BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan judul

Untuk menghindari adanya diversitas pemahaman terhadap judul skripsi diatas, maka pada bagian ini penulis akan membatasi dan menjelaskan beberapa istilah kunci yang dipakai dalam judul skripsi sebagaimana tersebut diatas.

1. Ketaatan beragama

Ketaatan berarti kepatuhan, kesetian dan kesalehan. Beragama berasal dari kata dasar "agama" yang berarti segenap kepercayaan (kepada Tuhan) serta dengan ajaran kebaktian dan kewajiban-kewajiban yang bertalian dengan kepercayaan itu, sedang beragama artinya memeluk, menjalankan dan beribadat.

Dari pengertian diatas maka "ketaatan beragama" dalam hal ini diartikan sebagai kepatuhan pada perintah agama dengan kewajiban-kewajiban yang telah diperintahkanNya, yaitu berupa pelaksanaan sholat fardhu dan syarat serta rukunya.

2. Perilaku Konsumtif

Kata konsumtif sebagai kata sifat yang berarti boros, perilaku konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan. Dalam arti yang lebih luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas. Juga dapat dikatakan sebagai gaya hidup yang bermewah mewah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas. Juga dapat dikatakan sebagai gaya hidup yang bermewah mewah.

Dalam penelitian ini perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk menkonsumsi barang-barang yang sebernanya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal dengan suka membeli sepatu yang baru, tas dan pakain yang belum dibutuhkan, dan suka menghabiskan dan menghamburkan uang.

3. Remaja

Remaja adalah suatu masa dari umur manusia yang paling banyak mengalami perubahan, sehingga membawanya pindah dari masa anak-anak menuju masa dewasa. Perubahan yang terjadi itu meliputi segala segi kehidupan manusia yaitu jasmani, rohani dan sosial.....perubahan itu disertai atau diiringi oleh perubahan lain yang berjalan pada umur 20 tahun, karena itulah masa remaja dapat dianggap terjadi antara 13-20 tahun. [1]

Dari pengertian remaja diatas remaja yang dimaksud adalah siswa-siswi Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin kodya Pekaalongan, dari siswa-siswi kelas I sampai kelas III tahun ajaran 2004/2005.

B. Latar belakang.

Perkembangan pesat arus informasi di media massa baik media cetak maupun media elektro, menjadi ajang untuk menawarkan produk-produk yang dihasilkan produsen. Apalagi dengan berkembangnya tekhnologi yang semakin canggih sehingga semakin menambah daya tarik media massa sebagai sarana

[1] Zakiah Drajat, *Prolema Remaja Indonesia*, Jakarta: Bulan Bintang,1978,hal.35-36.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

untuk berpromosi produk atau barang untuk menarik konsumen. Media TV di Indonesia, sebagai salah satu sarana promosi yang paling efektif mengalami perkembangan yang sangat cepat dan memberi dampak yang kuat pada perubahan tata nilai, perilaku dan budaya masyarakat.

Pesan promosi yang ditampilkan oleh media televisi mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan promosi lainya yaitu memungkinkan terjadinya visualisasi pesan dan gambar sehingga semakin menarik produsen untuk memanfaatkanya sebagai promosi yang tentunya juga tidak lepas dari perkembangan dunia periklanan yang selalu berupaya menciptakan iklan - iklan yang inovatif, kreatif dan kontruktif bagi image masyarakat tentang produk yang di iklankan. Kalau kemudian masyarakat sebagai objek promosi terpengaruh dan melakukan kegiatan konsumtif berarti pesan yang disampaikan dari kegiatan promosi adalah berhasil dan pihak produsen selalu berusaha menciptakan permintaan konsumsen dari masyarakat dengan menawarkan barang atau jasa yang baru ataupun menyempurnakan barang yang lama dengan mengubag sedikit bentuk atau model.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Pembelian dan pemakaian produk yang ditawarkan oleh produsen bukan semata mata untuk memenuhi kebutuhan hidup tetapi sering didorong oleh keinginan yang kurang berguna seperti untuk mengikuti mode, kenaikan prestise, menjga gengsi dan alasan lain yang kurang penting. Adanya pola konsumsi yang lebih dipengaruhi oleh faktor emosional tanpa pertimbangan rasional ini memgindikasikan munculnya perilaku konsumtif. Dikatakan konsumtif apabila

seseorang membeli sesuatu tanpa didasarkan pada kebutuhan (***need***) tetapi lebih pada keinginan (***want***) yang berlebihan.

Meskipun memang ada perubahan pada pola konsumsi pada hampir semua golongan, perubahan ini tidak sama cepatnya, sebagian kecil masyarakat terlihat lebih cepat merespon dengan kondisi dunia yang semakin materialis sehingga pola pola konsumtif lebih cepat. Gaya hidup konsumtif dalam masyarakat yang sebagian besar masih dalam taraf hidup pas-pasan dapat mengurangi solidaritas sosial yang menimbulkan kecemburuan sosial. Gejala mengkonsumsi bermacam–macam produk secara berlebihan tampaknya kini telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat terutama di kota-kota besar. Gejala ini muncul sebagai sebuah gelombang yang tidak hanya melanda kelompok masyarakat yang mempunyai daya beli tinggi, tetapi juga kelompok masyarakat golongan menengah kebawah, sehingga mendorong munculnya produk-produk tiruan dari sejumlah merek produk terutama untuk disesuaikan dengan daya beli mereka.

Permasalahan yang terjadi adalah berkembangnya suatu anggapan bahwa prestise itu identik dengan kualitas hidup yang tampaknya ditumbuhkan oleh produsen melalui iklan yang memikat. Produsen memanfaatkan naluri keserakahan manusia yang menjadi pihak konsumen dengan cara menggoda manusia untuk membeli dan membeli melalui rangsangan produk terbaru yang lebih menjanjikan kepuasan.[2]

Masa remaja adalah masa transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan

---

[2] M. Thoyibi, *Pola hidup konsumtif, Prestise dan eksternalisasi kualitas hidup.* Akademika no. 01 th XIII, Surakarta: Muhammadiyah University Press, 1995, hal 21.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

perilaku yang sejajar dengan perubahan fisiknya. Remaja sangat mudah untuk dipengaruhi oleh faktor luar seperti keluarga, lingkungan pergaulan dan teman sekolah. Sifat - sifat inilah yang menyebabkan remaja dianggap sebagai sasaran pasar yan paling menguntungkan.

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang *in*. Remaja dalam perkembangn kognitif dan emosinya masih memandang bahwa atribut yang superfisial itu sama penting (bahkan lebih penting) dengan subtansi. Apa yang dikenakan artis yang menjadi idola para remaja menjadi lebih penting (untuk ditiru) dibandingkan dengan kerja keras dan usaha yang dilakukan artis idolanya itu utuk sampai pada kepopulerannya.

