

**PERILAKU KONSUMSI DALAM MENGGUNAKAN  
SMARTPHONE DITINJAU DARI PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM**  
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)



**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)**

**Oleh :**

**SUHARYONO**  
**NIM. 211 313 7335**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) BENGKULU  
2015M/1436H**

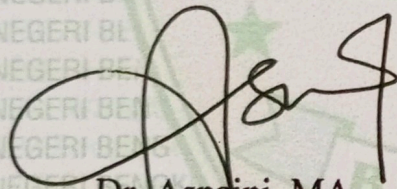
## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi atas nama: Suharyono NIM: 2113137335 yang berjudul “Perilaku Konsumsi Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)”. Program Studi Ekonomi Syari’ah Jurusan Ekonomi Islam. Skripsi ini telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II. Oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah/skripsi Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.

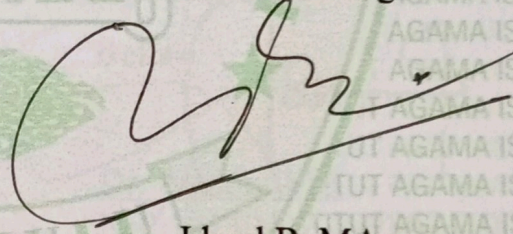
Bengkulu, 05 Mei 2015

Pembimbing I

Pembimbing II



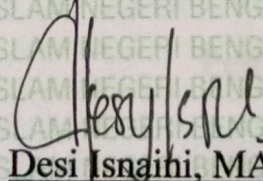
Dr. Asnaini, MA  
NIP. 197304121998032003



Idwal B, MA  
NIP. 19830709200912005

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Desi Isnaini, MA  
NIP. 197412022006042001

## **MOTTO**

- *Jangan pernah berhenti melakukan kebaikan karena berbuat baik itu lebih dari sekedar hal menyenangkan*
- *Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan*

## **PERSEMBAHAN**

*Skripsi ini kupersembahkan kepada:*

- ❖ *Kedua orang tuaku Ayahanda sarno dan ibunda rasidem yang telah melahirkan, membesarkan, merawat, mendidik dengan penuh kasih sayang, kesabaran dan telah memberikan motivasi, pengorbanan serta doa untukku*
- ❖ *Saudara-saudariku tercinta dan tersayang kakanda Suyono S.E dan ayunda Supaini.*
- ❖ *Sahabat dan teman-temanku seperjuangan, Miko polindi, Masyuni, Twin fitersyah, Syafrin dani, serta seluruh teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan warna dalam menempuh perkuliahan.*
- ❖ *Teman-teman organisasi HMJ-Ekonomi Islam 2013-2014 terima kasih atas kerjasamanya selama ini. Kalian adalah orang-orang yang hebat serta teman-teman BEM F-SEI, K-SEI, BEM Institut, BAPOM semoga kita semua akan menjadi orang yang sukses dan bermanfaat bagi orang lain. Amin*
- ❖ *Almamater yang telah menempahku*
- ❖ *Untuk someone in the future*

## SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

Skripsi dengan judul “Perilaku Konsumsi Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)”

1. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 05 Mei 2015

Mahasiswa yang menyatakan



Suharyono

NIM. 211 313 7335

## ABSTRAK

Suharyono. NIM: 2113137335 Judul Skripsi "Perilaku Konsumsi Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)"

Ada dua persoalan yang dikaji dalam skripsi ini, yaitu: 1) Apa motivasi mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam dalam menggunakan *smartphone*, 2) Apakah penggunaan *smartphone* pada mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam sudah sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam. Adapun tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mengetahui motivasi mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam dalam menggunakan *smartphone*, 2) Untuk mengetahui perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam di dalam menggunakan *smartphone* yang didasarkan pada prinsip ekonomi Islam. Penelitian ini telah dilakukan pada bulan Januari-Maret 2015 pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode studi kasus dan lapang (*case study and field study research*) yaitu melakukan pengamatan langsung dan melakukan wawancara serta penyebaran angket terhadap mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012, kemudian data tersebut dikumpulkan, diuraikan, dan dianalisis untuk menjawab permasalahan tersebut. Dari hasil penelitian ini disimpulkan bahwa motivasi sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dalam menggunakan *smartphone* adalah karena lebih percaya diri, *trend* dan dapat memberikan hal yang positif bagi penggunaannya. Dari segi perilaku penggunaan, secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dalam menggunakan *smartphone* belum sepenuhnya sesuai dengan konsumsi dalam ekonomi Islam masih ada juga yang kurang mementingkan aspek masalah dalam menggunakan *smartphone*.

**Kata Kunci : Perilaku Konsumsi, *Smartphone* dan Ekonomi Islam**

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Perilaku Konsumsi Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)”.

Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

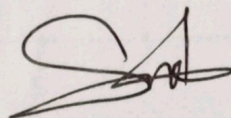
Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Ekonomi Syari’ah (Ekis) Jurusan Ekonomi Islam Pada Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M, M.Ag, M.H, selaku Rektor IAIN Bengkulu, yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh pendidikan di IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Pembimbing I dan Dekan Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, yang selalu mendukung baik di bidang akademik maupun non akademik.

3. Desi Isnaini M.A selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu serta sebagai pembimbing akademik, yang selalu memberikan nasehat dan bimbingan selama perkuliahan.
4. Idwal B. M.A, selaku Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, motivasi, semangat, dan arahan dengan penuh kesabaran.
5. Kedua orang tuaku yang selalu mendo'akan dan mendukung dalam proses perkuliahan.
6. Bapak dan Ibu dosen Fakaltas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
7. Staf dan karyawan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal adminitrasi.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, 05 Mei 2015



Suharyono  
NIM. 211 313 7335

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Batasan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Kegunaan Penelitian .....	9
F. Penelitian Terdahulu .....	10
G. Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Perilaku Konsumsi	
1. Pengertian perilaku konsumsi .....	14
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen .....	15
3. Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam .....	16
B. Motivasi	
1. Pengertian motivasi .....	23
2. Sifat dan fungsi motivasi .....	25
3. Klasifikasi motivasi.....	26
4. Macam-macam motivasi.....	26
5. Motivasi dan perilaku konsumsi .....	28
C. <i>Smartphone</i>	
1. Pengertian <i>smartphone</i> .....	28
2. Sejarah <i>smartphone</i> .....	29
3. Perkembangan <i>smartphone</i> di Indonesia .....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis Penelitian .....	34
B. Populasi dan Sampel	
1. Populasi .....	34
2. Sampel dan Teknik Sampling .....	35
C. Sumber Data	
a. Data Primer .....	35
b. Data Sekunder .....	35
D. Teknik Pengumpulan Data	
a. Observasi ( <i>observe</i> ) .....	36
b. Wawancara ( <i>interview</i> ) .....	36

c. Angket .....	36
E. Definisi Judul .....	37
F. Teknik Analisis Data .....	37

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Obyek Penelitian	
1. Deskripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Iain Bengkulu .....	39
2. Data Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011.....	42
B. Deskripsi Hasil Penelitian	
1. Motivasi Mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam Dalam Menggunakan <i>Smartphone</i> .....	43
2. Perilaku Penggunaan <i>Smartphone</i> Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam	
A. Perilaku konsumsi <i>smartphone</i> dari sisi positif .....	47
B. Perilaku konsumsi <i>smartphone</i> dari sisi negatif .....	53
C. Analisis Hasil Penelitian Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 Dalam Menggunakan Smartphone Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam	
1. Motivasi menggunakan <i>smartphone</i> .....	60
2. Perilaku konsumsi <i>smartphone</i> dari sisi positif.....	62
3. Perilaku konsumsi <i>smartphone</i> dari sisi negatif.....	67

#### **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	71
B. Saran .....	72

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2015 .....	39
4.2 Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2011 .....	41

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

4.1 Karena ingin mendapatkan rasa kepercayaan diri yang lebih dalam menggunakan <i>smartphone</i> dibandingkan dengan <i>handphone</i> biasa .....	42
4.2 Karena terpengaruh teman yang mempunyai <i>smartphone</i> terlebih dahulu .....	43
4.3 Termotivasi karena <i>trend</i> .....	44
4.4 Akan memberikan dampak positif dalam penggunaannya .....	44
4.5 Motivasi menggunakan <i>smartphone</i> .....	45
4.6 Menghindari bermain <i>smartphone</i> saat mengobrol bersama teman dan orang lain .....	46
4.7 Membatasi bermain <i>smartphone</i> dari segi waktu .....	47
4.8 Berdampak terhadap peningkatan prestasi belajar .....	47
4.9 Menggunakan sebagai sumber tambahan pelajaran yang tidak di dapat di kampus .....	48
4.10 Menggunakan <i>smartphone</i> sebagai alat bantu dalam berdiskusi di kelas .....	49
4.11 Memaksimalkan penggunaan untuk keperluan yang baik .....	49
4.12 Menggunakan <i>smartphone</i> untuk berbisnis yang halal .....	50
4.13 Aktif menggunakan aplikasi yang berbasis agama .....	51
4.14 Pernah mengakses layanan yang memiliki unsur pornografi .....	52
4.15 Menjadi lebih boros dari sebelum mempunyai <i>smartphone</i> .....	53
4.16 Sering bermain <i>game</i> di <i>smartphone</i> .....	53
4.17 Bermain <i>game</i> lebih dari 4 jam dalam sehari .....	54
4.18 Pernah mengorbankan sesuatu demi memenuhi biaya operasional .....	55
4.19 Pernah ditegur oleh orang sekitar karena terlalu asik dengan <i>smartphone</i> .....	55
4.20 Pernah bermain <i>game</i> di <i>smartphone</i> pada saat belajar dikelas .....	56
4.21 Merasakan dampak negatif dalam menggunakan <i>smartphone</i> .....	57
4.22 bermain <i>smartphone</i> lebih dari 15 menit sebelum tidur .....	57

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Teknologi dari masa-kemasa selalu mengalami perubahan dan kemajuan yang sangat pesat. Teknologi pada dasarnya diciptakan guna membantu dan mempermudah kegiatan manusia. Kemajuan teknologi yang semakin canggih seperti sekarang ini sesuatu yang dahulunya dirasa adalah sebuah kemustahilan namun sekarang bisa menjadi sesuatu hal yang nyata dan bisa dimanfaatkan bagi manusia, sebagai contoh dahulu mungkin orang tidak mengetahui bagaimana jika ingin berbicara dengan seseorang namun di batasi oleh jarak yang jauh, saat ini hal ini dapat terwujud dengan kemajuan teknologi yang ada yang telah diciptakan sekarang hal tersebut bisa kita lakukan dengan diciptakannya suatu alat komunikasi yang disebut “telepon seluler”. Seiring perkembangannya diciptakanlah alat telekomunikasi yang di sebut dengan “*hand phone* (telepon genggam) ”yang bisa kita gunakan untuk berkomunikasi melalui pesan maupun berbicara secara langsung meskipun dipisahkan oleh jarak yang relatif jauh.

Teknologi ini sangat berguna dan membantu dalam kehidupan manusia dengan aktifitas-aktifitas yang ada, hal ini akan lebih efektif dan lebih efisien bagi penggunaanya. Tak hanya itu teknologi tersebut semakin berkembang lagi dengan munculnya inovasi-inovasi telepon seluler yang sangat canggih dan muncullah

teknologi *handphone* pintar atau yang lebih dikenal dengan sebutan “*smartphone*”. Perangkat *smartphone* menjadikan informasi mudah diakses dan bersifat pribadi.<sup>1</sup> Contoh dari *smartphone* adalah seperti *handphone* Blackberry, Android dan *handphone* pintar lainnya. *Smartphone* berguna bukan hanya saja sebagai alat untuk berkomunikasi baik itu melalui pesan maupun obrolan dengan jarak yang relatif jauh, pengguna juga bisa memanfaatkan *smartphone* sebagai media untuk menghubungkan pada jaringan internet secara luas, cepat, mudah, yang tentu saja hal tersebut mempermudah pengguna dalam mencari informasi secara global baik tentang ekonomi, sosial, industri, pendidikan dan lain sebagainya.

Teknologi dalam hal ini *smartphone* disamping mempunyai banyak manfaat dan kegunaan akan sangat dimungkinkan juga bisa menimbulkan *mudharat* bagi penggunanya jika tidak bisa memanfaatkan secara baik, seperti akan terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam kehidupannya, contohnya akan timbul rasa malas, penyimpangan akan suatu tindakan yang berbau pornografi yang mudah di akses melalui jaringan internet, menjadi lebih boros dalam hal konsumsi, penggunaan yang terlalu berlebihan, dan hal-hal lain yang dapat berefek tidak baik terutama bagi penggunanya itu sendiri.

Penggunaan *smartphone* secara tidak langsung akan berkaitan dengan konsumsi, terutama pola/perilaku di dalam menggunakan teknologi tersebut. Konsumsi dalam ilmu ekonomi Islam adalah setiap kegiatan memanfaatkan barang, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam

---

<sup>1</sup> Muhammad Sufyan A, *Black Berry for Everyone* (Depok:E-tera,2009), hal. Xvi.

upaya menjaga kelangsungan hidup.<sup>2</sup> Dalam Ekonomi Islam konsumsi diklasifikasikan kedalam tiga kelompok, yaitu: konsumsi barang primer (keperluan dasar), konsumsi barang-barang sekunder (kenyamanan) dan konsumsi barang-barang tersier (kemewahan). Dalam ekonomi Islam tingkatan konsumsi terhadap barang-barang ini biasanya di istilahkan dengan barang-barang yang bersifat *daruriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*.<sup>3</sup>

Konsumsi barang *daruriyat* yaitu konsumsi atas barang-barang pokok yang jika tidak dikonsumsi akan mendatangkan kesulitan, bisa menghilangkan keselamatan jiwa, dan lain sebagainya karena konsumsi akan barang ini bisa dikatakan adalah sebuah keharusan untuk dipenuhi, atau dengan kata lain dapat disebut juga sebagai kebutuhan pokok.

Konsumsi barang *hajiyat* adalah konsumsi atas barang-barang yang ketersediaannya akan menyebabkan hidup seseorang menjadi lebih nyaman, menyenangkan dan jika tidak terpenuhi tidak sampai menjadikan hidup seseorang menjadi sangat susah jika dibandingkan dengan kebutuhan pokok yang disebutkan tadi, dalam hal ini contohnya adalah kelezatan makanan, bagusnya pakaian atau barang yang merupakan kenyamanan namun dalam hal ini tidak diperbolehkan untuk berlebih-lebihan.

Konsumsi barang *tahsiniyat* adalah barang yang penggunaannya bukan untuk kenyamanan melainkan untuk bermewah-mewahan. Biaya kemewahan

---

<sup>2</sup> Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 225.

<sup>3</sup> Amiur Nurdin, *Islam Mazhab Swalayan* (Bandung: Ciptapustaka Media Perintis, 2010), hal. 229.

biasanya lebih besar daripada keuntungan yang diperoleh dari kesenangan tersebut. Islam tidak menganjurkan mengkonsumsi barang-barang sejenis ini dikarenakan dapat membuat manusia menjadi ria, malas, boros dan royal, serta dapat mengurangi rasa kasih sayang terhadap sesama, menimbulkan kebencian, kurang bertanggung jawab dan melampaui batas.<sup>4</sup>

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor eksternal dan faktor internal.<sup>5</sup>

Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar pada suatu individu, seperti pengaruh keluarga, kelas sosial, budaya dan lain-lainnya. Sedangkan faktor internal adalah faktor yang berasal dari dalam diri individu tersebut seperti motivasi, persepsi, sikap, gaya hidup, kepribadian.

Ajaran Islam memberikan batasan-batasan manusia dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa, baik yang dijelaskan dalam Al- Qur'an maupun hadis. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.

---

<sup>4</sup> Amiur Nurdin, *Islam Mazhab ...*, hal. 230.

<sup>5</sup> Sukarno Wibowo, Dedi Supriadi *Ekonomi Mikro ...*, hal. 235.

Dalam Al- Qur'an di sebutkan

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبٰتِ مَاۤ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا  
 اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ ﴿٨٧﴾ وَكُلُوْا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللّٰهُ حَلٰلًا طَيِّبًا  
 وَاتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْۤ اَنْتُمْ بِهٖ مُّؤْمِنُوْنَ ﴿٨٨﴾

Artinya” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Qs. Al- Ma’idah : 87-88)

Ayat tersebut berisi tentang penjelasan tentang perilaku konsumsi dalam hal ini mendorong manusia sebagai pengguna untuk menggunakan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya tindakan yang mengacu dalam hal perilaku boros dan pengeluaran terhadap pengeluaran yang tidak penting. Di dalam Al Qur’an juga digambarkan tentang metode keseimbangan yang paling penting dalam hal pengkonsumsian, misalnya seseorang seharusnya bersikap sederhana dalam menggunakan harta kekayaan; tidak hanya menjauhinya atau memperturutkan hawa nafsu dalam kesenangan-kesenangan duniawi seperti kaum spiritual dan kaum materialis.<sup>6</sup>

Hadis juga banyak yang menyinggung dan menerangkan bahwa setiap muslim dianjurkan untuk hidup ekonomis/hemat dalam hal kebutuhan nafkah maupun belanja. Seperti sebuah hadits yang diriwayatkan at- Tirmidzi dari Abdullah ibnu Sirjis sampai kepada Nabi SAW yang artinya” sikap yang baik,

<sup>6</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hal. 24.

sifat kasih dan berlaku ekonomis adalah sebagian dari dua puluh empat bagian kenabian". Jelaslah dalam Islam manusia diperintahkan untuk berlaku hemat, tidak berlebih-lebihan dengan memperhatikan aspek *maslahah* dari apa yang ia penuhi.

Islam tidak melarang kaum muslimin untuk menikmati barang-barang yang bersih dan halal tapi juga tidak membolehkan kehidupan materialisme yang hanya berdasarkan hawa nafsu belaka. Seorang muslim tidak diperbolehkan berlaku boros dalam hal yang halal, dan menghambur-hamburkan harta dimana-mana, karena perbuatan ini telah keluar dari ketentuan mewakili (*istikhlaf*) kepemilikan harta Allah.<sup>7</sup>

Allah akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.<sup>8</sup> Seperti yang dijelaskan dalam Al Qur'an surat al-A'raf yang berbunyi:

﴿ يَبْنَىٰ ءَادَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya “ Hai anak adam pakailah pakaianmu yang indah (disetiap memasuki masjid), makan dan minumlah dan janganlah berlebih-lebihan sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”(Qs. al-A'raf: 31)

Dapat disimpulkan bahwa konsumsi dalam Islam sarat dengan nilai-nilai kerohanian yang secara tidak langsung mengarahkan konsumen agar tidak

<sup>7</sup> Yusuf Qardawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 1997), hal. 235.

