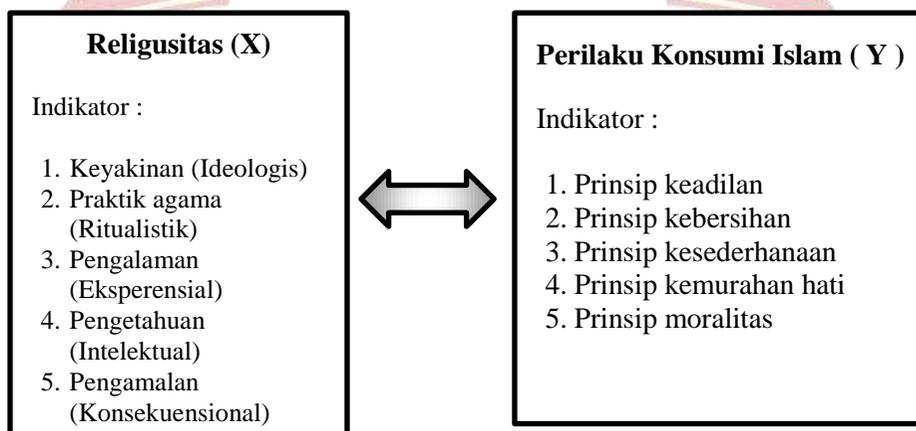
---

<sup>30</sup>Bintang Ghaliyan Ibn Unas, dkk, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pembelian Produk Halal'. Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA), 1.2, (2021), 117-125.

keputusan pembelian. Mereka cenderung mempertimbangkan secara matang aspek-aspek moral dan etis dari produk yang mereka beli, serta memastikan kesesuaian dengan prinsip-prinsip agama mereka. Ini menunjukkan bahwa religiusitas yang tinggi memperkuat perilaku konsumsi yang lebih bertanggung jawab, matang, dan disiplin.

Selain itu, tingkat religiusitas juga dapat memengaruhi persepsi individu terhadap produk dan merek. Individu yang lebih religius mungkin cenderung mencari produk-produk yang dianggap "halal" atau sesuai dengan ajaran agama mereka. Mereka juga mungkin lebih skeptis terhadap produk atau merek yang dianggap tidak sesuai dengan nilai-nilai keagamaan mereka. Dalam hal ini, religiusitas individu tidak hanya memengaruhi perilaku konsumsi mereka, tetapi juga memengaruhi persepsi mereka terhadap produk dan merek secara keseluruhan.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**



#### **D. Hipotesis Penelitian**

Sebuah hipotesis adalah asumsi dasar atau dugaan sementara mengenai suatu masalah penelitian, yang tetap belum terbukti sampai bukti empiris terkumpul. Religiusitas, diwakili sebagai variabel independen (X), dan perilaku konsumsi Islami sebagai variabel dependen (Y).

Sebuah hipotesis merupakan fondasi dari sebuah penelitian, yang mengungkapkan dugaan awal mengenai hubungan antara dua variabel yang diteliti. Dalam konteks ini, hipotesis mengaitkan dua variabel utama: religiusitas (X) dan perilaku konsumsi Islami (Y). Religiusitas dianggap sebagai variabel independen yang dapat mempengaruhi perilaku konsumsi Islami, yang merupakan variabel dependen dalam penelitian ini.

Hipotesis ini muncul dari dugaan bahwa tingkat religiusitas seseorang dapat memengaruhi cara mereka memilih dan menggunakan produk atau layanan Islami dalam kehidupan sehari-hari. Dalam kerangka ini, religiusitas dilihat sebagai faktor yang mungkin memotivasi individu untuk mengadopsi perilaku konsumsi yang sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran agama Islam yang mereka anut. Oleh karena itu, hipotesis ini menyatakan bahwa semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar kemungkinan mereka akan menunjukkan perilaku konsumsi yang sesuai dengan ajaran Islam.

Sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh sebab akibat antara dua variabel yaitu apakah terdapat pengaruh religiusitas terhadap perilaku konsumsi Islami pada Mahasantri Mahad Al Jamiah UINFAS Bengkulu. Maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$H_a$  : Diduga ada pengaruh antara religiusitas terhadap perilaku konsumsi Islami pada Mahasantri Mahad Al Jamiah UINFAS Bengkulu.

$H_0$  : Diduga tidak ada pengaruh antara religiusitas terhadap perilaku konsumsi Islami pada Mahasantri Mahad Al Jamiah UINFAS Bengkulu.