Agama meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri seseorang. Konsep moral dari agama inilah yang menjadi determinan tunggal dalam menentukan sikap dan perilaku.

Menurut Drajat keyakinan beragama menjadi bagian integral dan kepribadian seseorang. Keyakinan itu untuk mengawasi segala perkataan, tindakan bahkan perasaannya. Pada saat seseorang tertarik pada sesuatu yang tampaknya menyenangkan, maka keimanannya akan bertindak menimbang dan

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak boleh menururt agamanya.[3] Agama yang mempunyai peranan penting dalam pembinaan moral apabila dihadapkan pada suatu dilema, seseorang akan memggunakan pertimbangan – pertimbangan nilai - nilai moral yang berasal dari nilai agama. Dimana pun orang itu berada dan pada posisi apa pun dia akan memegang prinsip moral yang telah tertanam dalam hati nuraninya. [4]

Oleh karena itu ketaatan beragama yang terinternalisasi dalam diri seseorang diharapkan mampu menuntun semua perilaku dan amaliyahnya. Permasalahan yang ada dalam kehidupan beragama sekarang ini adalah bahwa agama sedang mengalami pencintaan signifikan dalam kehidupan manusia dan tunduk pada kepentingan – kepentingan manusia. Kondisi inilah yang mungkin menjadi salah satu pemicu terjadinya krisis sosial moral termasuk didalamnya yaitu perilaku konsumtif pada remaja. Asumsi bahwa remaja kurang dapat mengontrol yang bersifat keagamaan, dimana agama meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri seseorang yang menentukan sikap dan perilakunya. Padahal dengan pemahaman dan penghayatan dan ketaatan beragama yang baik akan membuat seseorang cenderung lebih rasioanal dalam menentukan pola konsumsi, sejak dari kebutuhan dasar yang pokok ke kebutuhan lanjutan sesuai dengan kemampuan ekonominya. [5]

Ternyata arus globalisasi dewasa ini, menimbulkan gejala konsumtivisme dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Berbagai dampak keresahan sosial dapat

---

[3] Z. Drajat, *Peranan agama dalam kesehatan mental*. Jakarta: Gunung Agung, cet.III 1973, hal. 57.

[4] Z. Drajat, *Ilmu jiwa agama*. Jakarta: PT Bulan Bintang, 1970, hal. 85.

[5] Nurhandiantomo, *Perubahan pola konsumsi masyarakat: Komersialisasi gaya hidup*. Akademika,no 01 th XIII,Surakarta: Muhamadiyah University press,1995,hal.18

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

timbul karena adanya pengaruh konsumtivisme. Remaja yang termasuk bagian dari masyarakat juga terkena pengaruh globalisasi tersebut. Dampak negatif ini disebabkan oleh kecenderungan para remaja untuk saling berlomba mengejar kesenangan hidup sehinga menghalalkan segala cara untuk mencapai maksud tertentu. Produk yang dipandang sebagai lambang status dikalangan remaja mempengaruhi kebutuhan dan sikap hidup mereka.

Remaja dalam hal ini siswa siswi MA Ribatul Muta'llimin kodya Pekalongan yang secara geografis dekat dengan keramaian kota, jelas ini akan lebih mudah dan cepat untuk dipengaruhi secara pergaulan. Untuk itu sebagai sekolah swasta keagaamaan yang mengajarkan ilmu-ilmu agama lebih banyak dibandingkan dengan sekolah umum lainya minimal pemahaman keagamaanyapun diharapkan mampu membentengi diri dari hal-hal yang kurang baik. Fenomena siswa-siswi yang cenderung memakai pakaian yang bagus, suka jalan-jalan ke mall, ini nampaknya mulai mengejala. Hal ini tentunya kurang adanya penghayatan dan amaliyah ajaran agama yang mereka pelajari.

C. Rumusan Masalah.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah di atas, ada beberapa pokok permasalahan yang penulis rumuskan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Sejauhmana pelaksanaan ibadah sholat fardhu dengan syarat dan rukunya pada siswa siswi Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin ?
2. Bagaimana gambaran perilaku konsumtif pada siswa-siswi MA Ribatul Muta'allimin ?

3. Apakah ada hubungan antara pelaksanaan ibadah sholat fardhu dengan syarat danrukunya dan perilaku konsumtif pada siswa-siswi MA Ribatul Muta'allimin Kodya Pekalongan ?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui sebjauhmana pelaksanaan sholat fardhu dengan syarat dan rukunya pada siswa-siawi MA Ribatul Muta'llimin
2. Untuk mengetahui perilaku konsulmtif pada siswa-siswi MA Ribatul Muta'llimin.
3. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara pelaksanaan ibadah sholat fardhu dengan syarat dan rukunya dengan perilaku konsumtif.

E. Kegunaan dan Manfaat penelitian.

Penelitian ini secara teoritis diharapkan berguna untuk menambah khasanah pemikiran tentang ketaatan beragama pada remaja dan hubunganya dengan perilaku konsumtif, secara praktis penelitian ini dapat dijadikan inspirasi dan rujukan dalam membina remaja disekolah – sekolah,terutama sekoalh MA Ribatul Muta'llimin.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

F. Kerangka Teori

F.1.Tinjauan tentang ketaatan beragama

a. Pengertian ketaatan beragama

Dalam kamus umum bahasa indonesia karangan poerwadaeminto istilah ketaatan beragama berarti patuh pada perintah Tuhan dan disertai menjalankan kewajiban-kewajiban yang telah diperintahkanNya.

Sebagai hamba Allah SWT kita sebagai manusia diwajibkan untuk senantiasa taat kepada perintah dan menjauhi laranganNya. Ketaatan tersebut harus dilaksanakan oleh setiap umat manusia di bumi, agar kelak mampu mencapai kebahagian dunia dan akhirat. Hal ini diperintahkan sesuai dengan firman Allah dalam surat Ad Dhariyat ayat 56, [6] yaitu:

وما خلقت الجن والانس الا ليعبدون (الذرية : 56)

Artinya: " Dan tidak Aku ciptakan jin dan manusia kecuali untuk menyembah kepadaKu. "

Dari ayat diatas jelas sekali disebutkan bahwa manusia diwajibkan untuk menyembah Allah sebagai kholiqnya.Maksud menyembah disini adalah senantiasa menjalankan apa yang diperintah dan menjauhi larangNya. Orang yang mampu seperti itu disebut sebagai orang yang beragama,dimana inti dari agama adalah iman.Jadi yang dimaksud beragama adalah beriman.[7]

Menurut Glock dan Stark (Roberston: 1988) Bahwa agama adalah sistem keyakinan,sistem nilai,sistem perilaku yang terlembagakan,yang semua itu berpusat pada persoalan yang dihayati sebagai hal yang paling maknawi.[8]

b. Dimensi-dimensi keagamaan

Menurut Glock dan stark ada 5 dimensi keagamaan,[9] yaitu:

1. Dimensi keyakinan (Teologis)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[6] Departemen Agama RI,*Al Qur'an Dan terjemahan*,Semarang: Mas inti,1992,hal.863.
[7] Ahmad Tafsir, *Metodologi pengajaran agama Islam*,Bandung: Rosda Karya,hal. 124.
[8] Djamaludi Ancok dan Fuad N.S,.*Psikologi Islam*,Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995,hal.76
[9] Ibid,hal.26

Adalah mengakui kebenaran doktrin-doktrin tersebut,dimana menurut setiap pemganutnya untuk taat. Misalnya percaya pada Tuhan, Malaikat, Rasul, hari akhrat.