<sup>8</sup> M.Nur Rianto, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010), hal. 91.

konsumtif dan tetap menjaga kemaslahatan bukan kesenangan dan kepuasan semata.

Bagi mahasiswa khususnya teknologi dalam hal ini penggunaan *smartphone* di satu sisi dapat menjadi penunjang dalam proses studi, dengan kemudahan mengakses dan mencari hal-hal yang dibutuhkan dalam proses studi. Seperti dalam hal pendukung dalam pembuatan tugas kuliah, menambah wawasan dan ilmu bagi mahasiswa yang mungkin tidak di dapatkan di dalam perkuliahan, namun disisi lain dapat berdampak buruk bagi mahasiswa dalam penggunaan *smartphone* seperti yang sudah di jelaskan di awal.

Penggunaan *smartphone* tidak dapat dipungkiri akan mengakibatkan konsumsi yang berbeda jika dibandingkan dengan ketika belum menggunakan *smartphone*, seperti dalam hal pengeluaran keuangan, dimana *smartphone* dengan aplikasi yang lengkap dan mudah yang menjadikan salah satu alasan dari pengguna untuk menggunakan *smartphone* dengan berbagai kelebihan jika dibandingkan dengan *handphone* biasa.

*Smartphone* memiliki berbagai macam aplikasi/fitur yang dapat diakses, dalam menggunakan fitur/aplikasi yang ada diperlukan pengeluaran untuk penggunaan pulsa (sms/telpon), kuota/paket internet, semakin banyak dan semakin sering aplikasi maka akan semakin banyak juga biaya yang dikeluarkan, dicontohkan dalam menggunakan aplikasi yang menghubungkan pada internet seperti *google*, *youtube*, *game*, *facebook*, *line*, *weechat* dan masih banyak aplikasi-aplikasi lainnya yang dapat dengan mudah di akses melalui *smartphone*, dengan

demikian dimungkinkan akan terjadi pengeluaran yang lebih dan bahkan bisa menjadi tindakan pemborosan jika tidak bisa mengontrol penggunaannya, selain itu dimungkinkan juga perilaku yang berlebihan dalam menggunakan aplikasi yang terdapat di *smartphone* seperti bermain *game online* yang terlalu lama dan sering, dan penggunaan aplikasi lainnya yang tidak terkontrol atau dengan kata lain tidak memperhatikan aspek *masalah*.

Salah seorang mahasiswa semester VII Prodi Perbankan Syari'ah mengatakan bahwa semenjak menggunakan *smartphone* memang mempengaruhi perilaku konsumsi dirinya, terutama pada sektor pengeluaran yang di gunakan dalam menggunakan layanan aplikasi pada *smartphone* tersebut, di samping itu juga menimbulkan kecanduan dalam menggunakan aplikasi tersebut dan menghabiskan banyak waktu yang seharusnya bisa di pergunakan untuk hal yang lebih bermanfaat, terutama jika tidak bisa mengontrol penggunaannya dengan baik.<sup>9</sup>

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti apakah *smartphone* mempengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa khususnya di Jurusan Ekonomi Islam. Oleh karena itu penulis mengambil judul penelitian “Perilaku Konsumsi Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu)”

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, dalam hal ini peneliti memiliki pertanyaan yang terangkum dalam rumusan masalah yaitu:

1. Apa motivasi mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam dalam menggunakan *smartphone* ?

---

<sup>9</sup> Observasi awal tanggal, 3 Desember 2014.

2. Apakah penggunaan *smartphone* pada mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam sudah sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam ?

### **C. Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang di bahas adalah perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dalam menggunakan *smartphone* dalam aktivitas keseharian.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui motivasi mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam dalam menggunakan *smartphone*
2. Untuk mengetahui perilaku konsumsi Mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam di dalam menggunakan *smartphone* yang didasarkan pada prinsip ekonomi Islam

### **E. Kegunaan Penelitian**

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berguna untuk memberikan gambaran tentang praktik konsumsi di tengah-tengah masyarakat, selain itu diharapkan dapat menjadi suatu rujukan akan suatu pengembangan konsep perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam serta diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian yang sejenis di kemudian hari sebagai penelitian lanjutan.

## 2. Kegunaan praktis

a. Bagi mahasiswa khususnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam dapat menjadi pemahaman dan rujukan tentang batasan-batasan dalam mengkonsumsi barang dalam hal ini yaitu perilaku konsumsi dalam menggunakan teknologi *smartphone* berdasarkan ekonomi Islam yang berlandaskan syari'at.

b. Bagi lembaga pendidikan khususnya Jurusan Ekonomi Islam fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu dapat merumuskan suatu kebijakan atau aturan yang akan diterapkan kepada mahasiswa dalam hal pengawasan atau tata tertib yang di berlakukan kepada mahasiswa yang menggunakan *smartphone*.

## F. Penelitian Terdahulu

Peneliti mengambil bahan rujukan terkait penelitian yang akan di teliti guna memperkuat penelitian, hal ini juga dilakukan untuk menghindari unsur plagiat/penjiplakan akan suatu penelitian yang telah ada, dalam hal ini terdapat beberapa rujukan dari penelitian terdahulu yang masih berkaitan dengan penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Lia Oktaviana<sup>10</sup> pada tahun 2011 pada yang berjudul "Pengaruh label halal MUI terhadap pola konsumsi mahasiswa STAIN Bengkulu Jurusan Syari'ah" menggunakan statistik dan menurut hasil SPSS 16 dengan menggunakan regresi linier sederhana menyimpulkan bahwa label halal

---

<sup>10</sup> Lia oktaviani,"pengaruh label halal MUI terhadap pola konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu jurusan Syari'ah", *skripsi* pada jurusan Syariah tahun 2011.

MUI yang terdapat pada produk makanan dan minuman ternyata mempengaruhi pola konsumsi mahasiswa STAIN Bengkulu Jurusan Syari'ah baik dalam hal selektif memilih makanan dan minuman yang halal maupun dalam hal pemahaman tentang halalan toyiban, itu berarti bahwa mahasiswa Syari'ah peduli akan kejelasan kehalalan makanan dan minuman yang akan dikonsumsi.

Penelitian yang dilakukan oleh Lia Oktaviani berbeda pada penelitian yang akan dilakukan yaitu membahas tentang perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu dalam menggunakan *smartphone* sedangkan yang dilakukan oleh Lia Oktaviani adalah tentang label halal MUI terutama pada makanan dan minuman.

Penelitian lain yaitu menurut Felisa Oktaviani<sup>11</sup> tahun 2011 pada penelitiannya yang berjudul "pengaruh konsumerisme gadget di kalangan Mahasiswa di daerah Sekitar Solo Raya" menggunakan metode deskriptif kualitatif menyimpulkan diantaranya bahwa Mahasiswa dan Mahasiswi melakukan konsumerisme *gadget* karena untuk memenuhi kebutuhan, namun pada kenyataannya yang ada justru hanya untuk mendapatkan *prestise* yang tinggi, mengikuti perkembangan jaman dan teknologi.

Penelitian ini nantinya akan berbeda dengan penelitian yang dilakukan Felisa Oktaviani. Felisa Oktaviani lebih spesifik membahas tentang pengaruh konsumerisme *gadget* dikalangan mahasiswa, dan hal tersebut termasuk kedalam

---

<sup>11</sup> Felisia Oktaviani, " Pengaruh Konsumerisme Gadget dikalangan Mahasiswa di Daerah Sekitar Solo". *skripsi*, Felisiaoktaviani.blogspot.com/2011/12/Pengaruh Konsumerisme gadget-dikalangan.html, diakses tanggal 22 desember 2014.

salah satu dari perilaku konsumsi. sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang perilaku konsumsi secara luas terhadap mahasiswa IAIN Bengkulu dalam menggunakan *smartphone* tersebut apakah sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam dalam hal konsumsi atau malah bahkan sudah lari dari prinsip ekonomi Islam yang berlandaskan syari'ah.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rama Doni <sup>12</sup> tahun 2014 pada penelitiannya yang berjudul "Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam membeli barang di pasar panorama Zahara Busana Kota Bengkulu" menggunakan metode deskriptif kualitatif menyimpulkan bahwa tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam membeli barang di pasar panorama adalah bahwa itu sesuai dengan aturan yang harus diteliti oleh seseorang dalam membeli barang dan sesuai dengan prinsip syariat islam. Seperti dengan cara konsumen dalam membeli barang tidak boleh boros dalam membeli barang.

Penelitian ini juga nantinya akan berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rama Doni baik dari segi objek dan studi kasus penelitian. Rama Doni membahas tentang perilaku konsumen dalam membeli barang yaitu berupa barang tekstil (pakaian) sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang perilaku dalam menggunakan *smartphone* serta studi kasus penelitian adalah pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam.

---

<sup>12</sup> Rama Doni, " *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Barang Di Pasar Panorama Zahara Busana Kota Bengkulu*", skripsi pada Jurusan Ekonomi Islam tahun 2014.

## G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 (lima) bab dengan perincian sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Penelitian Terdahulu, Sistematika Penulisan.

BAB II : Kajian Teori yang terdiri dari Perilaku Konsumsi: 1) Pengertian perilaku konsumsi, 2) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, 3) Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam. Motivasi: 1) Pengertian Motivasi, 2) Sifat dan fungsi Motivasi, 3) klasifikasi Motivasi, 4) Macam-macam motivasi, 5) Motivasi dan Perilaku konsumsi. *Smartphone*: 1) Pengertian *smartphone*, 2) sejarah *smartphone* 3) Perkembangan *Smartphone* di Indonesia.

BAB III : Metode Penelitian yang terdiri dari Jenis Penelitian, Populasi dan Sampel, Sumber Data, Teknik Pengumpulan Data, Definisi Judul, Teknik Analisis Data.

BAB IV : Hasil Penelitian Dan Pembahasan penelitian yang berisi tentang Deskripsi Obyek Penelitian, data Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012, Deskripsi Hasil Penelitian, Analisis Hasil Penelitian Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam.

BAB V : Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumsi

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi adalah bagian dari tindakan konsumsi. Perilaku yaitu tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dalam gerakan (sikap), tidak saja badan atau ucapan.<sup>1</sup> Konsumsi adalah menghabiskan atau menggunakan suatu nilai barang atau jasa. Menurut ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup.<sup>2</sup> Jadi dalam hal ini bukan hanya sekedar mementingkan kesenangan, kepuasan semata melainkan mengkonsumsi suatu barang/jasa karna memang barang tersebut sudah sewajarnya untuk dipenuhi.

Perilaku konsumsi adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>3</sup>

Perilaku konsumen dalam pengertian lain adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan

---

<sup>1</sup>Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1990) hal. 671

<sup>2</sup>Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 225.

<sup>3</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif Kontemporer pada motif, tujuan, dan Keinginan Konsumen (rev.ed)*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group 2010), hal. 2.

mereka.<sup>4</sup> Perilaku konsumen juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumberdayanya yang terbatas, seperti uang, waktu, dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya.

Perilaku yang dilakukan antar konsumen tentu akan beragam sesuai dengan kondisi konsumen, situasi dan kondisi eksternal yang mempengaruhinya.<sup>5</sup>

Perilaku konsumen dapat dipahami dalam tiga tahapan. Pertama: Preferensi konsumen. Ini adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk daripada jenis produk yang lain. Kedua: Garis anggaran. Konsumen juga akan mempertimbangkan faktor harga dan akan memutuskannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya. Ketiga: Pilihan konsumen. Dengan mengetahui preferensi dan keterbasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut.<sup>6</sup>

## **2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Merujuk pada pendapat Hawkins dan Mothersbaugh, perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi serta proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.<sup>7</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu “faktor eksternal dan faktor internal.

---

<sup>4</sup>Sukarno Wibowo, Dedi supriadi, *Ekonomi Mikro...*, hal. 235.

<sup>5</sup>Tatik suryani, *Perilaku konsumen di era internet*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal. 5

<sup>6</sup> M.Nur Rianto, Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2010), hal. 91

<sup>7</sup>Tatik suryani, *Perilaku konsumen di era...*, hal. 6

a. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku konsumen. Kelompok ini mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak laku.

b. Faktor Internal

Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu motivasi, persepsi, gaya hidup, kepribadian, dan belajar.”<sup>8</sup>

Perilaku dari setiap individu akan berbeda sesuai dengan karakteristik dan sifat yang ada dalam diri masing-masing.

### 3. Perilaku Konsumsi Dalam Ekonomi Islam

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 dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan materil maupun spiritual.

Perilaku konsumsi orang yang beriman akan berbeda dalam mengkonsumsi barang/jasa jika di bandingkan dengan orang yang lebih rendah tingkat keimanan dan kepatutannya kepada Allah SWT. Orang yang mempunyai keimanan dan patuh terhadap aturan-aturan yang telah di gariskan didalam Al-Qur'an dan hadits mengetahui batasan-batasan mana hal yang diperbolehkan dan mana yang tidak boleh untuk di laksanakan.

---

<sup>8</sup> Sukarno Wibowo, Dedi supriadi, *Ekonomi Mikro...*, hal. 235.

Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai satu tujuan, yakni menciptakan kesejahteraan menyeluruh, penuh ketegangan dan kesederhanaan, namun tetap produktif dan inofatif bagi setiap individu muslim maupun non muslim. Allah telah menetapkan batasan-batasan terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, sebagaimana yang ditetapkan dalam hukum Allah (*syari'ah*).

Islam mengajarkan tentang batasan-batasan manusia dalam mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa, baik yang dijelaskan dalam Al-Qur'an maupun hadis. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia banyak mengkonsumsi barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi barang yang buruk atau haram. Islam melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa-apa yang sudah menjadi halal.

Dalam Al-Qur'an disebutkan

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۗ إِنَّ  
 اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٤٧﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ  
 الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٤٨﴾

Artinya “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari

*apa yang Allah telah rezkikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.*"<sup>9</sup>(Qs. Al- Ma'idah :87-88)

Dari arti ayat tersebut Al Qur'an mendorong manusia sebagai pengguna untuk menggunakan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya tindakan yang mengacu dalam hal perilaku boros dan pengeluaran terhadap pengeluaran yang tidak penting dan tidak bermanfaat. Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana. Maksudnya, berada diantara boros dan pelit.<sup>10</sup> Artinya dalam hal pengeluaran kebutuhan juga yang mendatangkan manfaat kita tidak boleh pelit.

Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an.

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذِرْ تَبْدِيرًا ۖ إِنَّ الْمُبْذِرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ۖ

Artinya: 26. Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. 27. Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya. (QS Al- Isra': 26-27)

Ayat tersebut secara tegas menjelaskan, daripada harta kita dipergunakan untuk hal-hal yang tidak berguna, tidak perlu atau tidak penting (yang Allah sebut sebagai perbuatan mubazir) akan lebih baik jika dipergunakan untuk membantu kerabat dekat, sanak famili, dan orang fakir miskin. Inilah manfaat prinsip efisiensi yang hanya bisa kita

<sup>9</sup>Assobar, *Al-Kitabul Akbar Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta Timur: Akbar Media), hal.122.

<sup>10</sup>Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Erlangga, 2012), hal. 95.

dapatkan dari menghindari sifat boros, prinsip mengejar kesenangan dan pola hidup *hedonisme*.<sup>11</sup>

Konsumsi, pemenuhan (kebutuhan), dan perolehan kenikmatan tidak dilarang dalam Islam selama tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau justru dapat menimbulkan kemudharatan.<sup>12</sup> Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintahNya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah yang diciptakan (Allah) untuk manusia demi kemaslahatan ummat.

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna).<sup>13</sup> Tabzir berarti menggunakan harta dengan cara yang salah seperti untuk hal yang tidak dibenarkan atau melanggar hukum terutama hukum Islam. Boros hampir sama dengan mubazir. Arti mubazir adalah menghambur-hamburkan uang tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan ganjaran pahala.<sup>14</sup> Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang atau dengan kata lain tidak mementingkan kesenangan semata.

---

<sup>11</sup>Misbahul Munir, *Ajaran-ajaran Ekonomi Rasulullah kajian Hadits Nabi dalam Perspektif Ekonomi*.(Uin Malang Press, Malang 2007), hal.75.

<sup>12</sup>M. Nur Rianto A. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan...*, hal.110.

<sup>13</sup>M. Nur Rianto A. Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi Suatu...*, hal. 86-87.

<sup>14</sup>Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema insani 2001), hal.

Dalam Al-Qur'an surat Thaahaa ayat 81 disebutkan

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي وَمَنْ يَحْلِلْ  
عَلَيْهِ غَضَبِي فَقَدْ هَوَىٰ ﴿٨١﴾

Artinya “makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia”.<sup>15</sup> (Qs. Thahaa: 81)

Islam mengajarkan dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa harus memperhatikan etika konsumsi yang mana yang dibenarkan dan mana yang tidak dibenarkan. Dalam ekonomi konvensional, manusia disebut rasional secara ekonomi jika mereka selalu memaksimalkan kepentingan sendiri, yaitu utility untuk konsumen dan keuntungan untuk produsen. Sementara itu dalam ekonomi Islam pelaku ekonomi, produsen atau konsumen, akan berusaha untuk memaksimalkan *maslahat*.<sup>16</sup>

Konsep *maslahah* pada konsumen muslim sangatlah diperlukan. Dalam pengertian umum *maslahah* adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan), atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kerusakan.<sup>17</sup> *maslahah* menurut Shatibi, adalah pemilikan

<sup>15</sup> Assobar, *Al-Kitabul Akbar Al-Qur'an dan ...*, hal. 317.

<sup>16</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 46.