2. Dimensi Praktik

Adalah perilaku pemujaan, ketaatan, dan hal-hal yang dilakukan orang untuk menunjukkan komitmen terhadap agamanya. Misalnya membaca syahadat, sholat, puasa, haji.

3. Dimensi Pengalaman

Yaitu suatu peristiwa peribadatan yang disandarkan pada pengalaman pelaku. Misalnya adalah terkabulnya do'a yang diminta.

4. Dimensi Pengetahuan

Adalah mengacu pada harapan orang-orang yang beragama yang memiliki sejumlah minimal pengetahuan mengenai dasar-dasar keyakinan, ritus-ritus kitab suci, tradisi. Misalnya kegiatan membaca Al Qur'an (kitab suci).

5. Dimensi konsekuensi

Adalah mengacu pada identifikasi akibat keyakinan keagamaan, praktik, pengalaman dan pengetahuan dari hari ke hari. Misalnya melakukan pencurian adalah perbuatan dosa.

c. Ibadah sholat fardhu dengan syarat dan rukunya

Dalam hal ketaatan beragama, remaja menerima pengalaman beragama dari masa lalu atau waktu kanak-kanak dari orang tua, guru melalui penglihtan, penginderaan dan pendengaran maupun dari pendidikan yang remaja terima. Jadi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dalam hal ini tingkat ketaatan pada remaja dapat diukur dengan menggunakan dimensi praktik (ritual), ideologis (keyakinan), dan pengalaman. Ketiga dimensi ini meliputi pelaksanaan ibadah shalat fardhu dengan syarat dan rukunya.

1. Ibadah sholat

Menurut Nazarudin Rozak dalam bukunya yang berjudul "Dienul Islam" menjelaskan bahwa menurut bahasa sholat adalah Do'a sedang menurut istilah artinya sistem ibadah yang terdiri dari perkataan dan perbuatan yang diawali dengan takbir dan diakhiri dengan salam bersyarat pada syarat dan rukun tertentu.

Hukum kewajiban melaksanakan sholat diantaranya terdapat dalm surat An- Nisa' 103. Sejak kecil anak haruslah dibiasakan untuk melakukan sholat meskipun bagi mereka ibadah ini belum merupakan kewajiban hanya untuk latihan supaya menjadi suatu kebiasan yang baik, sehingga seharusnya anak disuruh mengerjakan shalat diusia 7 tahun dan jika tidak mau mengerjakan maka anak boleh dipukul sebagai pengajaran apabila telah berumur 10 tahun. Hal ini dilakukan supaya anak terlatih dan terbiasa untuk mentaati apa yang menjadi kewajiban mereka. Sehingga diharapkan pada usia remaja sudah mampu untuk melaksanakan shalat fardhu dengan penuh kesadaran tanpa disuruh oleh orang tuanya. Karena hal ini sesuai dengan sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Abu Daud.[10]

مر اولادكم بالصلاة ابناء سبع سنين واضربواهم عليها وهم ابناء عشر سنين وفرقوا بينهم فى المضاجح

(رواه ابو دود)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[10] Abu Tauhid, *Beberapa Aspek pendidikan Islam*,Yogyakarta, 1990,hal.2

Artinya: " Perintahkanlah anak-anakmu sholat diwaktu usia mereka meningkat 7 tahun dan dimana perlu pukulah mereka kalau enggan mengerjakan diwaktu usia mereka meningkat 10 tahun."(HR. Abu Daud).

Syarat wajib sholat adalah islam, suci dari hadas keci dan besar, berakal, baligh, dan sedang tidak dalam keadaan tidur.[11] Sedangkan syarat syahnya sholat adalah suci dari hadas kecil dan besar, suci badan, pakaian dan tempat sholat, menutup aurat, sudah tiba waktu sholat,menghadap kiblat.[12] Dan rukun sholat adalah niat, berdiri bagi yang mampu, takbir, membaca fatihah, ruku', sujud, I'tidal, sujud 2 kali, duduk diantara dua sujud, duduk akhir, membaca sholawat, membaca salam, menertibkan rukun dan semua gerakan sholat dilakukan secara tuma'ninah.[13]

2. Aspek Psikologi sholat

Sebenarnya yang mengetahui rahasia sholat adalah Allah SWT, namun manusia yang dibekali oleh Alllah dengan akal pikiran maka perlu mencari apa yang sesunguhnya terkandung dalam perintah melaksanakan sholat.

Menurut Dr. Djamaludin Ancok dan Suroso ada beberapa aspek teraupetik yang terkandung dalam ibadah sholat yaitu aspek olahraga, aspek meditasi, aspek auto sugesti, aspek kebersamaan.[14]

1. Aspek Olahraga

Kalau diperhatikan setiap gerakan sholat mengandung unsur gerakan dalam olahraga, mulai dari takbirotul ihram, berdiri sampai salam.

---

[11] Sulaiman Rosyd, *Fiqh Islam*,Jakarta: Atthahiriyah. 1997,hal.74-75.
[12] Ibid, hal.76-79.
[13] Ibid,hal.82-94.
[14] Sentot Haryono,*Psikologi sholat,* Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001,hal.62.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Prof.Dr.H.A.Saboe (1986) dalam bukunya hikmah kesehatan dalam sholat berpendapat bahwa hikmah yang diperoleh dari gerakan-gerakan sholat tidak sedikit, artinya bagi kesehatan jasmani dengan sendirinya akan membawa efek pula pada kesehatan ruhani atau jiwa seseorang. Dan selanjutnya dijelaskan bila ditinjau dari sudut kesehatan setiap gerakan dan sikap tubuh pada waktu melaksanakan sholat adalah paling sempurna dalam memelihara kondisi kesehatan tubuh.[15]

2. Aspek Meditasi

Di dalam sholat terdapat aspek meditasi. Dimana kondisi seperti ini akan tercapai apabila sholat dilakukan dengan khusuk. Dalam kondisi khusuk seseorang hanya akan mengingat kepada Allah, karena dengan khusuk maka seseorang mampu untuk berkonsentrasi dan konsentrasi inilah yang kemudian mampu untuk menumbuhkan kekuatan dari dalam atau jiwa seseorang. Dan menurut Ari Wibisono (1985) Sholat dapat mempengaruhi pada seluruh sistem yang ada dalam tubuh, seperti syaraf, peredaran darah, pernafasan, pencernaan, organ reproduksi dan lain sebagainya.[16]