<sup>17</sup> Totok Jumantoro, Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, Amzah (Sinar Grafika Offset, 2005), hal. 200.

atau kekuatan dari barang atau jasa yang memelihara prinsip dasar dan tujuan hidup manusia.<sup>18</sup>

Menurut Al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar : (1) agama (*al-dien*), (2) hidup atau jiwa (*nafs*), (3) keluarga atau keturunan (*nashl*), (4) harta atau kekayaan (*maal*) dan (5) intelek atau akal (*aql*). Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-din wa al-dunya*) merupakan tujuan utamanya.<sup>19</sup>

Kebutuhan(*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*want*). *Want* ditetapkan berdasarkan konsep utility, tetapi *need* didasarkan atas konsep *maslahah*. Tujuan syariah adalah mensejahterahkan manusia (*maslahah al 'ibad*).<sup>20</sup> Oleh karena itu setiap barang dan jasa yang memberikan *maslahah* bagi penggunaanya di sebut dengan kebutuhan manusia yang secara tidak langsung memang harus di penuhi.

Ekonomi konvensional mengasumsikan konsumen selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*), sedangkan dalam ekonomi Islam dalam mengkonsumsi bertujuan untuk mencapai suatu *maslahah*. Konsep *maslahah* digunakan dalam ekonomi Islam dikarenakan penggunaan asumsi manusia yang bertujuan untuk mencari kepuasan (*utility*) maksimum tidak dapat menjelaskan apakah barang yang dikonsumsinya memberikan manfaat dan kegunaan yang memberikan keberkahan bagi

---

<sup>18</sup>M.Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan ...*, hal. 91.

<sup>19</sup>Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam edisi ketiga* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hal. 62.

<sup>20</sup>M.Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan...*, hal. 91.

penggunanya. Dalam hal ini seseorang hanya dibatasi oleh dana/anggaran yang dimilikinya bukan karena aturan dan prinsip syariat Islam.

Formulasi dalam *masalah* adalah unsur manfaat dan berkah, atau bisa ditulis sebagai berikut:

$$M = F+B \dots\dots\dots (4.8)$$

Dimana:  $M = \textit{masalah}$

$F = \text{Manfaat}$

$B = \text{Berkah}$

Sementara berkah merupakan interaksi antara manfaat dan pahala, sehingga :

$$B = (F) (P) \dots\dots\dots (4.9)$$

Dimana:  $P = \text{Pahala total}$

Adapun pahala total,  $P$  adalah:

$$P = \beta ip \dots\dots\dots (4.10)$$

Dimana  $\beta i$  adalah frekuensi kegiatan dan  $p$  adalah pahala per unit kegiatan.

Dengan mensubstitusikan persamaan diatas, maka

$$B = F \beta ip \dots\dots\dots (4.11)$$

Selanjutnya dengan melakukan substitusi maka diperoleh:

$$M = F + F \beta ip \dots\dots\dots (4.12)$$

Persamaan diatas dapat ditulis menjadi:

$$M = F (1 + F \beta ip) \dots\dots\dots (4.13)^{21}$$

Dari formulasi diatas dapat ditunjukkan bahwa ketika pahala suatu kegiatan tidak ada misalnya, ketika mengkonsumsi barang yang haram, maka masalah yang diperoleh konsumen adalah hanya sebatas manfaat

---

<sup>21</sup>M.Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan...*,hal. 101.

yang dirasakan di dunia (F). Demikian pula sebaliknya, jika suatu kegiatan yang sudah tidak memberikan manfaat (di dunia), maka nilai keberkahannya juga tidak ada sehingga masalah dari kegiatan tersebut juga tidak ada. Besarnya keberkahan akan mengkonsumsi suatu barang dan jasa tergantung dengan frekuensi kegiatan konsumsi yang dilakukan. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang memberikan unsur *masalah* maka akan besar pula keberkahan yang akan di dapat.

Seseorang mengkonsumsi suatu barang atau jasa yang diniatkan untuk beribadah maka disamping hal itu nantinya akan mendatangkan manfaat akan diperoleh keberkahan bagi dirinya, sebagai contoh membeli dan berlangganan koran/surat kabar yang digunakan untuk kepentingan disini selain keberkahan yang bisa dirasakan oleh pelaku karena adanya suatu niat yang baik juga akan ada manfaat yang dirasakan oleh pelaku maupun orang lain yang membacanya seperti penambahan wawasan atau tentang info terbaru.

Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan.<sup>22</sup>

---

<sup>22</sup>M.Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi Suatu Perbandingan...*, hal.104.

## B. Motivasi

### 1. Pengertian Motivasi

Motivasi berasal dari bahasa latin *movore* yang berarti dorongan atau menggerakkan atau dengan kata lain dapat diartikan sebagai sebab-sebab yang menjadi dorongan. Pentingnya motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia.<sup>23</sup>

Menurut Hoy dan Miskel motivasi adalah kekuatan-kekuatan yang kompleks, dorongan-dorongan, kebutuhan-kebutuhan, pernyataan-pernyataan, ketegangan, atau mekanisme-mekanisme lainnya yang memulai dan menjaga kegiatan-kegiatan yang diinginkan kearah pencapaian tujuan-tujuan personal atau pribadi.

Kata motivasi berarti dorongan yang timbul pada diri seseorang sadar maupun tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu.<sup>24</sup> Atau juga sering disebut sebagai usaha-usaha yang dapat menyebabkan seseorang maupun kelompok tertentu melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendakinya.

Seseorang konsumen tergerak membeli suatu produk karena ada sesuatu yang menggerakkan. Proses timbulnya dorongan sehingga konsumen tergerak membeli suatu produk itulah yang disebut motivasi. Sedangkan yang memotivasi untuk membeli namanya motif.<sup>25</sup>

Motivasi dapat diartikan sebagai kekuatan (energi) seseorang yang dapat menimbulkan tingkat persistensi dan entusiasmenya dalam melaksanakan

---

<sup>23</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif...*, hal.25.

<sup>24</sup>Tatik Suryani, *Perilaku konsumen di era...*, hal.22.

<sup>25</sup>Tatik Suryani, *Perilaku konsumen di era...*, hal.22.

suatu kegiatan, baik yang bersumber dari dalam diri individu itu sendiri (motivasi intrinsik) maupun dari luar individu (motivasi ekstrinsik). Seberapa kuat motivasi yang dimiliki individu akan banyak menentukan terhadap kualitas perilaku yang ditampilkannya, baik dalam konteks belajar, bekerja maupun dalam kehidupan lainnya.<sup>26</sup>

Motivasi dalam pengertian sehari-hari dapat diartikan sebagai sesuatu yang mendorong manusia untuk berperilaku tertentu. Motivasi adalah sesuatu yang ada di dalam diri manusia yang tidak dapat dilihat dari luar. Motivasi akan tampak melalui perilaku seseorang yang dapat dilihat dan diamati.

## 2. Sifat dan Fungsi Motivasi

Pada umumnya motivasi atau kebutuhan manusia memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

### 1. Kebutuhan tidak terpuaskan

Kebanyakan kebutuhan manusia tidak pernah terpuaskan sepenuhnya. Contoh seorang konsumen yang memiliki kebutuhan mobilitas, setelah mampu membeli barang yang biasa timbul keinginannya untuk membeli barang yang lebih dari yang dibeli sebelumnya dan begitu seterusnya.

### 2. Kebutuhan baru muncul setelah kebutuhan lama terpenuhi.

---

<sup>26</sup>Abdul Rahman Saleh, *Psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam*(Jakarta:Prenada media kencana, 2004), hal. 128

Fungsi motivasi yakni :

1. Mendorong manusia untuk berbuat dan bertindak. Motivasi berfungsi sebagai penggerak yang memberikan energi (kekuatan) kepada seseorang untuk melakukan suatu tugas.
2. Menentukan arah perbuatan. Yakni kearah perwujudan suatu tujuan atau cita-cita. Motivasi mencegah penyelewengan dari jalan yang harus ditempuh untuk mencapai tujuan itu.
3. Menyeleksi perbuatan kita. Artinya menentukan perbuatan-perbuatan mana yang harus dilakukan, yang serasi, guna mencapai tujuan itu dengan menyampingkan perbuatan yang bermanfaat bagi tujuan itu.<sup>27</sup>

### 3. Klasifikasi Motivasi

Motivasi secara garis besar dapat dibagi menjadi dua kelompok besar, antara lain motivasi yang berdasarkan rasional dan motifasi yang berlandaskan emosional.

Motivasi yang berdasarkan rasional yaitu motivasi yang menentukan suatu pilihan terhadap suatu produk barang atau jasa dengan memikirkan secara matang serta dipertimbangkan terlebih dahulu untuk membeli produk atau jasa tersebut. Rasional motif akan mendorong seseorang untuk bertindak menurut pikiran yang sehat, patut, layak.<sup>28</sup>

Motivasi yang berlandaskan emosional yaitu motivasi yang cenderung terkesan terburu-buru, tidak mempertimbangkan kemungkinan yang akan terjadi untuk jangka panjang dalam menggunakan produk atau jasa tersebut.

---

<sup>27</sup>Ngalm Purwanto, *Psikologi Pendidikan*(Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2006), hal.

<sup>28</sup>Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif...*, hal. 35.

#### 4. Macam-macam motivasi

Menurut ahli psikologi individual maupun sosial/kelompok telah melakukan studi tentang seberapa banyak dorongan-dorongan kejiwaan yang mempengaruhi tingkah laku manusia. Dengan nama yang berbeda-beda bagi adanya dorongan-dorongan tersebut antara lain:<sup>29</sup>

1. Motivasi yang mendorong aktivitas pribadi yang disebut *Goldstein self-actualization* yang bersifat *organis* (jasmania) dan *psikologis* (rohaniah). Motivasi ini menuntut kepada pemuas hidup jasmaniah serta pemuas rohaniah.
2. Motivasi kepada keamanan atau *security movie*. Motivasi ini dipandang oleh ahli psikologi sebagai yang paling asasi. Motivasi ini mengandung keinginan-keinginan yang didasarkan atas kebutuhan seseorang untuk melindungi keinginan-keinginan yang didasarkan atas kebutuhan seseorang untuk melindungi dirinya dari segala bentuk ancaman terhadap integritas dan stabilitas hidupnya. Manifestasinya adalah dalam bentuk pengindraan dari bahaya dan resiko, juga dalam sikap hati-hati atau waspada.
3. Motivasi untuk mengadakan response. Motivasi ini berbeda dengan motivasi untuk hidup aman dan tentram, karena motivasi ini timbul bilamana ada dorongan ingin mendapatkan pengalaman baru dalam hidup sekitar, baik dalam bentuk hubungan personal maupun impersonal.

---

<sup>29</sup> Arifin, *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2009), hal. 59-63

4. Motivasi yang mendorong mencari pengalaman baru adalah merupakan daya kekuatan psikologis yang membawa manusia kepada usaha pembaharuan dan perubahan.

## 5. Motivasi dan Perilaku konsumsi

Motivasi akan mempengaruhi perilaku seseorang begitu juga dalam hal konsumsi. Motivasi konsumen adalah keadaan didalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan guna mencapai suatu tujuan. Dengan adanya motivasi pada diri seseorang akan menunjukkan suatu perilaku yang diarahkan pada suatu tujuan untuk mencapai sasaran kepuasan. Jadi motivasi adalah proses untuk mempengaruhi seseorang agar melakukan sesuatu yang kita inginkan.<sup>30</sup>

Motivasi adalah hal yang menyebabkan, menyalurkan, dan mendukung perilaku manusia dalam kehidupannya. Kebutuhan dan tujuan dalam konteks perilaku konsumen mempunyai peranan yang sangat penting karena motivasi timbul karena adanya kebutuhan yang belum terpenuhi dan tujuan yang ingin dicapai. Kebutuhan dipandang sebagai salah satu penggerak dari perilaku konsumsi. Dalam hal ini berarti dapat disimpulkan bahwa motivasi akan mempengaruhi perilaku konsumsi dalam diri seseorang.

## C. *Smartphone*

### 1. Pengertian *Smartphone*

*Smartphone* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan penggunaan dan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas. Bagi beberapa orang, ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem

---

<sup>30</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen perspektif...*, hal. 27

operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik sebagaimana jadi maupun dihubung keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.<sup>31</sup>

*Smartphone* adalah telepon pintar dengan teknologi yang canggih. Perangkat *smartphone* menjadikan informasi mudah diakses dan bersifat pribadi.<sup>32</sup> Contoh dari *smartphone* adalah seperti handphone blackberry, android dan handphone pintar lainnya. *smartphone* berguna bukan hanya saja sebagai alat untuk berkomunikasi baik itu melalui pesan maupun obrolan dengan jarak yang relatif jauh, pengguna juga bisa memanfaatkan *smartphone* sebagai media untuk menghubungkan pada jaringan internet secara luas, cepat, mudah, yang tentu saja hal tersebut mempermudah pengguna dalam mencari informasi secara global baik tentang ekonomi, sosial, industri, pendidikan dan lain sebagainya.

## 2. Sejarah *Smartphone*

Ponsel cerdas pertama dinamakan *Simon*; dirancang oleh IBM pada 1992 dan dipamerkan sebagai produk konsep tahun itu di COMDEX, sebuah pameran komputer di Las Vegas, Nevada. Ponsel cerdas tersebut dipasarkan ke publik pada tahun 1993 dan dijual oleh BellSouth. Tidak hanya menjadi sebuah telepon genggam, ponsel cerdas tersebut juga memiliki kalender, buku telepon, jam dunia, tempat pencatat, surel, kemampuan mengirim dan menerima faks dan permainan. Telepon canggih tersebut tidak mempunyai tombol-tombol. Melainkan para pengguna menggunakan layar sentuh untuk memilih nomor telepon dengan jari atau membuat faksimile dan memo dengan tongkat stylus. Teks dimasukkan dengan papan ketik "prediksi" yang unik di

---

<sup>31</sup>Wikipedia, *Ponsel Cerdas*, [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) diakses tanggal 02 januari 2015.

<sup>32</sup>Muhammad Sufyan A, *Black Berry for Everyone* (Depok: E-tera, 2009), hal. Xvi.

layar. Bagi standar masa kini, Simon merupakan produk tingkat rendah, tetapi fitur-fiturnya pada saat itu sangatlah canggih.<sup>33</sup>

Handspring Pada Oktober 2001 mengeluarkan ponsel cerdas Palm OS Treo, dengan papan ketik penuh digabung dengan jelajah jejaring tanpa kabel, surel, kalender, dan pengatur daftar nama, dengan aplikasi pihak ketiga yang dapat diunduh atau diselaraskan dengan komputer.

Handspring menyajikan ponsel cerdas yang populer dipasaran Amerika dengan bergabung dengan Palm OS berbasis Visor PDA dengan jaringan telepon GSM, VisorPhone. Handspring Tahun 2002 menjual ponsel cerdas terintegasi bernama Treo; perusahaan ini bergabung karena penjualan PDA sudah mulai mati, tetapi ponsel cerdas Treo secara cepat menjadi populer sebagai telepon berfitur PDA. Pada tahun yang sama, Microsoft mengumumkan Windows CE komputer kantong OS dinobatkan sebagai "Microsoft Windows Powered *Smartphone* 2002".

Android, OS untuk ponsel cerdas keluaran tahun 2008. Android didukung oleh Google, bersama pengusaha piranti keras dan lunak yang terkemuka lainnya seperti Intel, HTC, ARM, Motorola dan eBay, yang kemudian membentuk Open Handset Alliance.

Telepon pertama yang menggunakan Android OS adalah HTC Dream, merek keluaran dari T-Mobile sebagai G1. Fitur telepon penuh, layar sentuh secara utuh, papan ketik QWERTY, dan bola jalur untuk menavigasikan

---

<sup>33</sup>Wikipedia, *Ponsel Cerdas*, [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) diakses tanggal 02 januari 2015.

halaman web. Piranti lunak cocok dengan aplikasi Google, seperti Maps, Calendar, dan Gmail, juga Google's Chrome Lite. Aplikasi pihak ketiga juga tersedia lewat Android Market, ada yang gratis ataupun dengan biaya.

Ditahun 2014 sendiri *smartphone* sudah sangat berkembang pesat dengan banyaknya produksi *smartphone* dengan kecanggihan dan keunggulan yang selalu diperbaharui yang tentunya memberikan keuntungan bagi produsen *smartphone*.

### 3. Perkembangan *Smartphone* di Indonesia

Perkembangan pasar ponsel cerdas dunia yang begitu pesat akhir-akhir ini, tidak terkecuali dengan Indonesia. Fenomena penggunaan *smartphone* di Indonesia merupakan sesuatu hal yang luar biasa dan hampir sulit dipahami dalam kondisi krisis finansial global.<sup>34</sup> Banjir ponsel cerdas dan tablet sudah mulai terasa. Derasnya permintaan pasar terhadap ponsel cerdas ini, khususnya yang menggunakan sistem operasi Android membuat para produsen semakin giat untuk berinovasi dan menggempur pasar ponsel Indonesia dengan berbagai produk. Para produsen ponsel cerdas pun mulai datang dari produsen lokal seperti Polytron dan Axioo. Mereka menyadari betapa besarnya pangsa pasar ponsel cerdas di Indonesia.

Ponsel cerdas di Indonesia sendiri memiliki segmentasi yang secara umum bisa dikelompokkan menjadi 3 kelas berdasarkan level harga dan

---

<sup>34</sup>Muhammad Sufyan A, *Black Berry for...*, hal. XIV.

spesifikasinya, yaitu: a) Ponsel cerdas kelas atas (*high-end*), b) Ponsel cerdas kelas menengah (*middle level*), c) Ponsel cerdas kelas bawah (*entry level*).<sup>35</sup>

Ponsel cerdas kelas atas merupakan ponsel cerdas yang memiliki spesifikasi perangkat keras yang sangat tinggi. Ponsel ini biasanya dilengkapi dengan fitur-fitur unggulan yang membuatnya sangat menonjol dan lengkap dalam pengoperasiannya. Selain dari sisi prosesor, memori, GPU, ukuran layar, jenis layar, dan kamera, ponsel cerdas kelas atas ini biasanya memiliki desain yang premium. Beberapa vendor ponsel cerdas yang bermain di level ini di antaranya: 1) Apple dengan produk andalannya iPhone, 2) Samsung dengan jajaran seri ponsel cerdas Galaxy S dan Galaxy Note, 3) HTC dengan seri HTC One, 4) LG dengan seri Optimus G dan L9, 5) Nokia dengan seri Lumia 9XX, 6) Blackberry dengan seri Qxx.<sup>36</sup>

Harga dari ponsel cerdas kelas atas ini bisa berkisar antara 4 juta hingga 10 juta rupiah. Harga ponsel cerdas yang memang cukup mahal ini biasanya memang memiliki fitur-fitur unggulan selain itu juga lebih terkesan bergengsi.