3. Auto sugesti

Menurut Thoules arti sugesti adalah suatu upaya untuk membimbing diri pribadi melalui pengulangan suatu rangkaian ucapan secara rahasia kepada diri sendiri yang menyatakan keyakinan atau perbuatan. Bacaan dalam sholat berisi hal-hal yang baik berupa pujian, mohon ampun, do'a. Ditinjau dari teori hipnotis

[15] Ibid, hal.65.
[16] Ibid, hal. 81-82

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

pengucapan kata-kata tersbut memberikan efek mensugesti atau menghipnotis pada yang bersngkutan. Pendapat ini dikemukakan oleh djamaludin Ancok.[17]

4. Aspek Kebersamaan

Aspek yang satu ini dapat kita rasakan dalam sholat berjamah. Dalam kondisi seperti ini kita dipertemukan dengan banyak orang dengan tujuan yang sama yaitu menghadap Allah SWT, dan kondisi seperti ini kemudian akan mampu mengerakkan jiwa kita bahwa kita sama kedudukanya dihadapan Allah. Disini pula kita bisa membangun hubungan dan berinteraksi dengan sesama jamaah yang lainya.

F.2. Pengertian perilaku konsumtif.

Sebenarnya kata konsumtif ini belum ada definisi yang memuaskan. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Juga biasanya lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas.

Menurut Setiaji bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara

[17] Ibid, hal. 87.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

tidak berencana.[18] Penyebab suburnya perilaku konsumtif adalah semakin membaiknya keadaan sosial ekonomi sebagaian masyarakat, membanjirnya barang - barang produksi, efektifnya sarana periklanan termasuk didalamnya media massa, berkembangnya gaya hidup dan mode, status sosial dsb. Dan Perilaku konsumtif menurut Kasali yaitu tindakan konsumen ketika membeli produk bukan karena fungsi atau kebutuhannya, melainkan features emosional lain yang dapat dijadikan identifikasi bagi dirinya. Seperti diketahui individu dalam pergaulan sehari - sehari cenderung mengidentifikasikan diri dengan golongan tingkat sosial tertentu. Tingkat sosial ini sangat berpengaruh besar terhadap lingkungan sosial, tempat individu itu tinggal dan bersosialisasi. Setiap tingkat sosial itu biasanya ditandai dengan atribut - atribut tertentu, antara lain cara berpakain dan gaya hidup.[19] Soebijakto mengemukakan perilaku konsumtif adalah seringnya perilaku konsumen membeli suatu produk demi sebuah pengakuan, di mana secara fisik produk tersebut tidak dibutuhkan.[20]

Tampaknya perilaku konsumtif sekelompok masyarakat masa kini pada umumnya akibat ingin membedakan dan dibedakan dirinya dari kelompok masyarakat biasa. Mereka berkeinginan memanampilkan jati diri istimewa. Ironisnya keistimewaan itu ditempuh dengan latah gaya hidup masyarakat negara maju. Perilaku konsumtif ini mengikuti mentalitas masyarakat pada negara terbelakang, tetapi cakrawala budayanya mengikuti pola negara maju.[21] Sebagai akibatnya, mereka membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[18] Setiaji. B, *Konsumerisme*, Akademika no 1 tahun XIII, Surakarta: Muhamdiyah Press, hal. 12.

[19] R. Kasali, *Membidik pasar di Indonesia*. Jakarta: PT Gramedia, 1998, hal. 75.

[20] Soebijakto, *Wanita dan Media masa*. Remaja Rosdakarya, Bandung 1988, hal. 17.

[21] Setiaji, op. cit., hal. 21.

rasianal, sekedar untuk mendapatkan barang - barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistemewaan.

a. Perilaku konsumtif pada remaja.

Remaja atau adolescence berasal dari kata adolescence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Masa remaja merupakan masa peralihan dari kanak-kanak menjadi dewasa, memberikan status yang tidak jelas bagi individu. Karena remaja bukan lagi anak-anak dan juga bukan orang dewasa. Status ini memberikan kesempatan bagi remaja untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku fisik, psikis dan sosial.[22]

Menurut Salzman mengemukakan, bahwa remaja merupakan masa perkembangan sikap tergantung (*dependence*) terhadap orang tua ke arah kemandirian (*independence*), minat-minat seksual, perenungan, dan perhatian terhadap nilai-nilai estetika dan isu-isu moral.[23]

Remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasanya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja yang memliki orang tua dengan kelas ekonomi cukup berada, terutama di kota-kota besa, *mall* sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang trend.

---

[22] B.B. Hurlock, *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*, terj. Listiwidayanti dan soejarwo. Jakarta: Erlangga, 1994, hal. 206.

[23] Y. Syamsu, *Psikologi Perkembangan anak dan remaja*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001, hal. 184.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak puas dengan apa yang dimilikinya. Dan kemudian munculah perilaku konsumtif.

Remaja biasanya menginginkan agar penampilan, gaya, tingkah laku, cara bersikap dan lainnya dapat menarik perhatian orang lain terutama kelompok sebaya (peer group). Dapat dimaklumi remaja termasuk konsumen yang mempunyai daya beli yang sangat tinggi, dorongan yang kuat untuk memenuhi tuntutan berpakain yang modis, berdandan sebagaimana sang idola, bergaya dengan penataan rambut, berpesta dengan musik dan hiburan.

Menurut Kartodiharjo perilaku konsumtif sebagai gejala sosial ekonomis, perkembagannnya dipengaruhi faktor kultural, disini perlu diutarakan pentingnya peran mode yang mudah menularkan atau menyebarkan produk tertentu. Di samping itu, sikap seseorang tidak mau ketinggalan dari orang lain atau penyakit kultural ini disebut gengsi yang sering menjadi motivasi primer dalam memperoleh produk.Disini dijumpai juga gejala sosial psikologi berupa keinginan meniru dan kemudian menjadikan remaja berlomba-lomba antara yang satu ingin yang lebih dari lainnya.[24]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kebiasaan dan gaya hidup kearah yang semakin mewah dan berlebihan pada masa remaja menimbulkan pola konsumtif yang merupakan salah satu masalah sosial yang cukup serius. Masalah ini akan membawa dampak negatif pada masyarakat, khususnya di kota-kota besar. Produk-produk yang dianggap simbol status mempengaruhi kebutuhan dan sikap hidup remaja. Pola hidup

---

[24] S. Kartodiharjo, *Konsumerisme dan perlindungan konsumen.* Akademika nomor 01 thn XIII. Surakarta: Muhammadiyah University Press, 1995, hal.35-36.

konsumtif ini tidak hanya melanda dunia remaja saja, melainkan juga dunia pada umumnnya dan menyerang pada semua golongan.