Ponsel cerdas kelas menengah biasanya menasar target pasar yang menginginkan ponsel cerdas canggih namun dengan harga dan spesifikasi yang lebih rendah. Level ini cukup banyak peminatnya, khususnya di Indonesia. Para pemainnya juga semakin banyak, karena produsen lokal ikut bermain disegmen ini. Seperti Samsung, Acer, LG, Nokia, Polytron, Lenovo, Asus.

Ponsel cerdas kelas *entry level* juga semakin banyak peminatnya di Indonesia. Sebagian besar porsi untuk ponsel cerdas *entry level* ini dikuasai oleh Android, karena mampu menghadirkan pengalaman ponsel cerdas dalam harga yang sangat terjangkau. Di Indonesia sendiri ponsel cerdas *entry level* ini sudah bisa diperoleh dari harga 500 ribu rupiah hingga berkisar 1 juta rupiah.<sup>37</sup>

Di Indonesia sendiri banyak masyarakat yang menggunakan *smartphone*. Tentu hal ini sangat dimanfaatkan bagi para produsen *smartphone*

---

<sup>35</sup>Wikipedia, *Ponsel Cerdas*, [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) diakses tanggal 02 januari 2015.

<sup>36</sup>Wikipedia, *Ponsel Cerdas*, [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) diakses tanggal 02 januari 2015

<sup>37</sup>Wikipedia, *Ponsel Cerdas* [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_cerdas) diakses tanggal 02 januari 2015.

dalam menjalankan usahanya. Tahun 2014 merupakan tahun yang menantang bagi produsen *smartphone*. Berbagai kejutan terjadi diantaranya perubahan market share yang awalnya dikuasai vendor-vendor besar seperti samsung dan sony, kini mereka harus berhadapan dengan pemain-pemain debutan yang lebih agresif seperti asus dan xiaomi.<sup>38</sup>

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskripsi yaitu “penelitian yang bermaksud membuat ‘penyanderaan’ secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi tertentu.<sup>1</sup> Metode yang digunakan adalah metode studi kasus dan lapang (*case study and field study research*) yang digunakan untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat-sifat serta karakter dari individu, kelompok, atau masyarakat dengan menggali fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada.

Data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata dan bukan angka, dan apabila terdapat angka-angka sifatnya hanya sebagai penunjang dalam merumuskan hasil penelitian.

#### B. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011/2012 yang menggunakan *smartphone*. Berdasarkan pendataan yang dilakukan pada tanggal 16 Januari 2015 terdapat 51 (lima puluh satu) orang pengguna *smartphone*, dengan rincian terdapat 2 (dua) prodi pada Jurusan Ekonomi Islam yaitu Prodi Ekonomi

---

<sup>1</sup> Masyuri, M.zainuddin, *Metodologi penelitian pendekatan praktis dan aplikatif* (Bandung: PT Refika Aditama,2008), hal.34.

Syariah dan Perbankan Syariah, dengan lokal yang berjumlah 3 (tiga) lokal pada saat semester VII, yaitu lokal Ekonomi Syariah VIIA, VII B dan Perbankan Syariah.

## 2. Sampel dan Teknik Sampling

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 orang dari 51 populasi yang ada. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik sampling jenuh. Sampel dikatakan jenuh jika sampel yang terpilih sudah lebih setengah dari populasi.<sup>2</sup> Dengan teknik sampel ini diharapkan data yang diperoleh akan semakin kuat.

## 3. Sumber Data

### a. Data primer

Data primer yaitu data yang peneliti peroleh dari penelitian lapangan dengan cara melakukan wawancara (*interview*) secara langsung kepada informan serta menyebarkan kuesioner (angket).

### b. Data sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan berupa informasi yang akan melengkapi data primer baik yang bersumber dari dokumen, skripsi terdahulu, litelatur, dan karya tulisan lainnya yang sudah diakui keabsahannya.

---

<sup>2</sup>Awal Isgiyanto, *teknik pengambilan sampel pada penelitian non eksperimental* (Jogjakarta: Mitra cendikia press, 2009), hal. 76.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah sebagai berikut:

a. Observasi (*Observe*)

Artinya dalam hal ini peneliti terlibat langsung dan mengamati kegiatan yang dilakukan oleh responden dalam menggunakan *smartphone*. Observasi digunakan untuk mengumpulkan data, menentukan jumlah responden dalam penelitian.

b. Wawancara (*Interview*)

Penelitian melakukan upaya dalam menghimpun data dengan cara memberikan pertanyaan kepada narasumber. Adapun bentuk yang digunakan adalah wawancara semiterstruktur yaitu pedoman wawancara yang telah disiapkan terlebih dahulu oleh peneliti yang ditujukan kepada narasumber guna menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Wawancara digunakan untuk memperoleh data tentang perilaku konsumsi mahasiswa dalam keseharian. Wawancara ini akan dilakukan kepada mahasiswa bukan pengguna *smartphone* yang dalam hal ini adalah satu orang perwakilan teman dari masing-masing lokal dan totalnya adalah sebanyak 3 (tiga) orang sebagai pendukung data penelitian.

c. Angket

Angket yaitu mengumpulkan data dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan, kemudian disebar kepada setiap responden. Angket yang digunakan adalah angket tertutup, dimana responden hanya memilih jawaban yang sudah tersedia untuk setiap item pertanyaan yang disajikan

dengan menggunakan skala Guttman guna mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ditanyakan secara tegas dalam hal ini menggunakan kata “ya-tidak”. Angket digunakan untuk memperoleh data tentang motivasi dan perilaku mahasiswa dalam menggunakan *smartphone* yang akan sebarkan kepada responden yang berjumlah 40 orang.

## 5. Definisi Judul

Perilaku konsumsi adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. *Smartphone* adalah telepon pintar dengan teknologi yang canggih. Perspektif ekonomi Islam yaitu sudut pandang dari ekonomi Islam yang berlandaskan atas syari'at Islam dengan teori yang telah dikembangkan oleh para ilmuwan.

## 6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik campuran, yaitu mengkombinasikan antara metode penelitian kuantitatif dan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan obyektif.<sup>3</sup> Dimana data-data yang telah terkumpul yang bersumber dari angket diklasifikasikan, ditabulasi dan kemudian dianalisis dengan metode deskriptif yang menggunakan norma presentase, kemudian diberi komentar-komentar dan penafsiran-penafsiran sesuai dengan arah data yang ada.

---

<sup>3</sup> Sugiyono, *metode penelitian kombinasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hal. 19

Rumus yang akan digunakan adalah korelasi presentasi yaitu:

$$P = \frac{F}{N} \times 100 \%$$

P = frekuensi yang sedang dicari persentasenya

F = angka presentase

N = jumlah frekuensi banyaknya individu

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi obyek penelitian

##### 1. Deskripsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berada dalam naungan lembaga Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dibagi kedalam dua Jurusan yaitu Jurusan Syariah dan Jurusan Ekonomi Islam. Jurusan Ekonomi Islam sendiri terbagi kedalam dua Program Studi yaitu Program Studi Ekonomi Syari'ah dan Perbankan Syari'ah.

Seiring berkembangnya perekonomian di sektor syariah yang sedang mengalami peningkatan yang pesat, tahun demi tahun jumlah mahasiswa jurusan Ekonomi Islam mengalami kemajuan yang pesat terutama dari sektor jumlah mahasiswa yang selalu meningkat dan melaksanakan perkuliahan di Jurusan Ekonomi Islam saat sekarang tercatat sebanyak 1.059 mahasiswa yang menempuh perkuliahan di Jurusan Ekonomi Islam. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam berasal dari berbagai daerah dan suku yang beragam, baik yang berasal dari dalam kota, kota kabupaten dan perdesaan dan juga terdapat mahasiswa yang berasal dari propinsi lain.

Tabel 4.1

Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Tahun 2015.

Prodi	Semeter	Jumlah mahasiswa
Ekonomi Syari'ah	II	187
	IV	153
	VI	139
	VIII	66
	<b>Sub total</b>	<b>545</b>
Perbankan Syari'ah	II	255
	IV	213
	VI	23
	VIII	23
	<b>Sub total</b>	<b>514</b>
Jurusan Ekonomi Islam	<b>Jumlah total</b>	<b>1.059</b>

Sumber : Data Jurusan Ekonomi Islam, Maret 2015

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam mendapatkan layanan dan fasilitas dari pihak fakultas dan jurusan yang dapat menunjang aktifitas maupun kemampuan mahasiswa diantaranya : 1. Bimbingan dan konseling, 2. Minat dan bakat (ekstra kurikuler), 3. Pembinaan *soft skills*, 4. Beasiswa.

Bagi mahasiswa yang aktif dibidang organisasi bisa menyalurkan minat dan keaktifannya dengan bergabung di organisasi yang terdapat di lingkungan jurusan, fakultas, serta Institut. Contoh dari organisasi mahasiswa diantaranya Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam (HMJ- EI), KSEI-SEM C, BEM Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (BEM-FSEI), BEM Institut, serta berbagai macam unit kegiatan mahasiswa

(UKM) di lingkungan IAIN Bengkulu seperti Badan Pembinaan Olahraga Mahasiswa (BPOM), KSR/PMI, PRAMUKA, Gerakan Pecinta Alam (GEMPA) dan masih banyak lagi organisasi yang bisa di ikuti oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam yang bisa memberikan pengalaman dan ilmu yang tidak terdapat di mata kuliah dan tentunya sebagai mahasiswa harus tetap bisa membagi antara organisasi dan perkuliahan agar keduanya bisa menjadikan mahasiswa yang berprestasi baik dibidang akademik maupun non akademik.

Dari sisi prestasi mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam sudah banyak yang menorehkan prestasi baik dibidang akademik maupun non akademik dalam ruang lingkup di tingkat kampus, daerah dan tingkat nasional. Prestasi tersebut diantaranya:

1. Juara I Wajah Model Populer Indonesia Tk. Nasional ke I
2. Juara I Jambore Nasional Pemuda
3. Juara I Lomba Pidato Bahasa Inggris tingkat Nasional di Ma'had al Jami'ah IAIN Palembang tahun 2013
4. Juara Putri Pariwisata 2013
5. Juara II Lomba Pidato Bahasa Inggris tingkat Nasional di Ma'had al Jami'ah IAIN Palembang tahun 2013
6. Juara I Duta Bahasa Provinsi Bengkulu 2014
7. Juara II Pidato Bahasa Inggris Antar Mahasiswa *ma'had* sesumatra 2014
8. Finalis Putri Hijab Bengkulu 2014

Dan masih banyak prestasi-prestasi lainnya yang telah ditorehkan oleh mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu dalam melaksanakan aktivitas akademik dan non akademik.

Dari segi alumni banyak mahasiswa yang telah selesai menempuh jenjang perkuliahan banyak yang bekerja maupun berwirausaha sendiri. Diketahui bahwa di antara mereka ada yang bekerja sebagai: Pegawai di Perbankan baik syari'ah (Bank Umum ataupun BPRS) juga ada yang bekerja di Bank konvensional, Pegawai di lembaga keuangan Non Bank seperti Pegadaian, Asuransi, Leasing, lembaga Zakat, Koperasi Syari'ah dan BMT, pegawai di perusahaan-perusahaan swasta, perusahaan jasa, guru agama, wiraswasta dan lain-lain.

## 2. Data Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam termasuk kedalam Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam yang terdiri dari dua jurusan yaitu Jurusan Ekonomi Islam dan jurusan syariah. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan tahun 2011/2012 yang terbagi kedalam dua Prodi yaitu Prodi Ekonomi Syariah didalamnya terdapat dua lokal yaitu lokal A dan lokal B, sedangkan Prodi lainnya yaitu Prodi Perbankan Syariah ada satu lokal.

Tabel 4.2

Jumlah Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012

No	Prodi	Jumlah Mahasiswa
1	Ekonomi Syariah lokal A	34 orang
2	Ekonomi Syariah lokal B	32 orang

3	Perbankan Syariah	23 orang
	Jumlah	89 orang

Sumber : Data Jurusan Ekonomi Islam, Maret 2015

Berdasarkan pendataan tanggal 16 Januari 2015 dari 89 terdapat 51 orang pengguna *smartphone*, dengan rincian terdapat 2 Prodi yaitu Prodi Ekonomi Syariah dan Perbankan Syariah, dengan lokal yang berjumlah 3 lokal pada saat semester VII, yaitu Ekonomi Syariah lokal VII A berjumlah 18 orang, VII B 20 orang dan Perbankan Syariah 13 orang.

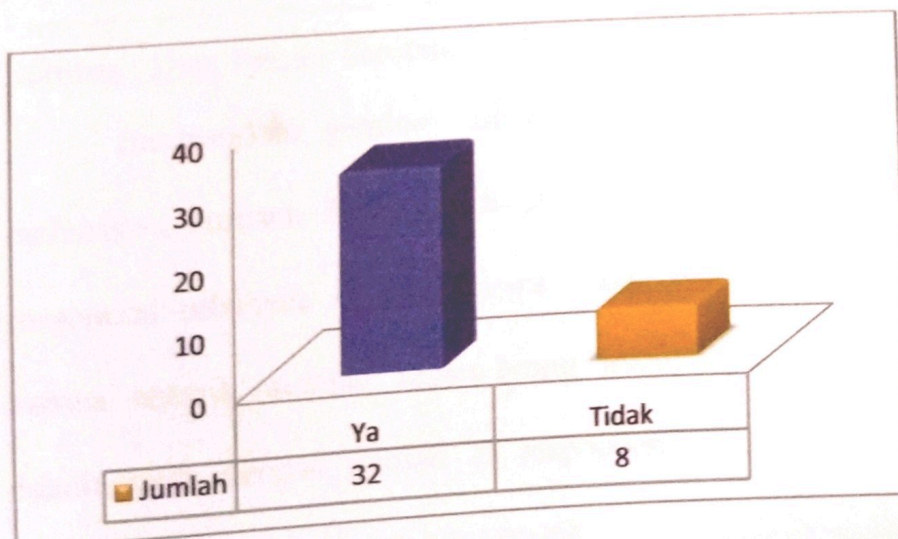
## B. Deskripsi Hasil Penelitian

### 1. Motivasi Mahasiswa IAIN Bengkulu Jurusan Ekonomi Islam Dalam Menggunakan *Smartphone*

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui ada beberapa motivasi yang mendorong mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam menggunakan *smartphone* diantaranya:

- a. Karena ingin mendapatkan rasa kepercayaan diri yang lebih dalam menggunakan *smartphone* dibandingkan dengan *handphone* biasa

Gambar 4. 1

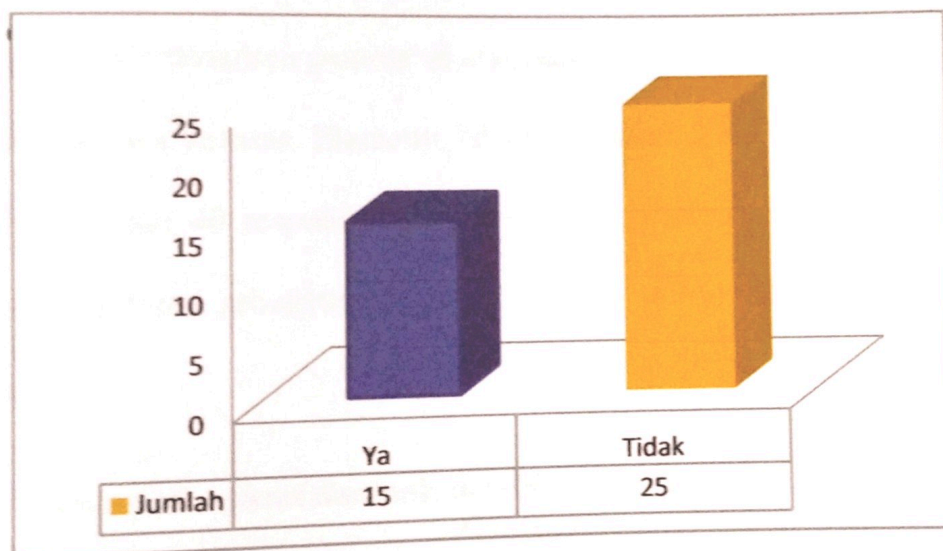


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 lebih percaya diri apabila menggunakan *smartphone* jika dibandingkan dengan menggunakan *handphone* biasa dengan jumlah 32 responden (80%), selanjutnya sebanyak 8 (20%) mengatakan tidak lebih percaya diri dari jumlah responden sebanyak 40 mahasiswa.