Kebanyakan dari remaja membelanjakan uangnya untuk keperluan yang tidak begitu dibutuhkan. Keadaan yang demikian membuat remaja mempunyai pola konsumsi yang menunjukkan sifat eksklusif dengan citra yang mahal dan mewah.

Ciri-ciri perilaku konsumtif pada remaja adalah :

a) Kebiasaan melakukan pembelian suatu barang secara besar-besaran dan tanpa batas dan barang yang dibeli tidak banyak mempunyai kegunaan.
b) Mengikuti trend mode dan selalu mengambil keputusan untuk menggunakan produk baru (***adopter***) demi gengsi.
c) Pola gaya hidup yaitu pola dimana seseorang menghabiskan waktu serta menghambur - hamburkan uang.
d) Seseorang yang mempunyai kepribadian merek yaitu seseorang yang selalu membeli sesuatu hanya diukur dengan merek tertentu dan merek tersebut menjadi ukuran bagus dan tidaknya suatu barang.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Berbicara mengenai perilaku konsumtif maka tidak terlepas dari masalah proses keputusan konsumen untuk membeli walaupun masing-masing konsumen berbeda faktor yang mempengaruhinya,adapun faktor-faktor yang mempengaruhi adalah:

a) Budaya (kultur, sub kultur, dan kelas sosial)
b) Sosial (kelompok, keluarga, peran, dan status)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

c) Pribadi (umur dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri)

d) Psikologis (motivasi, prestasi pengetahuan, keyakinan dan sikap).[25]

Menurut Swastha ada beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang atau produk yaitu:[26]

a). Kekuatan sosial budaya.

1) Budaya, mengacu pada nilai, gagasan, simbol-simbol lain yang bermakna dan akan membantu individu dalam berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan yang beraneka ragam akan membentuk pasar dan pola konsumen yang beraneka ragam pula.

2) Kelas sosial diidentifikasikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan seimbang dalam masyarakat. Ada tiga golongan kelas sosial yang didasari oleh tingkat pendapatan, macam perumahan dan lokasi tempat tingal yaitu :

2.1. Golongan atas, yang termasuk di dalam kelas ini adalah pengusaha kaya dan pejabat tinggi.

2.2. Golongan menegah, termasuk di dalamnya adalah karyawan instansi pemerintah dan pengusaha menengah.

2.3. Golongan bawah, yang termasuk kelas ini adalah antara lain buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak, pedagang kecil.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[25] Kotler.P, *Manajemen Pemasaran*, edisi ke-V, Analisis perencanaan dan pengendalian. Jilid I. Jakarta: 1986, hal.224-235.

[26] B. Swastha, *Manajemen pemasaran* edisi ke II,Yogyakarta, Liberty, hal.80-85.

3) Keluaraga. Keluarga dapat diidentifikasikan sebagai suatu unit masyarakat terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan pembelian.

4) Kelompok acuan. Kelompok acuan diidentifikasikan sebagai suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat dan norma-norma perilaku konsumen.

b). Kekuatan faktor psikologis

1) Motivasi berasal dari kata motif merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu tersebut untuk bertindak atau berbuat. Setiap orang mempunyai motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi merupakan dasar pembelian terhadap suatu produk atau pada penjualan tertentu.

2) Persepsi. Seseorang yang termotivasi akan siapa bereaksi, bagaimana orang yang telah dimotivasi ini bertindak dipengaruhi oleh persepsiya. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan perilaku pembelian yang berbeda.

3) Konsep diri. Konsep ini diidentiifikasikan sebagai cara bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkan.

4) Kepribadian. Diidentifikasikan sebagai suatu bentuk dari dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya.Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

dirinya (motif, IQ, emosi dan persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat dan sekolah)

5) Sikap dan keyakinan (agama). Sikap diidentifikasikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional dan tindakannya cenderung kearah berbagai objek atau ide, sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

6) Pengalaman belajar. Belajar dapat diidentifikasikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi pengalaman belajarnya.

c. Aspek-aspek dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan bertindak dengan keinginan untuk membeli barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan. Aspek-aspek yang terdapat dalam perilaku konsumrtif antar lain :

a) Aspek motif. Meliputi dorongan yang bersifat irasional maupun emosional, ikut-ikut dan uji coba. Kepuasan konsumen untuk membeli barang sering didasarkan pada irasional, dalam pengertian karena barang tersebut dapat meningkatkan harga dirinya, dianggap sebagai kelas sosial tertentu. Dalam berkonsumsi pertimbangn-pertimbangan yang sifatnya emosional sering lebih dominan.

b) Aspek Mode. Mencakup macam-macam barang yang sedang populer dan digemari oleh orang banyak. Orang cenderung menganggap dirinya

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

prestisius bila mengkonsumsi jenis produk tertentu atau produk dengan merek tertentu, atau dianggap fasionability.

c) Inferiority complex. Berkaitan dengan masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, gengsi. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan agar mendapatkan simbol status pribadi.

C. Hubungan Ketaatan beragama dan Perliku Konsumtif Pada Remaja

Untuk lebih jelas berikut ini akan diuraikan tentang hubugan antara ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif. Dengan melakukan sholat ada beberapa manfaat yang dapat diambil diantaranya yaitu:[27]

1) Sholat menjadi alat pendidikan ruhani yang efektif, memperbaharui dan memelihara jiwa serta memupuk pertumbuhan kesadaran.
2) Dengan sholat remaja akan terhindar dari perbuatan keji dan munkar. (Al-Ankabut).
3) Sholat merupakan pendidikan positif menjadi manusia dan masyarakat untuk hidup teratur.
4) Sholat menjadi penawar paling mujarab bagi kesehatan jiwa dan fisik manusia.
5) Sholat dapat menjaga kebersihan dari keseluruhan sikap dan gerakan sholat akan menjadikan badan sehat.

Agama atau keyakinan yang merupakan faktor psikologis dalam menentukan keputusan konsumen untuk membeli sesuatu barang adalah identik

[27] Nazarudin Rozak,*Dienul Islam*,Bandung: Al Maa'rif, 1996,hal.180.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

prestisius bila mengkonsumsi jenis produk tertentu atau produk dengan merek tertentu, atau dianggap fasionability.

c) Inferiority complex. Berkaitan dengan masalah harga diri yang rendah, kurang percaya diri, gengsi. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan agar mendapatkan simbol status pribadi.