- b. Membeli *smartphone* karena terpengaruh teman yang mempunyai *smartphone* terlebih dahulu

Gambar 4.2

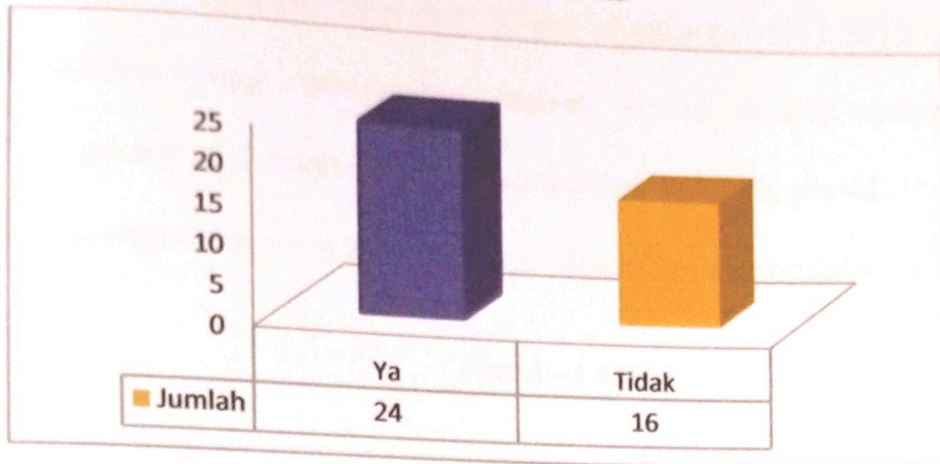


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dari jumlah responden sebanyak 40 mahasiswa alasan membeli *smartphone* bukan karena tertarik melihat teman yang mempunyai *smartphone* terlebih dahulu yaitu dengan jumlah 25 responden (62,5%) dan sebanyak 15 (37,5%) responden mengatakan tertarik.

c. Termotivasi karena sedang *trend*

Gambar 4.3

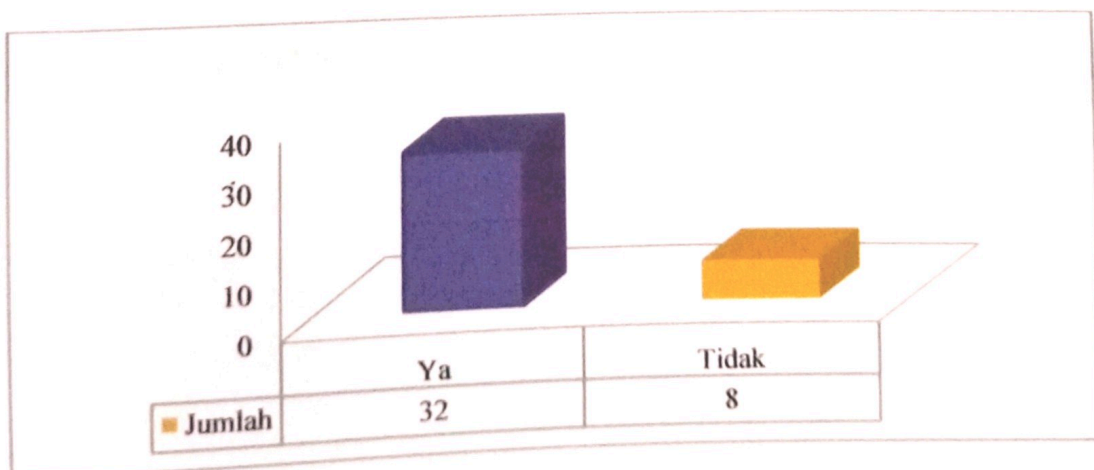


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menunjukkan bahwa dari 40 responden yang mengatakan membeli *smartphone* karena sedang *trend* sebanyak 24 (60%) dan 16 (40%) responden mengatakan tidak.

d. Akan memberikan dampak positif dalam penggunaannya

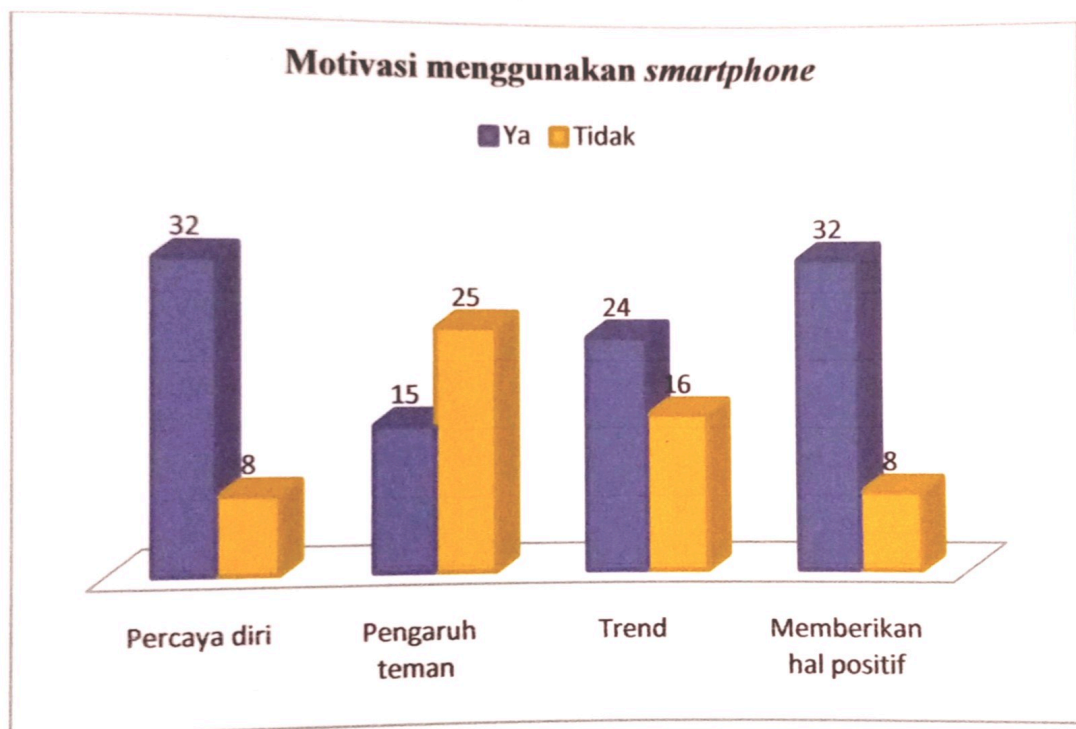
Gambar 4.4



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dari 40 responden yang mengatakan alasan utama tertarik menggunakan *smartphone* adalah karena akan memberikan hal yang positif sebanyak 32 (80%) responden serta 8 (20%) responden lainnya mengatakan tidak.

Gambar 4.5



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

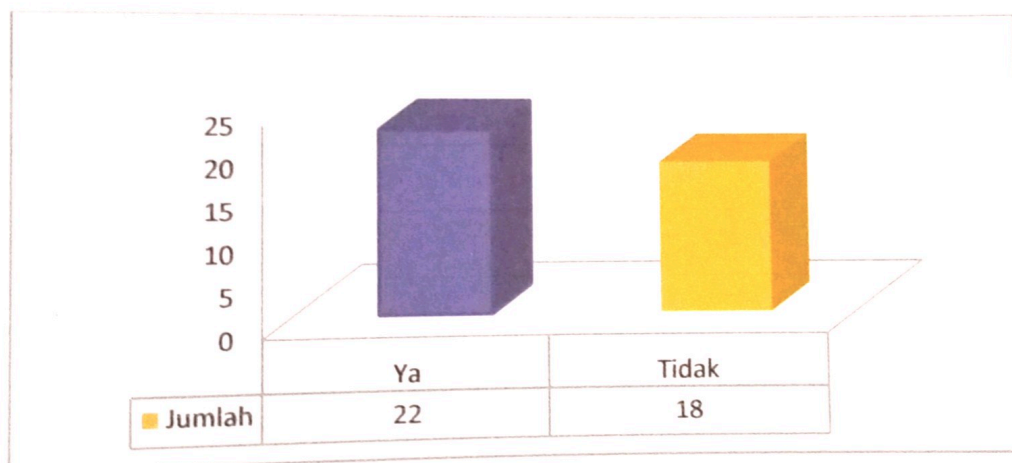
## 2. Perilaku Penggunaan *Smartphone* Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa aktivitas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* yang diwujudkan dengan perilaku-perilaku yang dilakukan dalam kegiatan kesehariannya yang terbagi kedalam perilaku yang positif dan perilaku yang negatif diantaranya:

### A. Perilaku konsumsi *smartphone* dari sisi positif

#### a. Menghindari bermain *smartphone* saat mengobrol bersama teman dan orang lain

Gambar 4.6

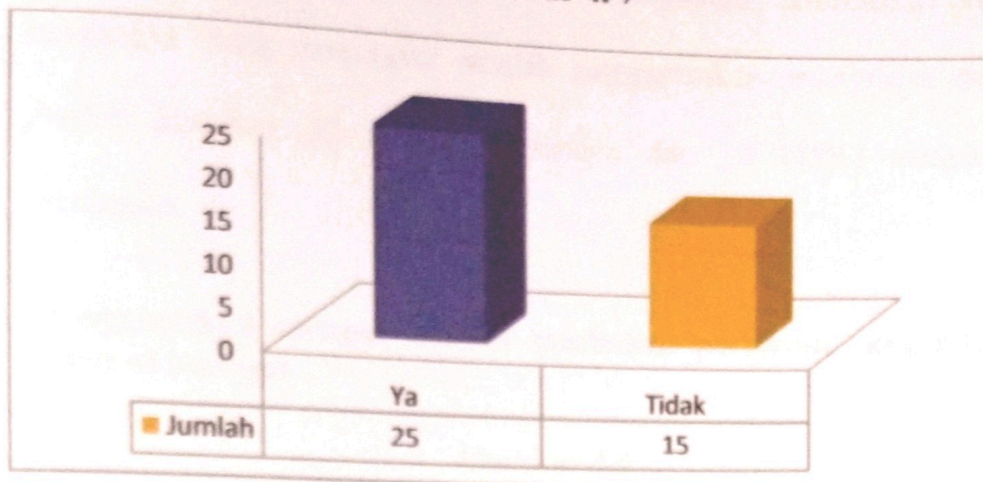


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menghindari aktif bermain *smartphone* saat sedang mengobrol dengan orang yang bersamanya. Sebanyak 22 (55%) dari 40 responden mengatakan menghindari dan 18 (45%) responden mengatakan tidak menghindari aktif bermain *smartphone*.

b. Membatasi bermain *smartphone* dari segi waktu

Gambar 4.7

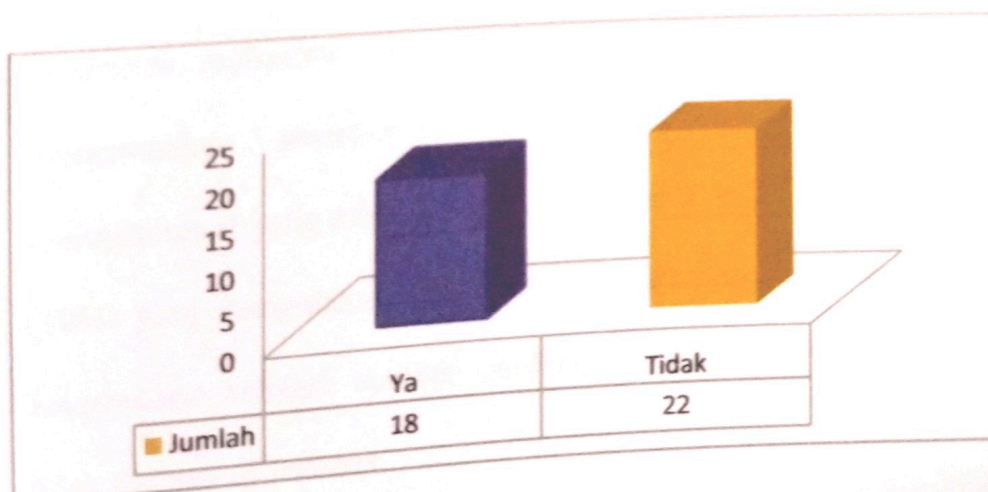


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa kebanyakan mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011/2012 membatasi dari segi waktu dalam menggunakan *smartphone*. Dari 40 responden, 25 (62,5%) mengatakan membatasi dan 15 (37,5%) tidak membatasi dari segi waktu.

c. Berdampak terhadap peningkatan prestasi belajar

Gambar 4.8

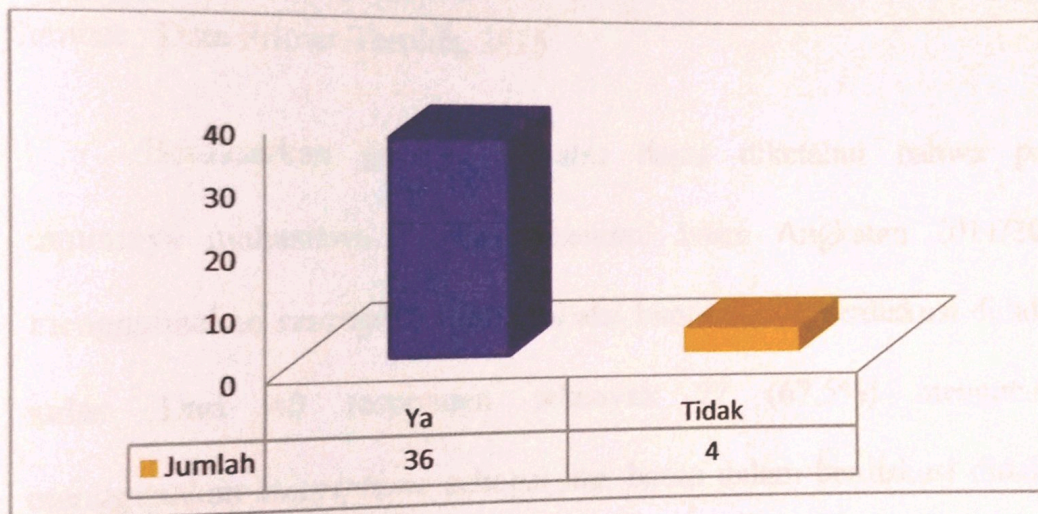


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 prestasi belajarnya tidak meningkat setelah menggunakan *smartphone* dengan jumlah jawaban 22 (55%) responden dan 18 (45%) mengatakan meningkat.

d. Menggunakan sebagai sumber tambahan pelajaran yang tidak di dapat di kampus

Gambar 4.9

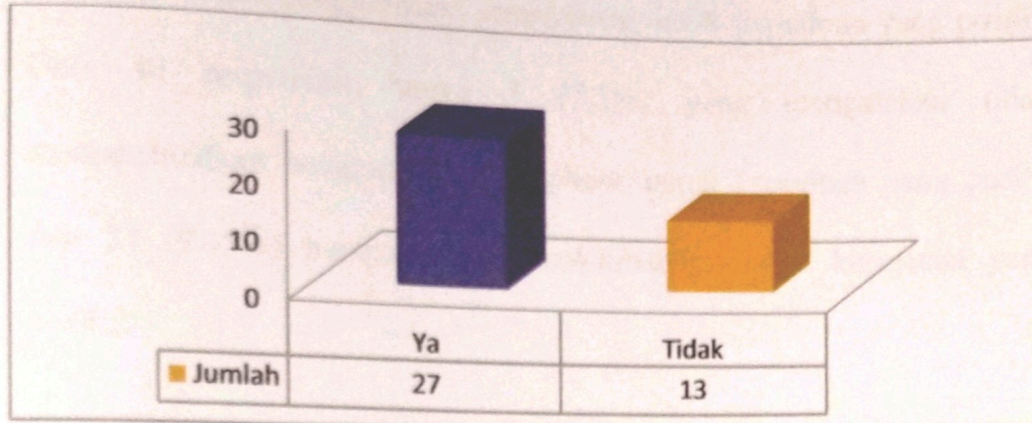


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran (pengetahuan) yang tidak didapat di kampus. Dari 40 responden hanya 4 (10%) yang mengatakan tidak dan 36 (90%) mengatakan menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran (pengetahuan) yang tidak didapat di kampus.

- e. Menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu dalam berdiskusi di kelas

Gambar 4.10

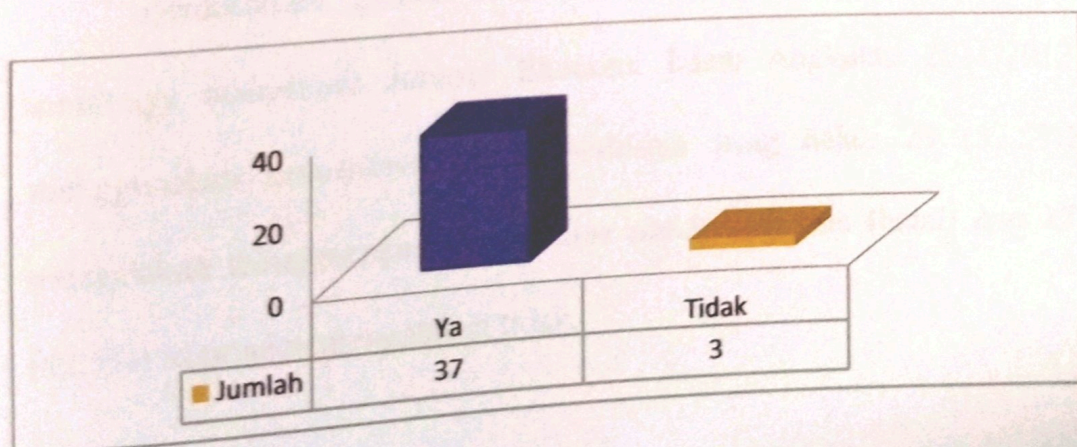


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu dalam berdiskusi didalam kelas. Dari 40 responden sebanyak 27 (67,5%) mengatakan menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu dalam berdiskusi didalam kelas dan 13 (32,5%) mengatakan tidak.

- f. Memaksimalkan penggunaan untuk keperluan yang baik

Gambar 4.11

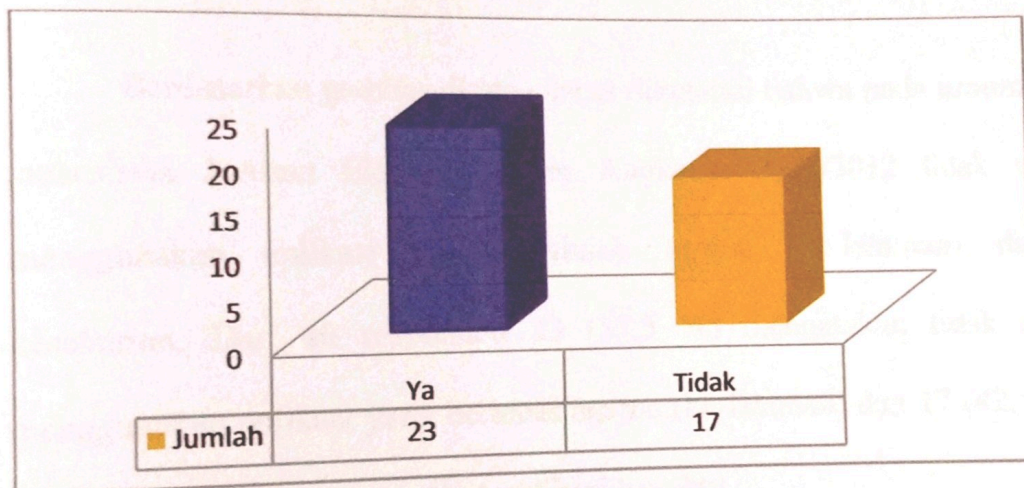


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 memaksimalkan penggunaan *smartphone* untuk keperluan yang positif. Dari 40 responden hanya 3 (7,5%) yang mengatakan tidak memaksimalkan penggunaan *smartphone* untuk keperluan yang positif dan 37 (92,5%) mengatakan memaksimalkan untuk keperluan yang positif.