F 3. Hubungan Ketaatan beragama dan Perliku Konsumtif Pada Remaja

Untuk lebih jelas berikut ini akan diuraikan tentang hubugan antara ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif. Dengan melakukan sholat ada beberapa manfaat yang dapat diambil diantaranya yaitu:[27]

1) Sholat menjadi alat pendidikan ruhani yang efektif, memperbaharui dan memelihara jiwa serta memupuk pertumbuhan kesadaran.
2) Dengan sholat remaja akan terhindar dari perbuatan keji dan munkar. (Al-Ankabut).
3) Sholat merupakan pendidikan positif menjadi manusia dan masyarakat untuk hidup teratur.
4) Sholat menjadi penawar paling mujarab bagi kesehatan jiwa dan fisik manusia.
5) Sholat dapat menjaga kebersihan dari keseluruhan sikap dan gerakan sholat akan menjadikan badan sehat.

Jadi rutinitas menjalankan ibadah shalat fardhu disertai syarat-rukun yang merupakan salah satu manifestasi dari ketaatan seseorang. Remaja yang dapat

[27] Nazarudin Rozak,*Dienul Islam*,Bandung: Al Maa'rif, 1996,hal.180.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional dan tindakannya cenderung ke arah berbagai objek,.karena sikap sangat mempengaruhi keyakinan,begitu pula sebaliknya keyakinan menentukan sikap.

Jadi rutinitas menjalankan ibadah shalat fardhu disertai syarat-rukun yang merupakan salah satu manifestasi dari ketaatan beragama seseorang atau keyakinan beragama, adalah ketika remaja dapat menjalankan ibadah sholat fardhu dengan baik karena sesungguhnya sholat lebih mengutamakan gerakan batiniyah dari pada gerakan lahiriyah semata. Gerakan batiniyah tujuannya adalah munajat atau berdialog secara langsung kepada sang pencipta atau khaliq dengan munajat seperti itu maka akan mendapatkan ketenangan dan kesehatan hati atau jiwa serta kesehatan fisik. Dan juga remaja akan dapat menerima kondisi apapun pada dirinya sehingga kondisi ketika remaja mempunyai uang yang lebih ataupun tidak remaja tidak akan menggunakan uang itu tanpa memperhatikan kebutuhan atau tidak berperilaku konsumtif. Remaja yang mampu mengendalikan diri dengan banyaknya harta yang dimiliki atau dapat menerima apa yang sudah dimiliknya baik yang dapat memenuhi kepentingannya baik berupa makanan, pakaian atau yang lainya. Sifat seperti ini dalam agama disebut Qonaah. Qona'ah mempunyai 5 unsur:

a. Menerima dengan rela apa yang ada
b. Memohon kepada Allah tambahan yang pantas dan berusaha
c. Menerima dengan sadar akan takdir Allah SWT
d. Bertawakal kepada Allah dan
e. Tidak tertarik oleh tipu daya dunia

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Kelima unsur diatas adalah sikap Qona'ah yang harus dimilki oleh setiap muslim karena Qona'ah dapat meneguhkan hati bahkan menjadi modal yang tidak mengenal habis.

Dengan remaja yang mampu berperilaku seperti ini tentunya remaja akan mempunyai jiwa yang baik atau tidak rusak sehingga sesuai dengan manfaat daripada menjalankan ibadah sholat fardhu yaitu menjadi penawar paling mujarab bagi kesehatan jiwa dan fisik manusia.berarti Dan remaja tentunya akan mampu untuk mensyukuri harta benda yang diberikan oleh Allah SWT sesuai dengan firmanNya dalam surat Ibrahim ayat 7. Karena dengan bersyukur remaja diharapkan mampu mengendalikan diri dari sifat boros, dan suka menghamburkan uang tanpa melihat kebutuhan atau tidak kaonsumtif.

D. Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris.[28] Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah hipotesis hubungan. Hipotesis tentang hubungan adalah hipotesis yang menyatakan saling berhubungan antara dua variabel atau lebih yang mendasari berbagai penelitian korelasional.[29] Dari kerangka dasar teori dan pengamatan empiris yang penulis lakukan, maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis kerja (positif)

Ada hubungan antara ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif pada remaja.

---

[28] Sumadi Suryabrata,*Metodologi Penelitian*,Jakarta: Rajawali Pres,!995,hal.69.
[29] Ibid,hal.70.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2. Hipotesis nihil (o)

Tidak ada hubungan antara ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif pada remaja.

G. Metode Penelitian

1.Populasi dan Sampel

a.Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu yang akan diteliti.[30] Dalam hal ini yaitu siswa Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin dari kelas I tahun ajaran 2004/2005 yang berjumlah 245 siswa.

b.Sampel

Sampel adalah sebagian dari obyek yang akan diteliti.[31] Karena jumlah yang akan diteliti dalam jumlah banyak, maka untuk menghemat biaya, tenaga dan waktu penulis mengambil dari populasi sebagai sampel.

Dalam penelitian sampel ini digunakan secara random, artinya setiap individu dalam populasi diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Karena jumlah di MA Ribatul Muta'allimin itu terdiri dari berbagai tingkat kelas maka tehnik pengambilan sampel dengan menggunakan Stratified random sampling, yaitu tehnik pengambilan sampel yang memperhatikan stratum-stratum dari populasi.[32] Strata iu adalah kelas-kelas yang ada di MA Ribatull Muta'llimin. Kelas I diambil 20 persen, kelas II 20 persen dan kelas III dimbil 20 persen. Jadi sampelyang digunakan adalah 52 siswa.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

---

[30] Masri Singarimbun,Sofyan Efendi,*Metode Penelitian* Survaei,Jakarta: LP3ES,1989, hal.152.

[31] Sutrisno Hadi,*Metodologi Reseach*,Yogyakarta: Andi Offset,1999,hal.75.

[32] Ibid,Hal.82

2. Definisi Operasional

Ketaatan beragama adalah patuh pada perintah Tuhan disertai dengan menjalankan kewajiban-kewajiban yang diperintahkan yaitu berupa:

- pelaksanaan ibadah sholat fardhu meliputi sholat subuh, dhuhur azar, maghrib dan isya'.
- Syarat sholat meliputi suci dari hadas besar dan kecil menutup aurat berakal sehat, menghadap kiblat dan sudah masuk waktu sholat
- Rukun sholat meliputi niat, takbiratul ikhram, membaca fatikhah, ruku', sujud, duduk diantara dua sujud, tahyat dan salam.

Indikator-indikatornya :

-Ketepatan menjalankan ibadah sholat fardhu

-Keajegan dalam menjalankan ibadah shalat fardhu

-ketertiban dalam urutan syarat-rukun sholat

Perilaku konsumtif adalah perilaku menkonsumsi barang atau jasayang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan atau boros. Indikatornya:

- Mengikuti trend mode. Artinya mengikuti barang-barang yang sedang populer.
- Motif, harga diri dan gengsi. Artinya membeli barang karena untuk menuingkatkan harga diri dan simbol status pribadi.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

5. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang digunakan oleh peneliti untuk memperoleh data. Metode yang digunakan harus tepat, mempunyai sasaran dan beralasan.

a. Metode kuesioner

Adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang diteliti.[33] Tujuan menggunakan angket atau kuesioner adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan penelitian dan untuk memperoleh informasi mengenai suatu masalah secara serentak.[34] Dalam penelitian ini untuk mendapatkan data pribadi, dengan menyebarkan sejumlah pertanyaan. Jenis pertanyaan yang digunakan adalah tertutup dimana pertanyaan dalam angket telah disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan.

Kuesioner dibuat dengan menggunakanpertanyaan yang bersifst positif atau favorale dan pertanyaan yang bersifat negatif atau unfavorable. Pemberian skor didasrkan atas pertayaan dan alternatif jawaban yang dipilih. Skor untuk pertayaan yang bersifat favorable adalah;

1) Jawaban a dengan skor 4
2) Jawaban b dengan skor 3
3) Jawaban c dengan skor 2
4) Jawaban d dengan skor 1

Adapun jawaban negatif unfavorable, diberi skor kebalikan dari skor di atas, yaitu:

1) Jawaban a dengan skor 1
2) Jawabab b dengan skor 2
3) Jawaban c dengan skor 3
4) Jawaban d dengan skor 4

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[33] Cholid Narbuko,Abu Ahmad,*Metodologi Penelitian*,Jakrta: Bumi Aksara,1995,hal.76.
[34] Ibid,hal.76.

b. Metode Interview

Meode interview sering disebut dengan wawancara atau kuesioner lisan adalah dialog yang dilakukan oleh pewancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara.

Metode interview yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode interview terpimpin. Penggunaan metode ini dimaksudkan guna memperoleh tentang sejarah berdiri dan tujuanya MA Ribatul Muta'allimin, kondisi siswa karyawan dan guru.

c. Metode Observasi

Observasi berarti pengamatan, yang dimaksud dari pengamatan disini adalah cara mengumpulkan data dengan menggunakan indera terutama penglihatan, pendengaran, dapat pula diartikan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang diselidiki.[35] Metode observasi ini penulis gunakan untuk mengetahui perilaku keagamaan dan konsumif pada siswa-siswi.

d. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan cara mencari data-data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, transkrip, notulen rapat agenda, dan sebagainya.[36] Metode ini untuk mengetahui tentang sejerah dan tujuan berdirinya MA Ribatul Muta'llimin dan monografi siswa dan guru.

6. Metode analisa data

---

[35] Op.Cit,hal.126.
[36] Ibid,hal.62

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Setelah data-data terkumpul, selanjutnya data-data tersebut dimasukan dalam kerangka analisa data. Analisa data merupakan hal yang penting dalam metode ilmiah, karena dengan adanya analisa data tersebut maka akan memberi arti dan berguna untuk memecahkan masalah penelitian. Adapun langkah-langkah yang penulis lakukan adalah sebagai berikut:

1.Editing

Yaitu data-data yang telah dikumpulkan dan dikoreksi kembali, juga dilengkapi apbila masih ada kekurangan dan keraguan.

2.Scoring dan tabel frekuensi

Langkah-langkah selanjutnya setelah data-data diedit dan diberi skor dari masing-masing variabel. Kemudian setelah diedit dan diberi skor, selanjutnya data diolah dengan menggunakan tabel frekuensi. Tabel ini digunakan untuk mengetahui skor rata-rata dari responden, yang kemudian dijadikan acuan untuk menghitung kategorisasi dari masing-masing variabel, juga analisa pada tahap penghitungan angka korelasi.

3.Analisa Statistik

Untuk menguji ketepatan suatu hipotesa dalam penelitian ini harus memiliki validitas dan realibilitas yang tinggi.Validitas adalah menunjukkan sejauhmana suatu alat mengukur untuk apa yang diukur. Dan dalam penelitian ini jenis validitas yang digunakan adalah validitas kontruk, yaitu menggunakan ukuran kerangka dalam suatu peneliian untuk dijadikan sebagai tolak ukur.

Langkah-langkanya adalah:

1) Mendefenisikan secara operasional konsep yang akan diukur

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2) Melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden
3) Mempersiapkan tabulasi jawaban.
4) Menghitung korelasi masing-masing dengan menggunakan teknik korelasi product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\left(\sum XY\right) - \left(\sum X \sum Y\right)}{\sqrt{N\left[\sum X^2 - \left(\sum X^2\right)\right]\left[\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = koefisien korelasi antara X dan Y

$\sum XY$ = jumlah perkalian skor X dan skor Y semua obyek

$\sum X$ = jumlah skor dari setiap item

$\sum Y$ = jumlah skor total item

N = jumlah subyek penelitian [37]

Sedangkan realibilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana alat ukur dapat dipercaya. Dan tehnik pengukuran realibilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakn tehnik statistik dengan rumus cronbach alpha. Rumus cronbach alpha sebagai berikut:

$$@ = \left[\frac{k}{k-1} x \left[1 - \frac{\sum S^2 1}{S^2 1}\right]\right]$$

Keterangan:

K = Jumlah item

[37] Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, (Ed), Metode Penelitian Survai, (Jakarta: LP3ES, 1995), hal 140

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

$\sum S^2 1$ = Jumlah varian skor total

$S^2 1$ = Varian responden untuk item ke 1. [38]

Setelah melalui proses tersebut barulah melangkah dengan menggunakan analisis deskriptif kuantitatif yaitu metode yang digunakan terhadap satu data yang telah dikumpulkan kemudian disusun, dijelaskan dan selanjutnya dianalisis.

Aanlisis yang digunakan adalah analisis univarial maksudnya adalah untuk mendiskripsikan variable-variabel penelitian. Rumus yang diguankan meliputi perhitungan mean dan standar deviasi. Adapun rumusnya sebagi berikut:

1. Perhitungan mean

$$M = \frac{\sum fx}{\sum N}$$

keterangan :

$\sum fx$ = Jumlah nilai

$\sum N$ = Jumlah individu

M = Mean[39]

2. Perhitungan standar deviasi

$$SD = \sqrt{\frac{fx^2}{N} - \frac{(fx)^2}{N}}$$

keterangan :

SD = Standar deviasi

fx^2 = Jumlah kuadrat deviasi skor mean

[38] Ibid

[39] Sutrisno Hadi, Statistik I (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hal 38

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

N = Jumlah individu[40]

Langkah selanjutnya adalah dengan uji hipotesis uji ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variable yaitu ketaatan beragama dan perilaku konsumtif. Uji dengan dengan menggunakan korelasi product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\left(\sum XY\right) - \left(\sum X \sum Y\right)}{\sqrt{N\left[\sum X^2 - \left(\sum X^2\right)\right]\left[\sum Y^2 - \left(\sum Y\right)^2\right]}}$$

keterangan :

r_{xy} = Pearson-r

$\sum XY$ = jumlah perkalian skor X dan skor Y

$\sum X$ = jumlah skor distribusi X

$\sum Y$ = jumlah skor distribusi Y

N = Jumlah responden X dan Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi X

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat skor distribusi Y[41]

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

[40] Ibid

[41] Suharsimi Arikunto, Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktis, (Jakarta: Rineka Cipta, 1996), hlm 256

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari penelitian yang dilakukan maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut.