**g. Menggunakan *smartphone* untuk berbisnis yang halal**

**Gambar 4.12**

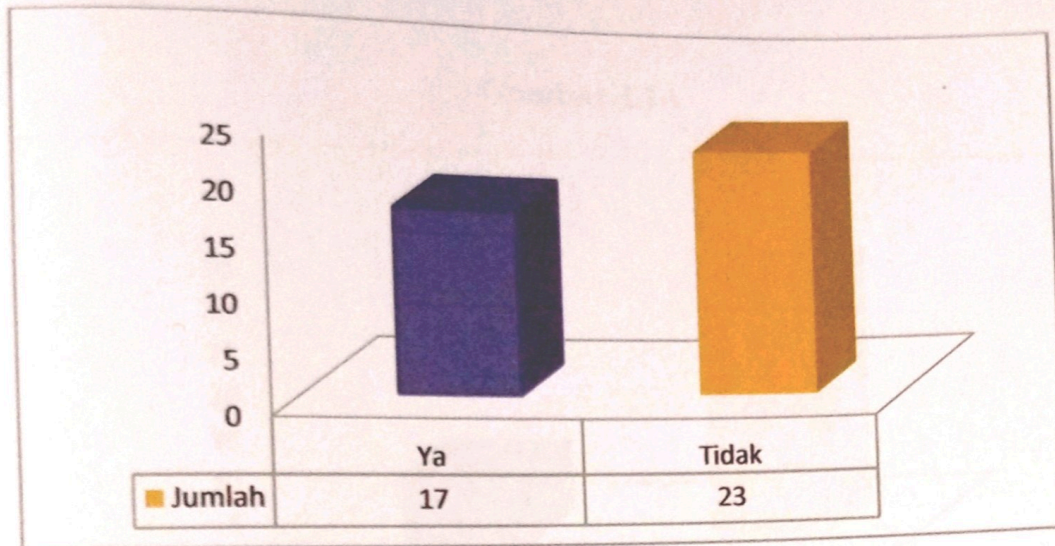


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* untuk berbisnis yang halal. 23 (57,5%) mengatakan menggunakan *smartphone* untuk berbisnis (halal) dan 17 (42,5%) responden mengatakan tidak.

### h. Aktif dalam menggunakan aplikasi yang berbasis agama

Gambar 4.13



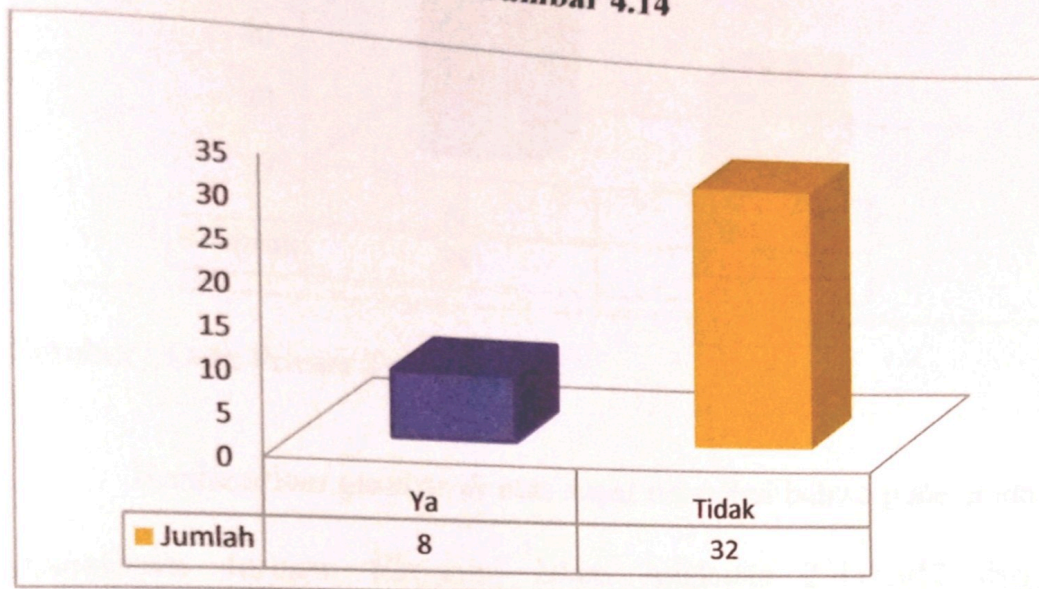
Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak aktif menggunakan aplikasi yang berbasis agama (ke-Islaman) dalam keseharian. Dari 40 responden 23 (57,5 %) mengatakan tidak aktif menggunakan aplikasi yang berbasis agama (ke-Islaman) dan 17 (42,5 %) mengatakan aktif menggunakan aplikasi tersebut.

## B. Perilaku konsumsi *smartphone* dari sisi negatif

### a. Pernah mengakses layanan atau konten yang memiliki unsur pornografi

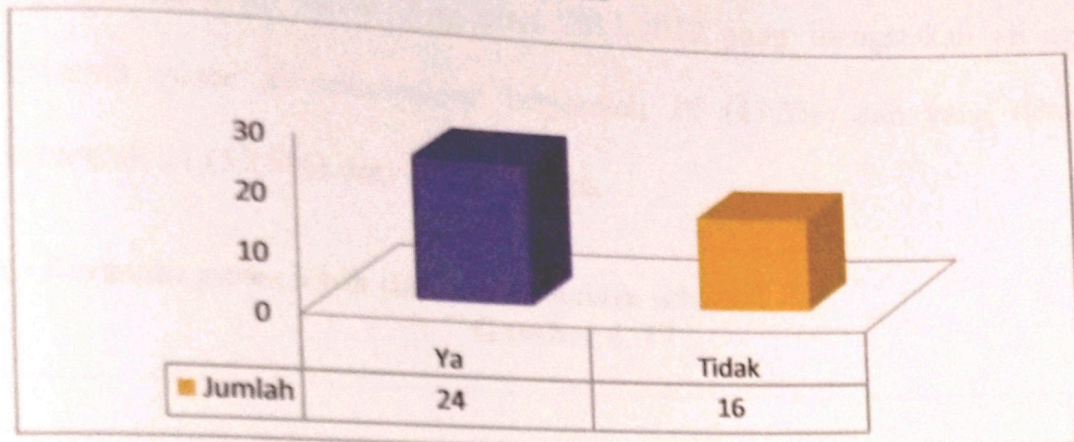
Gambar 4.14



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak pernah mengakses layanan atau konten yang memiliki unsur pornografi. Dari 40 responden 32 (80%) mengatakan tidak pernah dan 8 (20%) mengatakan pernah.

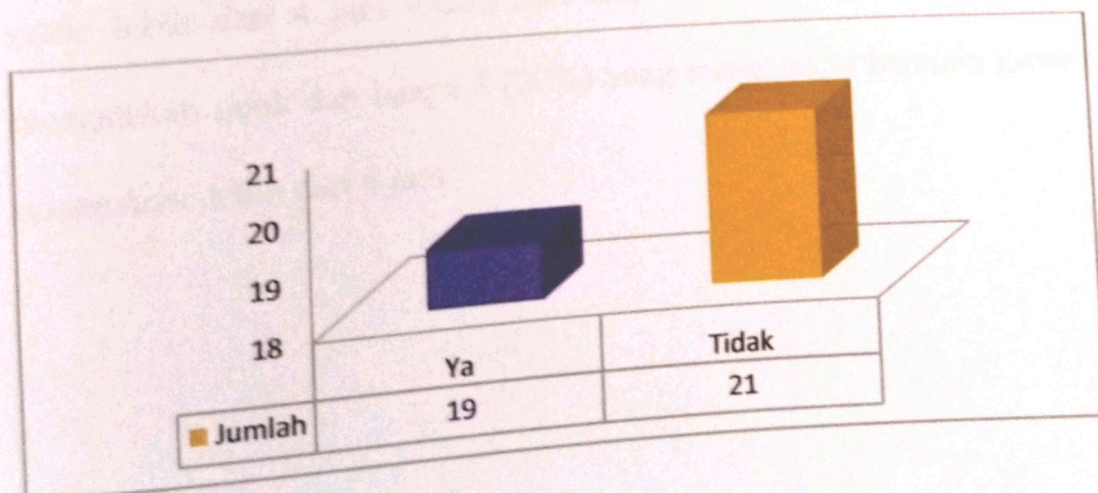
**b. Menjadi lebih boros dari sebelum mempunyai *smartphone***  
**Gambar 4.15**



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dari 40 responden sebanyak 24 (60%) responden mengatakan membutuhkan pengeluaran yang lebih (menjadi lebih boros) di bandingkan saat menggunakan *handphone* biasa saja serta 16 (40%) orang mengatakan tidak.

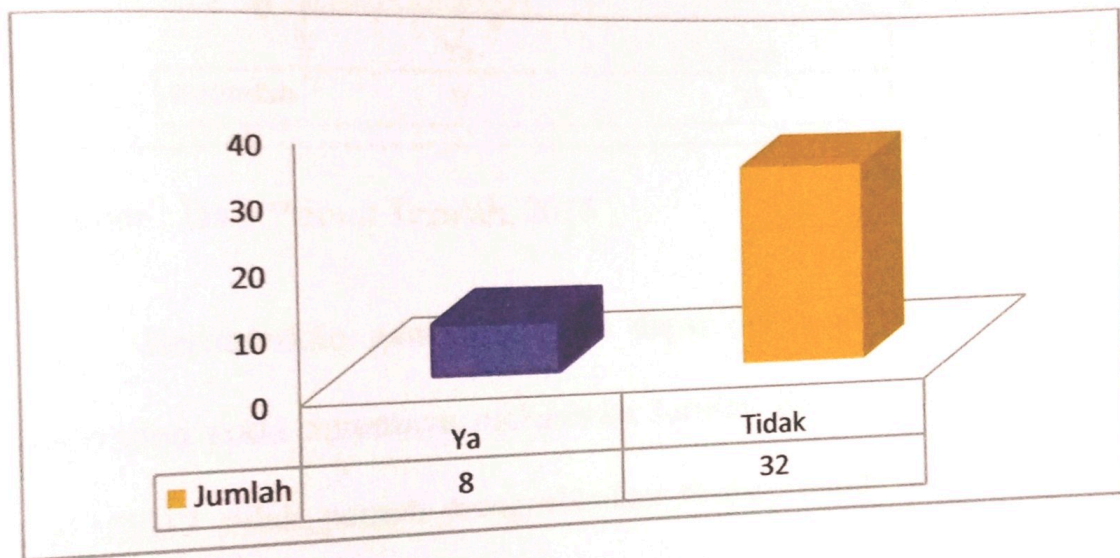
**c. Sering bermain *game* di *smartphone***  
**Gambar 4.16**



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 yang mengatakan sering bermain *game* di *smartphone* berjumlah 19 (47,5%) dan yang tidak sebanyak 21 (52,5%) dari 40 responden.

**d. Bermain *game* lebih dari 4 jam dalam sehari**  
**Gambar 4. 17**

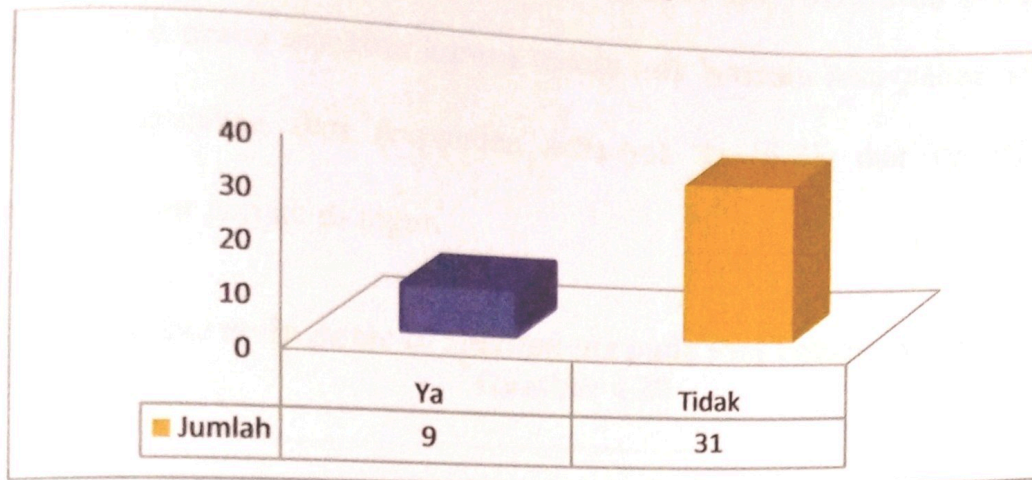


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak bermain *game* lebih dari 4 jam dalam satu hari. Dari 40 responden 32 (80%) mengatakan tidak dan hanya 8 (20%) yang mengatakan bermain *game* di *smartphone* lebih dari 4 jam.

- c. Pernah mengorbankan sesuatu dari kebutuhan lain demi memenuhi biaya operasional

Gambar 4.18

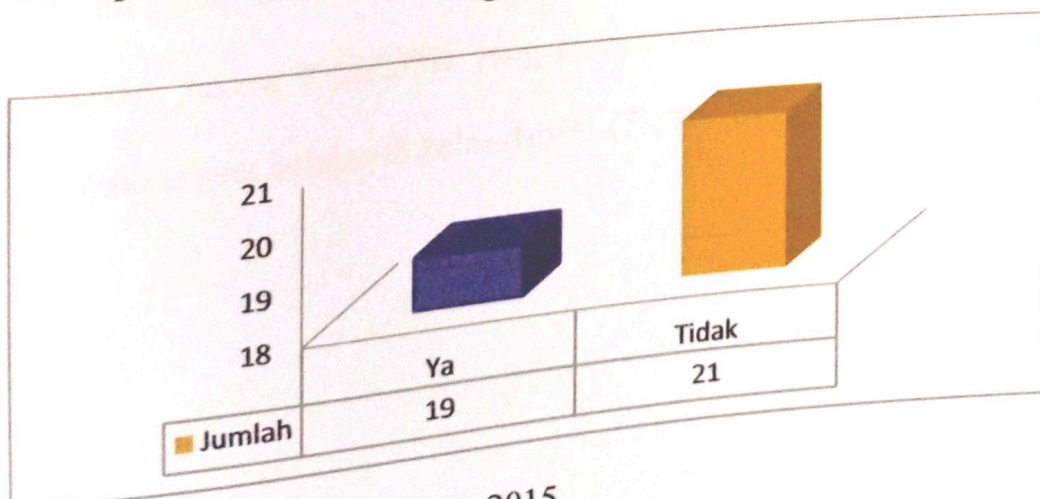


Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa dari 40 responden pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak pernah mengorbankan sesuatu untuk biaya operasional dalam menggunakan layanan yang terdapat pada *smartphone* hanya 9 (22,5%) yang mengatakan pernah dan 31(77,5%) mengatakan tidak pernah.

- f. Pernah ditegur oleh orang sekitar karena terlalu asik dengan *smartphone*

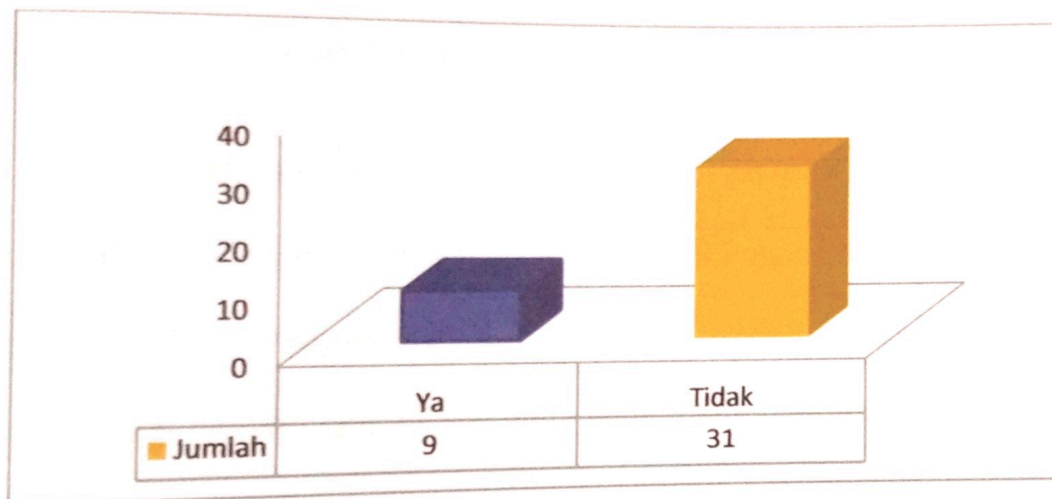
Gambar 4.19



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak pernah ditegur oleh orang disekitar karena terlalu asik bermain *smartphone* dengan jumlah jawaban dari responden sebanyak 21 (52%) dan 19 (47,5%) mengatakan pernah ditegur.

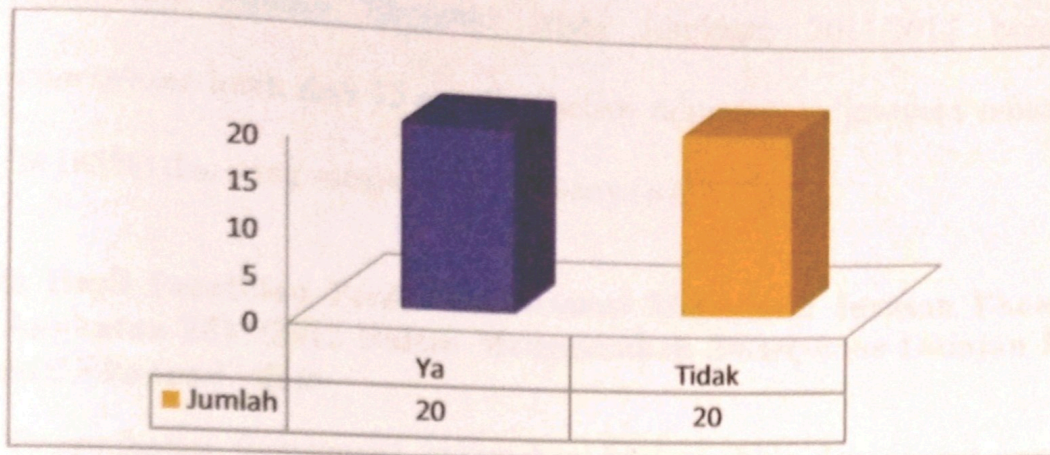
**g. Pernah bermain *game* di *smartphone* pada saat belajar di kelas**  
**Gambar 4.20**



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak pernah bermain *game* di *smartphone* pada saat sedang belajar dikelas. Dari 40 responden hanya 9 (22,5%) yang mengatakan pernah bermain *game* di *smartphone* saat belajar di kelas dan 31 (77,5%) mengatakan tidak pernah.

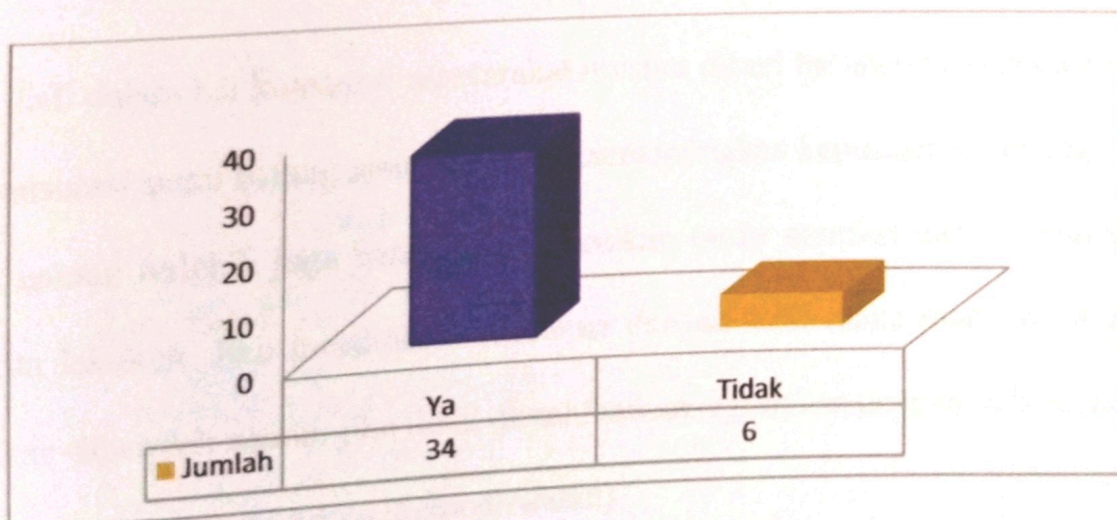
**h. Merasakan dampak negatif dalam menggunakan *smartphone***  
**Gambar 4.21**



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 yang menggunakan *smartphone* sama antara jumlah yang mengatakan merasakan dampak negatif dan yang tidak yaitu masing-masing sebanyak 20 (50%) dari responden yang berjumlah 40 mahasiswa.

**i. Bermain *smartphone* lebih dari 15 menit sebelum tidur**  
**Gambar 4.22**



Sumber : Data Primer Terolah, 2015

Berdasarkan gambar di atas dapat diketahui bahwa pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 bermain *smartphone* lebih dari 15 menit sebelum tidur dengan jawaban sebanyak 34 (85%) dan yang menjawab tidak hanya ada 6 (15 %).

### C. Analisis Hasil Penelitian Perilaku Konsumsi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 Dalam Menggunakan *Smartphone* Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam

Pemanfaatan (konsumsi) merupakan bagian akhir dan sangat penting dalam pengolaan kekayaan, dengan kata lain, pemanfaatan adalah akhir dari keseluruhan proses produksi.<sup>1</sup> Konsumsi yaitu menghabiskan dan menggunakan nilai guna suatu barang yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, konsumsi dapat berupa konsumsi suatu barang maupun konsumsi akan jasa. Bagi seorang muslim Al-Qur'an memberikan petunjuk dalam hal konsumsi Al-Qur'an mendorong agar manusia menggunakan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran untuk hal-hal yang tidak penting dan kurang bermanfaat.

Jadi dalam hal konsumsi masyarakat muslim diberi batasan-batasan dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa tidak mementingkan kepuasan, kesenangan semata namun terlebih juga harus memperhatikan unsur manfaat dari konsumsi yang kita lakukan. Jika melakukan konsumsi dengan baik maka manfaat yang besar akan diperoleh namun jika tidak dimanfaatkan/digunakan dengan baik maka akan mendatangkan keburukan (kemudharatan).

---

<sup>1</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hal. 17.

## 1. Motivasi menggunakan *smartphone*

### a. Ingin mendapatkan rasa percaya diri yang lebih ketika mempunyai *smartphone*

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 40 responden yang seluruhnya adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menunjukkan bahwa sebagian besar responden lebih percaya diri ketika menggunakan *smartphone* dibandingkan dengan menggunakan *handphone* biasa hal ini ditunjukkan dengan hasil presentase yang tinggi yaitu 80% sedangkan responden lain yang mengatakan tidak lebih percaya diri sebesar 20%. Ini berarti *smartphone* memberikan rasa percaya diri yang lebih kepada mahasiswa yang menggunakannya jika dibandingkan dengan menggunakan *handphone* biasa. Hal ini termasuk kedalam motif ekspresi diri yaitu kebutuhan untuk memproyeksikan identitas diri kepada pihak lain. Konsumen mempunyai kebutuhan untuk menunjukkan jati dirinya, dan citra dirinya kepada konsumen lain.<sup>2</sup>

### b. Terpengaruh oleh teman yang mempunyai *smartphone* terlebih dahulu

Diketahui bahwa secara umum alasan responden membeli *smartphone* bukan karena melihat teman terlebih dahulu yang mempunyai *smartphone* dengan jumlah persentase sebanyak 62,5% dan sebanyak 37,5% mengatakan membeli *smartphone* karena melihat teman yang mempunyai *smartphone* terlebih dahulu.

---

<sup>2</sup> Tatik suryani, Perilaku konsumen di era internet, (Yogyakarta: Graha Ilmu), hal. 29.

Ini berarti responden secara umum membeli *smartphone* bukan karena terpengaruh oleh teman yang menggunakan *smartphone* terlebih dahulu, hanya sebagian kecil yang terpengaruh dengan teman.

Faktor eksternal merupakan faktor yang meliputi pengaruh keluarga, kelas sosial, kebudayaan, strategi marketing, dan kelompok referensi. Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku konsumen. Kelompok ini mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertingkah laku.<sup>3</sup>

### c. Karena *smartphone* sedang *trend*

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa responden menggunakan *smartphone* karena saat sekarang sedang *trend*, ditunjukkan dengan jumlah persentase sebanyak 60% dan 40% lainnya mengatakan bukan karena sedang *trend*. Jadi *trend smartphone* dimasyarakat pada saat sekarang mempengaruhi responden untuk membeli barang tersebut.

Hal tersebut juga dinyatakan oleh tiga orang mahasiswa yaitu Dwi Mareta, dalam hal ini mahasiswa bukan pengguna *smartphone* yang mengatakan bahwa : Kebanyakan penggunaan *smartphone* dikalangan mahasiswa dikarenakan karna mengikuti *trend* saat berkembang saat sekarang.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hal. 235.  
<sup>4</sup> Dwi Mareta, Mahasiswa bukan pengguna *smartphone*, Wawancara, 15 Maret 2015.

**d. Karena *smartphone* bisa memberikan hal positif dalam penggunaannya**

Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan tahun 2011/2012 secara umum salah satu alasan tertarik menggunakan *smartphone* karena akan memberikan hal yang positif bagi dirinya dengan jumlah persentase sebanyak 80% dan 20% mengatakan bukan salah satu alasan mereka tertarik menggunakan *smartphone*. Hal positif yang bisa didapat dalam menggunakan *smartphone* antara lain bisa digunakan untuk mencari tugas kuliah, berbisnis, dan hal positif lainnya.

**2. Perilaku konsumsi *smartphone* dari sisi positif**

**a. Tidak pernah mengakses layanan yang berunsur pornografi**

Secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 berdasarkan persentase yaitu sebanyak 80% responden mengatakan tidak pernah mengakses layanan yang memiliki unsur pornografi dan sebanyak 20% mengatakan pernah. Menurut informasi yang diperoleh dari salah satu informan yaitu Masyuni yang merupakan teman dan bukan pengguna *smartphone* mengatakan bahwa : belum pernah melihat teman mengakses layanan yang memiliki unsur pornografi dengan *smartphone* yang mereka miliki.<sup>5</sup> Hal ini secara umum sudah sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu tidak menggunakan *smartphone* untuk hal kemaksiatan.

---

<sup>5</sup> Masyuni, Mahasiswa bukan pengguna *smartphone*, wawancara, 14 Maret 2015.

**b. Membatasi penggunaan *smartphone* dari segi waktu**

Diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 membatasi penggunaan dalam menggunakan *smartphone* dari segi waktu yaitu dengan jumlah persentase sebanyak 62,5% dan sebanyak 37,5% mengatakan tidak membatasinya. Jika tidak dibatasi hal ini akan memicu pada tindakan negatif seperti pemborosan.

**c. Tidak terlalu sering bermain *game* di *smartphone* yang dimiliki**

Mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 secara umum tidak sering bermain *game* pada *smartphonenya* di tunjukkan dengan 52,5% responden yang mengatakan hal tersebut, dan sebanyak 47,5% mengatakan sering bermain *game* di *smartphone*. Secara umum hal ini sudah sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu menghindari tindakan yang kurang bermanfaat seperti bermain *game*. Dari sebagian kecil tersebut memang masih terdapat mahasiswa yang sering bermain *game* pada *smartphonenya*. Berdasarkan informasi yang di dapat dari saudara Masyuni mengatakan bahwa: kebanyakan teman baik saat luang, saat kuliah , saat tidak kuliah, biasanya yang di lakukan kegiatannya tidak jauh dari bermain *game*.<sup>6</sup>

**d. Tidak lebih dari 4 jam dalam bermain *game* di *smartphone* dalam sehari**

Dari segi intensitas waktu dalam bermain *game* secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak lebih dari 4 (empat) jam dalam sehari. Hal ini didapat dari jumlah persentase yang

---

<sup>6</sup> Masyuni, Mahasiswa bukan pengguna *smartphone* , wawancara, 14 Maret 2015.

mengatakan tidak sebanyak 80% dan yang mengatakan lebih dari 4 (empat) jam terdapat 20% dari 40 responden. Hal ini sudah sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam. Bermain *game* memang sebaiknya di batasi, tidak mengorbankan waktu terlalu banyak dalam bermain game, waktu tersebut bisa lebih digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat.

**e. Menggunakan *smartphone* sebagai media untuk meningkatkan prestasi belajar**

Selanjutnya secara umum prestasi belajar diketahui bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 setelah menggunakan *smartphone* menjadi meningkat dengan hasil perhitungan angket sebanyak 55% dan sebanyak 45% mengatakan tidak meningkat. Hal ini berarti secara umum mahasiswa jurusan Ekonomi Islam angkatan 2011 menggunakan *smartphone* sebagai media untuk menambah dan menunjang prestasi belajar.

**f. Menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran**

Mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran yang tidak di dapat di kampus dengan jumlah persentase sebanyak 90% dan hanya 10% yang mengatakan tidak. Dengan demikian hal ini sudah sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam, yaitu memanfaatkan untuk keperluan yang baik yang akan mendatangkan kemaslahatan. Dengan kecanggihan dan kemudahan yang terdapat di *smartphone* maka akan sangat mudah memperoleh informasi maupun ilmu yang tidak didapat atau

diterima dikampus. Hal ini secara langsung tentu akan sangat bermanfaat bagi individu-individu yang mempunyai *smartphone* jika bisa memanfaatkan keunggulan tersebut.

**g. Tidak bermain *game* di *smartphone* saat belajar dikelas**

Pada saat sedang belajar di kelas diketahui bahwa secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak pernah bermain *game* saat sedang belajar dikelas, hanya 22,5% yang mengatakan pernah bermain *game* saat sedang belajar di kelas dari 40 responden dan sebanyak 77,5% mengatakan tidak pernah. Saat melaksanakan belajar di dalam kelas memang sebaiknya tidak boleh menggunakan atau bahkan bermain *game* karna dapat mengganggu aktivitas belajar dikelas. Hal ini berarti secara umum mahasiswa menerapkan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu tidak menggunakan untuk tindakan yang kurang bermanfaat bahkan merugikan penggunaanya, tidak bisa menerima pelajaran/ilmu dengan baik.

**h. Menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu berdiskusi di kelas**

Namun jika untuk keperluan yang mendukung kegiatan belajar di kelas seperti sebagai alat bantu berdiskusi di dalam kelas hal itu akan memberikan efek dan manfaat yang baik supaya ilmu yang didapat semakin penuh dan lebih luas sehingga dapat bermanfaat bagi dirinya pribadi maupun teman dikelas secara umum. Dari 40 responden 67,5% mengatakan menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu dalam berdiskusi dikelas dan yang tidak berjumlah 32,5%. Ini berarti secara

umum mahasiswa menerapkan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu memanfaatkan untuk kepentingan yang baik dan bermanfaat.

**i. Memaksimalkan penggunaan *smartphone* untuk keperluan yang baik**

Secara umum di sebutkan juga bahwa mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 memaksimalkan penggunaan *smartphone* untuk keperluan yang baik dengan hasil persentase 92,5% dari 40 responden dan yang mengatakan tidak hanya 7,5% saja. Penggunaan tersebut seperti yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu seperti untuk mencari tugas kuliah, sebagai alat bantu dalam berdiskusi dikelas dan sebagainya.

**j. Menggunakan *smartphone* untuk berbisnis**

Dari segi bisnis juga diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 menggunakan *smartphone* untuk berbisnis yang halal. Dari 40 responden sebanyak 57,5% mengatakan menggunakan *smartphone* untuk berbisnis dan sebanyak 42,5% mengatakan tidak menggunakan untuk berbisnis. Hal ini tentu sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu memanfaatkan untuk keperluan yang baik dalam hal ini berbisnis yang halal yang akan mendatangkan keuntungan bagi penggunanya. Dengan kemudahan dan keunggulan dari *smartphone* sangatlah membantu dalam dunia bisnis misalnya dalam segi promosi dan pemasarannya yang nantinya akan mendatangkan keuntungan bagi pelaku bisnis.

Ketiga item tersebut termasuk kedalam unsur *masalah* dalam hal konsumsi. Konsep *masalah* pada konsumen muslim sangatlah diperlukan. Dalam pengertian umum masalah adalah setiap segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik seperti menghasilkan keuntungan (kesenangan), atau dalam arti menolak atau menghindarkan seperti menolak kerusakan.<sup>7</sup>

### 3. Perilaku konsumsi *smartphone* dari sisi negatif

#### a. Tidak memahami lingkungan (cuek terhadap orang sekitar)

Dari sisi negatif pada umumnya mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak menghindari bermain *smartphone* saat sedang mengobrol dengan orang yang sedang bersamanya. Hal ini ditunjukkan dengan 55% dari 40 responden serta sebanyak 45% yang menghindari bermain *smartphone* saat mengobrol dengan teman. Hal ini juga ditegaskan dengan informasi yang didapat dari saudari Yeni Gustiarni yang mengatakan bahwa teman-teman yang menggunakan lebih cuek saat menggunakan layanan yang terdapat di *smartphone*, dan lebih memperhatikan *smartphonenya* dari pada temannya padahal kita lagi mau mengobrol.<sup>8</sup>

#### b. Menjadi lebih boros dalam hal pengeluaran

Diterangkan kembali 60% responden yang mengatakan bahwa setelah menggunakan *smartphone* mereka membutuhkan pengeluaran

<sup>7</sup> Totok Jumantoro, Samsul Munir Amin, *Kamus Ilmu Ushul Fikih*, Amzah (Sinar Grafika Offset, 2005), hal. 200.

<sup>8</sup> Yenni Gustiarni, Mahasiswa bukan pengguna *smartphone*, wawancara, 15 Maret 2015.

yang lebih (menjadi lebih boros) dibandingkan pada saat menggunakan *handphone* biasa dan hanya 40% yang mengatakan tidak. Dengan demikian secara umum hal ini belum sesuai dengan prinsip perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam karena memberikan dampak negatif yaitu menjadi lebih boros, dan Islam melarang manusia untuk berperilaku boros.

Dalam hal pengkonsumsian pendekatan kewajaran adalah salah satu hal penting, Al-Qur'anul Karim sendiri telah menggambarkan tentang metode keseimbangan yang paling penting dalam hal pengkonsumsian, misalnya seseorang seharusnya bersikap sederhana dalam menggunakan harta kekayaan; tidak menjauhinya atau memperturutkan hawa nafsu dalam kesenangan-kesenangan duniawi seperti kaum spiritual dan kaum materialis.<sup>9</sup>

**c. Mengorbankan kebutuhan lain demi kebutuhan penggunaan biaya operasional *smartphone***

Dari segi pengeluaran secara umum diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 pernah mengorbankan sesuatu untuk biaya operasional dalam menggunakan *smartphone* dari 40 responden 77,5% mengatakan pernah mengorbankan sesuatu untuk biaya operasionalnya dan sebanyak 22,5% mengatakan tidak pernah. Hal ini belum sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam. Demi biaya operasional yang dipenuhi dalam menggunakan *smartphone* rela mengorbankan suatu barang maupun uang yang

---

<sup>9</sup> Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II* (Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf, 1995), hal.24.

seharusnya digunakan untuk keperluan yang lebih penting, sesuatu yang dikorbankan biasanya berupa barang, uang yang seharusnya untuk keperluan yang lain dan sebagainya.

**d. Bermain *smartphone* lebih dari 15 menit sebelum tidur**

Selanjutnya secara umum diketahui bahwa mayoritas mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 bermain *smartphone* lebih dari 15 (lima belas) menit sebelum tidur dengan jumlah 85% dari 40 responden dan hanya 15% yang mengatakan tidak bermain *smartphone* lebih dari 15 (lima belas) menit sebelum tidur. Hal ini berarti belum sesuai dengan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam. Dengan aplikasi dan layanan seperti media sosial yaitu *facebook*, *twitter*, *line*, *youtube*, *game* dan lainnya bisa memicu terganggunya waktu jam istirahat dan dapat berakibat buruk juga dari segi kesehatan apalagi jika terlalu lama bermain *smartphone* hingga larut malam.

**e. Tidak memanfaatkan aplikasi yang berbasis agama yang bisa diakses melalui *smartphone***

Secara umum diketahui bahwa secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 tidak memanfaatkan dan menggunakan aplikasi-aplikasi yang berbasis agama hanya 42,5% yang menggunakan dan memanfaatkan aplikasi yang berbasis agama (ke-Islaman) dari 40 responden dan yang aktif menggunakan hanya sebanyak 17%. Dalam hal ini berarti mahasiswa belum menerapkan prinsip konsumsi dalam ekonomi Islam. Aplikasi maupun layanan yang berbasis Islam akan bermanfaat bagi penggunanya terlebih untuk hal keagamaan

dari pada bermain *game*, media sosial dan lainnya yang kurang bermanfaat. Di dalam *smartphone* banyak aplikasi-aplikasi yang berbasis agama yang bisa diakses *download* seperti tentang hadist, tafsir, jadwal sholat, dan lain-lain hal ini tentu akan sangat bermanfaat terutama bagi pengetahuan agama jika menggunakannya dan memanfaatkannya secara aktif dan baik namun harus tetap berpanduan kepada Al- Qur'an dan hadist.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa motivasi sebagian besar mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dalam menggunakan *smartphone* adalah karena lebih percaya diri sebagaimana yang diungkapkan oleh responden sebanyak 80%, selain itu juga adalah karena *trend* yang diungkapkan oleh 60% responden dan 80% mahasiswa memiliki motivasi lainnya yaitu karena dapat memberikan hal yang positif bagi penggunaannya.

Dari segi perilaku penggunaan, secara umum mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012 dalam menggunakan *smartphone* belum sepenuhnya sesuai dengan konsumsi dalam ekonomi Islam masih ada juga yang kurang mementingkan aspek *masalahah* dalam menggunakan *smartphone*. Namun dari sisi baiknya dalam menggunakan *smartphone* dapat disimpulkan secara umum dari 40 responden 90% mahasiswa menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran yang tidak didapat dikampus, 67% menggunakan *smartphone* sebagai alat bantu dalam berdiskusi dikelas, 57,5 % menggunakan untuk berbisnis yang halal. Disisi yang kurang baik mahasiswa diketahui juga sebanyak 77,5% pernah bermain game saat sedang belajar dikelas, 60% mengatakan membutuhkan pengeluaran yang lebih dibanding hanya saat menggunakan *handphone* biasa sebanyak 72,5% selain dari *smartphone* mereka mempunyai *handphone* yang lain. Disamping karena

memang penggunaan *smartphone* itu sendiri *handphone* dan *smartphone* yang dimiliki membutuhkan biaya operasional masing-masing, serta sebanyak 77,5% mengatakan pernah mengorbankan sesuatu demi memenuhi biaya operasional dalam menggunakan *smartphone*, selain itu juga masih terdapat sebagian kecil mahasiswa yang menggunakan *smartphone* untuk kegiatan dan kegunaan yang tidak baik seperti mengakses layanan yang berunsur pornografi, sering bermain *game* bahkan melebihi 4 jam dalam sehari, tidak membatasi penggunaan.

## **B. Saran**

1. Mahasiswa hendaknya bisa memanfaatkan dan menggunakan *smartphone* dengan cara yang baik dan bijak sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang akan membawa kepada kebaikan baik dunia maupun akhirat dan mementingkan unsur masalah dari setiap kegiatan yang dilakukan.
2. Mahasiswa hendaknya menghindari penggunaan yang tidak baik dan mengarah kepada unsur kemudharatan yang dapat merugikan bagi dirinya sendiri.
3. Bagi pihak kampus dalam hal hendaknya memberikan himbauan kepada mahasiswa dan memberikan masukan tentang cara menggunakan teknologi dengan cara yang baik dan bijak baik dalam kelas maupun saat sedang forum pertemuan dengan mahasiswa, dan memberikan teguran serta sanksi jika menggunakannya dengan cara tidak baik, seperti bermain *smartphone* pada saat jam belajar di kelas, melakukan tindakan kriminal dan lain-lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Mustaq. 2001. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka Al-kautsar
- Arifin. 2009. *Psikologi Dakwah Suatu Pengantar Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Assobar. *Al-Kitabul Akbar Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Jakarta Timur: Akbar Media
- Doni, Rama. 2014. " *Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumen dalam Membeli Barang Di Pasar Panorama Zahara Busana Kota Bengkulu*". skripsi sarjana, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
- Fauzia, Ika Yunia., Abdul Kadir Riyadi. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-syari'ah*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Hakim, lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Erlangga.
- Isgiyanto, Awal. 2009. *teknik pengambilan sampel pada penelitian non eksperimental*. Jogjakarta: Mitra cendikia press.
- Jumantoro, Totok. Samsul Munir Amin. 2005. *Kamus Ilmu Ushul Fikih*. Amzah.
- Karim, Adiwarmanto. 2010. *Ekonomi Mikro Islam edisi ketiga*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Masyuri, M. zainuddin. 2008. *Metodologi penelitian pendekatan praktis dan aplikatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Misbahul, Munir. 2007. *Ajaran-ajaran Ekonomi Rasulullah kajian Hadits Nabi dalam Perspektif Ekonomi*. Malang: Uin Malang Press.
- Nurdin, Amiur. 2010. *Islam Mazhab Swalayan*. Bandung: Ciptapustaka Media Perintis.
- Oktaviani, Felisia " *Pengaruh Konsumerisme Gadget dikalangan Mahasiswa di Daerah Sekitar Solo*". [Felisiaoktaviani.blogspot.com/2011/12/Pengaruh-Konsumerisme-gadget-dikalangan.html](http://Felisiaoktaviani.blogspot.com/2011/12/Pengaruh-Konsumerisme-gadget-dikalangan.html) 22 desember 2014
- Oktaviani, lia. 2011. " *pengaruh label halal MUI terhadap pola konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu jurusan Syari'ah*". Skripsi sarjana, jurusan Syariah fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.

- Purwanto, Ngalim. 2006. *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2011. *Ekonomi Islam*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Qardawi, Yusuf. 1997. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press.
- Qardhawi, Yusuf. 2001. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta:Gema insani.
- Rahman, Afzalur.1995. *Doktrin Ekonomi Islam Jilid II*. Yogyakarta: Dana Bakti Wakaf.
- Rianto, M.Nur., Euis Amalia. 2010. *Teori Mikro Ekonomi Suatu PerbandinganEkonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Salch, Abdul Rahma. 2004. *Psikologi suatu pengantar dalam perspektif Islam*. Jakarta: Prenada Media Kencana.
- Sarwono, Henry., Danang Sunyoto. 2014. *Pengantar ilmu Ekonomi Mikro teori dan soal*. Yogyakarta: CAPS.
- Setadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Sufyan A, Muhammad. 2009. *Black Berry for Everyone*. Depok:E-tera.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku konsumen di era internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, sukarno. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: Pustaka Setia.
- Wikipedia, Ponsel Cerdas. [http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel\\_Cerdas](http://id.wikipedia.org/wiki/Ponsel_Cerdas) (diakses tanggal 02 januari 2015).



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BENGKULU  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

I. IDENTITAS MAHASISWA

Nama : SUHARYONO  
NIM : 2113137335  
Prodi : EKONOMI SYARIAH  
Semester : VII

Judul Proposal yang diusulkan :

1. PENGARUH PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA IAIN BENGKULU
2. DI TINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM)
3. ....

II. PROSES KONSULTASI

a. Konsultasi dengan Pembimbing Akademik

Catatan: Dapat dilanjutkan

[Signature]  
M. G. G. MA

b. Konsultasi dengan Dosen Bidang Ilmu

Catatan: acc Tentukan Alat Analisis yg tepat !!!

Dosen  
[Signature]

III. JUDUL YANG DIUSULKAN

Setelah konsultasi dengan Pembimbing Akademik dan Dosen Bidang Ilmu, maka judul yang saya usulkan adalah :

Perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu dalam menggunakan Smartphone di tinjau dari perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus pada mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Semester VI)  
Benkulu, 2013

Mengetahui,  
Kajur/Sekjur

[Signature]

Mahasiswa



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BENGKULU  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

**SURAT PENUNJUKAN**

Nomor : In.16/ F.II/PP.00.9/0588b/2014

Dalam rangka penyelesaian akhir studi mahasiswa maka Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri ( IAIN ) Bengkulu dengan ini menunjuk Dosen :

1. N A M A : Dr. Asnaini, M.A  
NIP. : 197304121998032003  
Tugas : Pembimbing I
2. N A M A : Idwal B, MA  
NIP. : 19830709 200912 1 005  
Tugas : Pembimbing II

Untuk membimbing, mengarahkan, dan mempersiapkan hal-hal yang berkaitan dengan penyusunan draft skripsi, kegiatan penelitian sampai persiapan ujian munaqasyah bagi mahasiswa yang namanya tertera di bawah ini :

N A M A : Suharyono  
NIM. : 211 313 7335  
JURUSAN : Ekonomi Islam

Judul Skripsi : **PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA IAIN BENGKULU  
DALAM MENGGUNAKAN SMARTPHONE DITINJAU DARI  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA  
MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM).**

Demikian surat penunjukan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 31 Desember 2014

Dekan,

Dr. Asnaini, MA<sup>id</sup>  
NIP. 197304121998032003

Tembusan :

1. Wakil Rektor I
2. Dosen yang bersangkutan;
3. Mahasiswa yang bersangkutan;
4. Arsip.



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BENGKULU  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

nomor : In.16/F.II/PP.00.9/0595b/2015  
ampiran : -  
terihal : Permohonan Izin Penelitian Bengkulu, 8 Januari 2015

Kepada Yth,

1. Kepala Kantor Pelayanan Perizinan Terpadu (KP2T) Propinsi Bengkulu.
2. Dekan Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.

Di-

Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Sehubungan dengan penyelesaian Program Studi Sarjana S.1 pada Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2015 atas nama :

Nama : Suharyono

NIM : 211 313 7335

Fakultas/Jurusan : Syari'ah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Islam

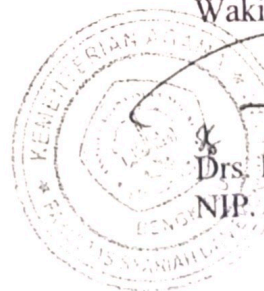
Dengan ini kami mengajukan permohonan izin penelitian untuk melengkapi data penulisan skripsi yang berjudul :

**PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA IAIN BENGKULU DALAM MENGGUNAKAN SMARTPHONE DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS PADA MAHASISWA JURUSAN EKONOMI ISLAM).**

Tempat penelitian : Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam (Jurusan Ekonomi Islam) di Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu.

Demikianlah atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terimakasih

Wassalam  
An. Dekan  
Wakil Dekan I



*Drs. H. Supardi M.Ag*  
NIP. 19650410 199303 1 007



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
BENGKULU  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Bengkulu Tlp. (0736) 51171, 51172, 51276 Fax. (0736) 51171

**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

Nomor : In.16/ F.II/PP.00.9/0310b/2015

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Drs. H. Supardi, M.Ag  
Jabatan : Wakil Dekan I  
Nip : 19650410 199303 1 007

Menerangkan bahwa :

Nama : Suharyono  
Nim : 211 313 7335  
Jabatan : Mahasiswa  
Asal Instansi : Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu

Benar-benar telah selesai melakukan penelitian di Fakultas Syari'ah dan Ekonomi Islam selama 1 (satu) bulan lebih 10 hari dari tanggal 10 Februari s.d 20 Maret 2015, dengan judul "Perilaku Konsumsi Mahasiswa IAIN Bengkulu dalam Menggunakan *Smartphone* di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2011/2012)".

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Bengkulu  
Pada Tanggal : 12 Mei 2015  
An. Dekan  
Wakil Dekan I,

Drs. H. Supardi, M.Ag  
NIP. 19650410 199303 1 007



4. Apakah alasan utama saudara/saudari tertarik menggunakan *smartphone* karena akan memberikan hal yang positif seperti mencari literatur terhadap tugas kuliah?
  - a. Ya
  - b. Tidak
5. Apakah saudara/saudari memiliki *handphone* yang lain selain dari *smartphone*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
6. Apakah saudara/saudari pernah mengakses layanan atau konten yang memiliki unsur pornografi?
  - a. Ya
  - b. Tidak
7. Apakah saudara/saudari menghindari bermain *smartphone* saat sedang mengobrol dengan orang yang sedang bersama anda?
  - a. Ya
  - b. Tidak
8. Apakah saudara/saudari selalu membatasi penggunaan dalam menggunakan *smartphone*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
9. Apakah dalam menggunakan *smartphone* saudara/saudari membutuhkan pengeluaran yang lebih dibandingkan pada saat saudara menggunakan *handphone* biasa?
  - a. Ya
  - b. Tidak
10. Apakah saudara/saudari sering bermain game di *smartphone* yang saudara/saudari punya?
  - a. Ya
  - b. Tidak
11. Apakah saudara/saudari bermain game di *smartphone* lebih dari 4 jam dalam sehari?
  - a. Ya
  - b. Tidak
12. Apakah setelah menggunakan *smartphone* prestasi belajar saudara/saudari meningkat?
  - a. Ya
  - b. Tidak
13. Apakah saudara/saudari pernah mengorbankan sesuatu untuk biaya operasional dalam menggunakan layanan yang terdapat pada *smartphone*?
  - a. Ya
  - b. Tidak
14. Apakah saudara/saudari menggunakan *smartphone* sebagai sumber tambahan pelajaran yang tidak didapat di kampus?
  - a. Ya
  - b. Tidak

## PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Suharyono  
 NIM : 211 313 7335  
 Fak/Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam/Ekonomi Islam  
 Prodi : Ekonomi Syariah  
 Judul Skripsi : Perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu dalam menggunakan *smartphone* ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (studi kasus pada mahasiswa Jurusan ekonomi Islam)








1. Bagaimana persepsi saudara/saudari tentang mahasiswa yang menggunakan *smartphone*?
2. Bagaimana menurut saudara/saudari tentang perilaku mahasiswa (teman anda) dalam menggunakan *smartphone*?
3. Menurut anda apa motif teman anda dalam membeli dan menggunakan *smartphone*?
4. Apakah saudara/saudari sering melihat dan mendapatkan teman anda mengakses layanan yang berunsur pornografi?
5. Apakah saudara/saudari sering melihat teman anda terlalu asik menggunakan layanan yang terdapat pada *smartphone* seperti game dan lainnya?
6. Menurut saudara/saudari apakah penggunaan *smartphone* yang dilakukan teman anda lebih memberikan hal positif atau negatif?
7. Apakah saudara/saudari pernah melihat teman anda bermain *smartphone* saat sedang belajar dikelas?
8. Apakah teman anda bermain *smartphone* saat sedang mengobrol/berbincang dengan orang lain?
9. Apa reaksi saudara/saudari saat anda berkumpul dengan teman anda dan teman anda terlalu sibuk dengan *smartphone* nya?
10. Menurut saudara/saudari apakah *smartphone* di kalangan mahasiswa sudah menjadi suatu kebutuhan?

# CATATAN PERBAIKAN BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA  
NIM  
URUSAN  
JUDUL SKRIPSI

: SUMARYONO  
: 211 313 7335  
: EKONOMI ISLAM  
: PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA LAJIM BEKING  
KULU DALAM MENGGUNAKAN SMARTPHONE  
DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
: IDWAL B.M.A

NAMA DOSEN PEMBIMBING II  
NIP









No	Tanggal	PERMASALAHAN	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1.	10 Januari 2015	Masih banyak pengantian yang salah	- disesuaikan dengan Bjaran yang benar dan penempatan paragraf disesuaikan.	
2.	16 Januari 2015	Masih banyak keterlambatan penulisan yang belum sesuai dengan pedoman skripsi	- Sesuaikan dengan pedoman skripsi yang ada	
3.		Tambahkan kajian teori di Bab II	tambahkan mengenai Deskripsi Mahasiswa	
4		<del>Daftar isi</del>	Perbaiki Daftar isi	
5		nama surat pada Aji terjemahan	di buat surat dan ayat setelah aji dari ayat tersebut	
6		Penulisan cover	di sesuaikan dengan pedoman	
7		Penulisan Bab	di buatkan setelah Bab dan sub bab	

## CATATAN PERBAIKAN BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA  
JIM  
URUSAN  
UDUL SKRIPSI

: SUHARYONO  
: 211 313 7335  
: EKONOMI ISLAM  
: PERILAKU KONSUMSI MAHASISWA IAIN BENGKULU DALAM  
MENGUNAKAN SMARTPHONE DITINJAU DARI PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM  
: Dr. ASNUNNI, MA

NAMA DOSEN PEMBIMBING I  
VIP

No	Tanggal	PERMASALAHAN	SARAN PEMBIMBING	TANDA TANGAN PEMBIMBING
1	09 Februari	Bab I - Bab III	di perbaiki sesuai saran & teks	
2	11 Februari 2015	Bab I - Bab III	perbaiki cara penulisan abstrak dan pedoman wawancara	
3	14-04-15	Bab I - Bab III	Perbaiki sesuai saran & teks & diseksi	
4	15-04-15	Bab IV - V	lihat & teks skripsi	
5	21-04-15	Bab I - V	lihat & teks skripsi	
6	27-04-15	Bab I - V	ACC, lengkapi halaman depan & lampiran	
7	28-04-15	Halaman Depan & lampiran	ACC	
8	30-04-15	Halaman Depan	-di perbaiki sesuai saran	
9	04-05-15	Acc	- Acc	