1. Ketaatan beragama pada siswa-siswi Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin Kodya Pekalongan pada kategori sedang. Hal ini berdasarkan data yang diperoleh bahwa ketaatan beragama sedang adalah responden yang menjalankan ibadah sholat fardhu tetapi kadang tidak menjalankan ibadah sholat fardhu tetapi masih lebih banyak menjalankannya
2. Perilaku konsumtif pada siswa-siswi Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin Kodya Pekaalongan pada kategori sedang. Hal ini berdasarkan data, bahwa responden yang paling banyak adalah pada kategori sedang. Adalah responden yang perilaku konsumtifnya kadang memenuhi aspek mode, motif, harga diri dan gengsi. Artinya responden dalam menentukan keputusan membeli barang kadang didasarkan atas dasar barang yang dibeli sedang populer atau trend, kadang juga untuk meningkatkan harga diri atau status pribadi.
3. Bahwa perilaku konsumtif tidak langsung dipengaruhi pelaksanaan ibadah sholat fardhu tetapi ada faktor lain yaitu sifat Qona'ah. Sifat merasa cukup dengan apa yang sudah dimilikinya baik yang sudah dapat memenuhi kepentingannya, baik berupa makanan, pakaian atau yang lainnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

4. Terdapat hubungan negatif signifikan antara ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif pada siswa-siswi Madrasah Aliyah Ribatul Muta'allimin Kodya Pekalongan, dimana semakin tinggi tingkat ketaatan beragama maka semakin rendah tinggkat perilaku konsumtifnya. Dan juga sebaliknya semakin rendah perilaku konsumtif maka semakin tinggi tingkat ketaatan beragama.Dalam penelitian ini ada hubungan anta ketaatan beragama dengan perilaku konsumtif yang intensitas hubunagn ini terbanyak berada pada kategori sedang.

B. Saran-Saran

1. Untuk meningkatkan pemahaman dan amaliyah nilai-nilai agama terhadap siswa –siswi MA Ribatul Muta'allimin Kodya Pekalongan maka pihak sekolah bagaimnana meningkat dan menambah jam pelajaran keagamaan dan kegiatan yang mendukungnya
2. Supaya meningkatkan kegiatan-kegiatan keagamaan yang tidak hanya bersifat rutinitas tetapi merupakan kreatifitas siswa-siswi sehingga bisa menimbulkan rasa keyakinan dan kesadaran dalam berperilaku sesuai norma agama.
3. Kepada para orang tua wali murid diharapkan mampu memberikan arahan dan kontrol terhadap perilaku putra-putrinya sehingga anak bisa bergaul dan berperilaku secara islami.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

C. Kata Penutup

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan petunjuk dan karuniaNya sehingga penulis mempunyai kekuatan untuk menjalankan segala aktifitasnya. Kepada pembimbing yang telah memberikan bimbingannya secara ikhlas dan tulus serta kepada pihak-pihak yang ikut membantu, dan memberi motivasi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi dengan judul HUBUNGAN ANTARA KETAATAN BERAGAMA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA (Siswa –siswi Madrsah Aliyah Ribatul Muta'allimin Kodya Pekalongan)

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa untaian kata demi kata masih banyak kesalahan dan kekuranganya, maka penulis mengaharapkan kritik, saran yang kontruktif dari pembaca semua.

Akhirnya, dengan mengharapkan ridho dari Alllah SWT, semoga tulisan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya, dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang konseling Islam.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

Al-Ghazali, *Rahasia-Rahasia Shoalat*, Bandung: Karisma, 1999

Ancok, Jamaludin & N.S. Fuad, *Psikologi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995

Arikunto, Suharsimi, *Prosedur penelitian Suatu pendekatan praktis*, Jakarta: Rieneka Cipta, 1996

B. B.Hurlock, *Psikologi Perkembangan suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*, terj. Listiwidiyanti & Sujarwo, Jakarta: Erlangga, 1994

B. Setiaji, *Konsumerisme*, Akademika no.1 th XIII, Surakarta: Muhamadiyah University Press, 1995

B. Swastha, *Manajemen Pemasaran*, ed. II, Yogyakarta: Liberty, 1987

Departemen Agama RI, *Al-qur'an dan Terjemahan*, Semarang: Mas Inti, 1992

Drajat, Zakiah, *Ilmu Jiwa Agama*, Jakarta: PT. Bulan Bintang , 1970

_____, *Peranan Agama dalam Kesehatan Mental*, cet III, Jakarta: Gunung Agung, 1973

_____, *Problema Remaja Indonesia*, Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1978

Hadi, Sutrisno, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Andi Offset, 1999

_____, *Statistik I*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997

Haryono, Sentot, *Psikologi Sholat*, Yogyakarta: Pusta Pelajar, 2001

Narbuko, Cholid, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 1995

Nurhandiantomo, *Perubahan Pola Konsumsi Msyarakat, Komersialisasi Gaya Hidup*, Akademika no.1 th XIII, Surakarta: Muhamadiyah University Press, 1995

P. Kotler, *Manejemen Pemasaran ed. V, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Jilid. I, Jakarta: Galaxi Pustaka Mega, 1986

R. Kasali, *Membidik Pasar di Indonesia*, Jakarta: PT. Gramedia, 1998

Rosyid, Sulaiman, *Fikih Islam*, Jakarta: Athahhiriyah, 1997

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Rozak, Nazarudin, *Dienul Islam*, Bandung: Al-Ma'arif, 1996

Singarimbun, Masri & Efendy Sofyan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 1989

S. Kartodiharjo, *Konsumerisme dan Perlindungan Konsumen*, Akademika, no.1 th.XIII, Surakarta: Muhamadiyah University Press, 1995

Soebijakto, *Wanita dan Media Massa*, Bandung: PT. Remaja Rosda karya, 1988

S. Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Press, 1995

Tafsir, Ahmad, *Metodologi Pengajaran Islam*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 1995

Tauhid, Abu, *Beberapa Aspek Pendidikan Islam*, Yogyakarta: 1990

Thoyibi, *Pola Hidup Konsumtif ,Prestise dan Eksternalisasi Kualitas Hidup*, Akademika, no.1 th. XIII, Surakarta: Muhamadiyah University Press, 1995

Y. Syamsu, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*, Bandung: PT. Rosda Karya, 2001

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA