Niqosiya: Journal of Economics and Business Research
P-ISSN: 2798-6373, E-ISSN: 2807-7660
Vol. 5 No. 2, July-December 2025
https://ejournal.iainponorogo.ac.id/index.php/niqosiya

Pengaruh Pendapatan Tenaga Kerja Indoenesia dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi di Ponorogo Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Desi Fitriana[1*], Hanik Fitriani [2]
[1] UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia, desifitriana20021209@gmail.com
[2] UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo, Indonesia, hanikftriani@iainponorogo.ac.id

Article Info

Article history:
Received June 16, 2025
Revised October 27, 2025
Accepted October 29, 2025
Available online November 26, 2025

*Corresponding author email: desifitriana20021209@gmail.com

***Keywords**:*
Consumption Behavior, Migrant Workers Income, Social Environment.

Abstract

This study aims to determine the effect of income and social environment on consumption behavior in Ponorogo according to the Islamic Economic Perspective. This research uses quantitative methods. The sample used was 97 respondents who became migrant workers and worked abroad. This sampling technique uses purposive sampling technique hypothesis testing using multiple linear analysis and classical assumption test using the SPSS version 25 application. Based on the results of the analysis conducted, that the variable income of migrant workers, and the social environment has a positive and significant effect on family consumption behavior in Ponorogo both partially and simultaneously.

DOI: 10.21154/niqosiya.v5i2.4914
Page: 371-384

Niqosiya with CC BY license. Copyright © 2025, the author(s)

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki tingkat sumber daya manusia yang tinggi disertai dengan sumber daya alam yang melimpah. Kenyataan di lapangan masih terdapat masyarakat yang belum memiliki pekerjaan yang layak. Ketidakseimbangan anatara jumlah kerja angkatan yang besar dengan lapangan kerja yang terbatas menyebabkan ketimpangan dan tingginya angka pengangguran (Muhsa & Lydia Rosintan, 2023). Pada Tahun 1975 Pemerintah telah merancang program pengiriman Tenaga Kerja Indonesia. Program ini merupakan langkah yang diambil oleh pemerintah Indonesia untuk mengatasi masalah ketenagakerjaan di Indonesia (Anggraini et al., 2020). Menurut Dinas Tenaga Kerja Ponorogo terdapat jumlah Tenaga Kerja Indonesia di Kabupaten Ponorogo pada tahun 2024 berdasarkan jenis kelamin laki-laki sejumlah 736 dan perempuan 2247.

Pada perkembangan zaman modern saat ini terjadi perubahan perilaku konsumsi yang sangat berlebihan. Fenomena tersebut menjadi topik yang sangat menarik untuk diperbincangkan. Pasalnya banyak masyarakat yang sukses setelah bekerja di luar negeri. Hal ini dikarenakan kurangnya kesempatan kerja dalam negeri serta tawaran gaji yang lebih tinggi dan tidak harus membutuhkan kualitas pendidikan yang tinggi. Undang-Undang RI Nomor 8 Tahun 1999 menjelaskan bahwa konsumen merupakan setiap individu yang memanfaatkan barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat baik untuk kepentingan sendiri, keluarga ataupun orang lain (Qoriani, 2020).

Konsumsi adalah kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dalam mewujudkan maslahah dan mencapai tujuan atau memanfaatkan kegunaan suatu barang maupun jasa (Nugroho & Wulandhari, 2023). Aktivitas konsumsi dipengaruhi oleh berbagai faktor, terutama faktor ekonomi seperti pendapatan individu, jumlah anggota keluarga, dan kedudukan status sosial. Pendapatan memiliki kaitan erat terhadap konsumsi, karena pendapatan seseorang menjadi faktor yang menentukan perilaku konsumsi. Lingkungan sosial juga merupakan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi, karena perilaku individu atau sekelompok dapat mengalami perubahan pada waktu tertentu (Lailani & Maulida, 2022).

Lingkungan sosial dapat mencakup dari teman sebaya, keluarga, saudara, dan tetangga. Pengaruh lingkungan sosial yang bebas tidak selalu membawa dampak positif saja, tetapi juga bisa membawa dampak negatif. Dampak negatif ini muncul karena terpengaruhi oleh lingkungan sosial, seperti memenuhi kebutuhan dan keinginan yang cenderung konsumtif atau boros. Lingkungan Setiap manusia diberi kebebasan dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan aturan yang ada dalam ajaran Islam (Ardini & Sugiarti, 2024).

Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dengan ilmu ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan setiap orang. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap diperbolehkan selama mendatangkan maslahah. Ada tiga prinsip dasar konsumsi yang digariskan oleh Islam, yakni halal, kesederhanaan, kebersihan, Permasalahan yang dihadapkan pada saat ini banyaknya perilaku konsumsi yang tidak sesuai dengan ajaran Islam, di mana hanya cenderung memuaskan hawa nafsu dan lebih menekankan pemuasan keinginan (*satisfying wants*) daripada pemenuhan kebutuan (*fulfillment need)s* tanpa melihat keadaan pendapatan yang diperoleh (Habibi, 2022).

Penelitian yang dilakukan oleh M. Umar Andraento, Shultoni, Muhammad Aris Safii'I menunjukan bahwa peningkatan pendapaan masyarakat mendorong kenaikan pengeluara konsumsi (Andreanto, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Yuniata Laurensia dkk, menyatakan bahwa pendapatan keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi. Penelitian yang serupa juga yang dilakukan oleh Annisa Mandasari bahwa hasil penelitian menunjukkan pendapatan memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi (Mandasari, 2021). Pada kedua penelitian terdahulu memiliki keterbatasan gap karena sebagian besar hanya menyoroti faktor pendapatan secara ekonomi tanpa mempertimbangkan pengaruh lingkungan sosial dan nilai-nilai secara Islam secara bersamaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Hasanah et al., 2022) menemukan bahwa lingkungan sosial berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat Muslim di masa pandemi, tetapi belum menjelaskan secara mendalam interaksi antara faktor sosial dan pendapatan dalam perspektif ekonomi Islam. Penelitian (Bukhari et al., 2022) yang mengkaji literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif juga belum menyoroti dimensi nilai-nilai syariah seperti prinsip *maslahah* dan *israf*. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian (empirical gap) dan kesenjangan konseptual (conceptual gap) dalam memahami bagaimana pendapatan dan lingkungan sosial secara simultan mempengaruhi perilaku konsumsi dengan memenuhi nilai-nilai Islam.

Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu dengan memasukan variabel lingkungan sosial sebagai faktor yang melengkapi analisis pengaruh pendapatan terhadap perilaku konsumsi, serta meninjau fenomena tersebut dari perspektif ekonomin Islam. Sebagian besar obejek penelitian sebelumnya berfokus pada masyarakat umum bukan terhadap para TKI yag ada di Kabuaten Ponorogo. Oleh karena itu peneliti ingin meneliti lebih lanjut mengenai "Pengaruh Pendapatan TKI , dan Lingkungan Sosial terhadap Perubahan Perilaku Konsumsi Keluarga di Ponorogo Menurut Perspektif Ekonomi Islam.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Perilaku Konsumsi Islam

Konsumsi adalah suatu tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Secara umum, konsumsi diartikan sebagai pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Perilaku konsumsi berasal dari dua kata yaitu perilaku dan konsumsi. Secara bahasa perilaku berarti tingkah atau tindakan. Konsumsi adalah suatu kegiatan yang menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan oleh para produsen. Menurut Kotler dan Keller perilaku konsumen adalah studi yang mempelajari bagaimana individu (Maryati, 2023). kelompok memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan mereka.

Konsumsi mencerminkan tingkah laku seseorang konsumen untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan memperbaiki produk dan jasa yang dipilih. Teori konsumsi muncul karena adanya teori permintaan terhadap barang dan jasa adalah kebutuhan dan keinginan. Dalam ekonomi konvensional penggerak utama kegiatan konsumsi adalah keinginan. Pandangan Islam teori permintaan harus berdasarkan kebutuhan bukan keinginan.

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas. Ajaran Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan, kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia mencapai kesejahteraan yang seimbang atau ditengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*) (Muhammad, 2004). Adapun indikator konsumsi dalam Islam menurut (Mannan, 1992). yaitu:

1) Prinsip Kehalalan dan Thayyib

2) Prinsip Kesederhanaan
3) Prinsip Kebersihan
4) Prinsip Kemurahan Hati
5) Prinsip Moralitas

Menurut Kotler & Keller, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi adalah :

1) Faktor Budaya
   Budaya adalah menentukan dasar keinginan dan perilaku seseorang. Kebudayaan merupakan penentu keinginan dan perilaku yang untuk mendapatkan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting lainnya. Faktor kebudayaan memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada tingkah laku konsumen.
2) Faktor Sosial
   Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa. Faktor Sosial, terdiri dari: Kelompok referensi, Keluarga, Peran dan status.
3) Faktor Pribadi
   Keputusan pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi. Faktor pribadi terdiri dari: Umur dan tahap daur hidup, Pekerjaan, Situasi ekonomi, Gaya hidup, Kepribadian dan Konsep Diri; serta gaya hidup yang dipengaruhi oleh finansial yaitu pendapatan.
4) Faktor Psikologis
   Faktor Psikologis sebagai bagian dari pengaruh lingkungan di mana tinggal dan hidup pada waktu sekarang tanpa mengabaikan pengaruh dimasa lampau atau antisipasinya pada waktu yang akan datang. Faktor Psikologis, terdiri dari: Motivasi, Persepsi, Pengetahuan, Keyakinan dan sikap'

Pendapatan

Menurut sadono sukirno pendapatan adalah penghasilan diterima oleh masyarakat. Pendapatan atau penghasilan merupakan salah satu indikator penting dalam menilai tingkat kesejahteraan masyarakat (Sukirno, 2006). Besarnya pendapatan seseorang dapat dikaitkan dengan jenis pekerjaan yang dilakukannya dengan profesi masing-masing seseorang memperoleh pendapatan yang dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari (Nur Faizah et al., 2024). Adapun indikator pendapatan antara lain sebagai berikut:

1) Pendapatan yang diterima perbulan
2) Pekerjaan
3) Sumber pendapatan
4) Beban keluarga yang ditanggung

Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial mencerminkan kesuluruhan interaksi antar individu yang terjadi secara langsung, misalnya dengan dengan berdiskusi dengan seorang teman ataupun orang disekitarnya, atau secara *vicarious* yaitu pengamatan mengenai perilaku, gaya hidup, atau cara berpenampilan yang kemudian dapat mempengaruhi sikap dan tindakan setiap indivdu. Interakasi ini mencakup pola perilaku, norma, nilai adat istiadat serta struktur sosial yang

membentuk cara seseorang berperilaku dalam kehidupan sehari-hari. Keberadaan lingkungan sosial sangat penting karena berperan besar dalam membentuk karakter, pandangan hidup, serta cara berpikir setiap individu (Harahap, 2023). Menurut Peter dan Olson lingkungan bisa dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu lingkungan sosial makro dan lingkungan sosial mikro.

1) Lingkungan Sosial Makro
   Lingkungan sosial makro adalah interaksi sosial secara tidak langsung dan lingkungan yang jauh dari konsumen. Lingkungan makro ini berskala luas, misalnya system poiti dan hukum, ekonomi, sosial, dan budaya.
2) Lingkungan Sosial Mikro
   Lingkungan sosial mikro adalah interaksi sosial langsung anatar kelompok masyarakat yang lebih kecil seperti keluarga, teman, dan tetangga. Lingkungan mikro adalah lingkungan yang dekat dengan konsumen, yang berinteraksi langsung dengan mereka. Lingkungan mikro secara langsung mempengaruhi perilaku, sikap dan persepsi beberapa konsumen (Pujangkoro et al., 2024).

Adapun indikator lingkungan sosial menurut Kotler & Keller adalah:

1) Kelompok Acuan
   Kelompok acuan mencakup semua kelompok yang memeberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang baik secara langsung atau tidak langsung.
2) Keluarga
   Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota keluarga merupakan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.
3) Peran dan Status
   Orang-orang bergabung dengan banyaknya kelompok keluarga, klub, organisasi.

Pengaruh Pendapatan Terhadap Perilaku Konsumsi

Pengaruh pendapatan merupakan faktor yang dapat berpengaruh terhadap perilaku konsumsi sebagaimana telah dijelaskan dalam teori perilaku konsumsi terdapat faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu keadaan ekonomi. Semakin besar pendapatan maka semakin meningkat pula cara mengkonsumsi suatu barang atau jasa.

Ha1 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pendapatan TKI terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo.

H01 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pendapatan TKI terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo

Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi

Pengaruh lingkungan sosial merupakan proses pengupayaan yang dilakukan lingkungan untuk mengubah sikap, kepercayaan, pandangan, atau perilaku setiap individu. Pengaruh lingkungan sosial memberikan dampak pada orang lain seperti mengubah tingkah laku seseorang, membentuk bagaimana orang lain dapat mempengaruhi dan mengubah keputusan perilaku.

Ha2 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo

H02 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo.

Pengaruh Pendapatan, dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Konsumsi

Pendapatan yang diperoleh Tenaga Kerja Indonesia (TKI) yang bekerja di luar negeri memiliki pendapatan yang tinggi. Pendapatan yang tinggi memiliki kemampuan untuk membeli lebih banyak barang atau jasa yang dibutuhkan maupun yang diinginkan. Akibatnya pola konsumsi dapat meningkat. Lingkungan sosial juga berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsi seperti terdorong untuk mengikuti gaya hidup oleh masyatakat sekitarnnya.

Ha3 : Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara Pendapatan TKI dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo.

H03 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Pendapatan TKI dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Kabupaten Ponorogo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh pendapatan Tenaga Kerja Indonesia dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi di Ponorogo menurut perspektif ekonomi Islam. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel, dan analisis data bersifat statsistik untuk menguji hipotesisi yang ditetapkan. Lokas penelitian ini fokus pada masyarakat Tenaga Kerja Indonesia di Kabupaten Ponorogo yang bekerja di luar negeri selama satu terkahir ini pada tahun 2024. Populasi pada penelitian ini terdapat 2983 orang yang menjadi TKI. Sampel yang digunakan sebanyak 97 responden dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Teknik *Purposive Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel sesuai dengan kriteria seperti Tenaga Kerja Indonesia di Wilayah Kabupaten Ponorogo. Penyebaran Jenis data penelitian yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kusesioner, dan data sekunder data yang didapatkan pada Dinas Tenaga Kerja Ponorogo. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini melakukan penyebaran kuesioner menggunakan skala likert, dengan 33 butir pernyataan yang disebarkan kepada responden. Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis linier berganda dan uji asumsi klasik dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Validitas

Dari Hasil Uji Validitas dapat diketahui bahwa nilai sig <0,05 dan memiliki Rhitung > Rtabel. Sehingga seluruh pernyataan dikatakan valid dan dapat digunakan instrument penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
Pendapatan TKI	0,404	0,199	0,000	Valid
	0,511	0,199	0,000	Valid
	0,520	0,199	0,000	Valid
	0,427	0,199	0,000	Valid
	0,454	0,199	0,000	Valid
	0,422	0,199	0,000	Valid
	0,533	0,199	0,000	Valid
	0,429	0,199	0,000	Valid
	0,447	0,199	0,000	Valid
	0,339	0,199	0,001	Valid
	0,400	0,199	0,000	Valid
	0,330	0,199	0,001	Valid
Lingkungan Sosial	0,588	0,199	0,000	Valid
	0,282	0,199	0,005	Valid
	0,606	0,199	0,000	Valid
	0,239	0,199	0,018	Valid
	0,534	0,199	0,000	Valid
	0,599	0,199	0,000	Valid
	0,399	0,199	0,000	Valid
	0,469	0,199	0,000	Valid
	0,590	0,199	0,000	Valid
	0,590	0,199	0,000	Valid
Perilaku Konsumsi	0,515	0,199	0,000	Valid
	0,476	0,199	0,000	Valid
	0,459	0,199	0,000	Valid
	0,499	0,199	0,000	Valid
	0,458	0,199	0,000	Valid
	0,519	0,199	0,000	Valid
	0,398	0,199	0,000	Valid
	0,467	0,199	0,000	Valid
	0,447	0,199	0,000	Valid
	0,554	0,199	0,000	Valid
	0,535	0,199	0,000	Valid
	0,636	0,199	0,000	Valid

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Uji Realibilitas

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Cronbcah's Alpha* lebih dari 0,60 sehingga item pernyataan untuk variabel X1 (Pendapatan TKI), X2 (Lingkungan Sosial), dan Y (Perilaku Konsumsi) sudah realibel.

Table 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	*Cronbcah's Alpha*	Batas	Keterangan
Pendapatan TKI	0,613	0,60	Realibel
Lingkungan Sosial	0,658	0,60	Realibel
Perilaku Konsumsi	0,724	0,60	Realibel

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui nilai residual yang didapatkan dalam penelitian apakah berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.81615040
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.045
	Negative	-.071
Test Statistik		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

Sumber data diolah SPSS 25, 2025.

Berdasarkan tabel diatas terlihat semua variabel residual memiliki nilai signifikan dari uji *Kolmogorov Smirnov Test* sebesar 0,200 yang melebihi nilai batas 0,05. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa data hasil penelitian sudah berdistribusi normal sehingga analisis regresi dapat dilaksanakan.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas digunakan untuk menguji adanya hubungan anatara beberapa variabel atau seluruh variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4. Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.744	5.420		1.613	.110		
	X1	.528	.090	.506	5.877	.000	.942	1.061
	X2	.310	.133	.200	2.330	.022	.942	1.061

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolineritas pada tabel dapat diketahui nilai VIF dari masing-masing variabel menunjukkan kurang dari 10,0, sedangkan untuk nilai Tolerance untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinieritas, sehingga antara variabel pendapatan, dan lingkungan sosial tidak terindikasi memiliki korelasi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain dalam model regresi.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		X1	X2	Unstandardized Residual
Pendapatan (X1)	Correlation Coefficient	1.000	.251*	-.007
	Sig. (2-tailed)	.	.013	.946
	N	97	97	97
Lingkungan Sosial (X2)	Correlation Coefficient	.251*	1.000	-.009
	Sig. (2-tailed)	.013	.	.930
	N	97	97	97
Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.007	-.009	1.000
	Sig. (2-tailed)	.946	.930	.
	N	97	97	97

Sumber data diolah SPSS 25,2025

Berdasarkan hasil uji *Spearmen's Rho* pada Tabel 4.12 Variabel pendapatan, dan lingkungan sosial memiliki nilai signifikan yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji *Spearmen's Rho* tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel X atau lebih terhadap variabel Y.

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.744	5.420		1.613	.110
	PENDAPATN TKI	.528	.090	.506	5.877	.000
	LINGKUNGAN SOSIAL	.310	.133	.200	2.330	.022

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMSI ISLAM

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = 8{,}744 + 0{,}528\ X_1 + 0{,}310\ X_2 + \varepsilon}$$

a. Nilai konstanta (b0) sebesar 8,744. Hal ini menunjukkan ketika variabel pendapatan dan lingkungan sosial bernilai nol maka perilaku konsumsi keluarga TKI sebesar 8,744
b. Nilai konstanta (b1) sebesar 0,528. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel pendapatan meningkat sebesar satu satuan, maka variabel perilaku konsumsi keluarga tenaga kerja Indonesia atau pekerja migran Indonesia meningkat sebesar 0,528 dengan asumsi semua faktor lainnnya.
c. Nilai konstanta (b2) sebesar 0,310. Hal ini menunjukkan bahwa ketika variabel lingkungan sosial meningkat sebesar satu satuan, maka variabel perilaku konsumsi keluarga tenaga kerja Indonesia atau pekerja migran Indonesia meningkat sebesar 0,310 dengan asumsi semua faktor lainnnya.

UJi t

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh setiap variabel independen Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui hasil uji t sebagai berikut:

a. Pengaruh pendapatan (X1) terhadap perilaku konsumsi keluarga (Y)
   Hasil pengujian menghasilkan nilai t_{hitung} 5,877 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikasi adalah 0,000 < 0,05 sehingga H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa varaiabel pendapatan artinya secara signifikan terdapat pengaruh pendapatan TKI terhadap perilaku konsumsi keluarga Tenaga Kerja Indonesia atau Pekerja Migran Indonesia di Kabupaten Ponorogo.
b. Pengaruh Lingkungan Sosial (X2) terhadap perilaku konsumsi (Y)
   Hasil pengujian menghasilkan nilai t_{hitung} 2,330 > t_{tabel} 1,985 dan nilai signifikasi adalah 0,022< 0,05 sehingga H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa varaiabel lingkungan sosial artinya secara signifikan terdapat pengaruh pendapatan TKI terhadap perilaku konsumsi keluarga Tenaga Kerja Indonesia atau Pekerja Migran Indonesia di Kabupaten Ponorogo.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang terdiri dari variabel Pendapatan (X1) dan Lingkungan Sosial (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen perilaku konsumsi (Y)

Tabel 8. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	400.013	2	200.007	24.694	.000[b]
	Residual	761.347	94	8.099		
	Total	1161.361	96			

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan Tabel diatas menghasilkan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Dan nilai F_{hitung} 24,694 > F_{tabel} 3,09. Sehingga H_{03} ditolak dan $\text{H}_{\text{a}3}$ diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel pendapatan dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi keluarga Tenaga Kerja Indonesia di Kabupaten Ponorogo.

Uji Koefisien Determinasi $(\mathbf{R^2})$

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur sejauh mana tingkat hubungan antara variabel dependen dengan independen atau sebaliknya sejauh mana kontribusi variabel independen mempengaruhi.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi $(\mathbf{R^2})$

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587[a]	.344	.330	2.846

Sumber data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0,344 atau 34%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu lingkungan sosial dan pendapatan TKI memberikan kontribusi sebesar 34,4% terhadap variabel dependen yaitu perilaku konumsi. Dengan kata lain 34,4% penjelasan atau pengaruh terhadap perilaku konsumen dapat disebabkan oleh faktor tersebut, sedangkan 65,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Pengaruh Pendapatan Tenaga Kerja Indonesia Terhadap Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan secara signifikan terdapat pengaruh pendapatan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) terhadap perilaku konsumsi di Kabupaten Ponorogo. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi pendapatan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) semakin meningkat perilaku konsumsi keluarga. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori perilaku konsumsi yang dimana terdapat faktor pribadi yang mempengaruhi perilaku konsumsi seperti keadaan ekonomi. Menurut Keynes, peningkatan pendapatan akan mendorong peningkatan konsumsi, karena pada dasarnya setiap orang cenderung menggunakan sebagian dari pendapatannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan hidup, baik kebutuhan pokok, sekunder maupun tersier.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh oleh Mandasari menyatakan bahwa pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi. Namun penelitian ini memberikan nilai tambah dengan meninjau fenomena tersebut dari perspektif ekonomi Islam, yang menekankan keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan duniawi dan tanggung jawab ukhrawi.

Dalam pandangan Islam, konsumsi bukan semata-mata aktivitas ekonom, tetapi juga kativitas moral dan spiritual. Tujuan konsumsi adalah mencapai *maslahah*, yaitu memiliki dua kandungan yaitu manfaat dan berkah, dalam artian seorang konsumen dapat mengkonsumsi

barang yang halal dan haram, serta menghindari *israf* (berlebihan) yaitu bermewah-mewahan. Artinya meskipun konsumsi meningkat karena adanya pendapatan yang tinggi, perilaku tersebut harus tetap dikendalikan agar tidak terjadi pemborosan atau hanya sekedar mengikut hawa nafsu. Dengan demikian, ketika pendapatan berpengaruh positif terhadap perilaku konsumsi, nilai-nilai Islam mengigatkan pentngnya pengendalian diri (qana'ah) agar perilaku konsumsi tetap proporsional dan mendatangkan keberkahan bukan sekedar kepuasan sesaat.

Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Konsumsi Keluarga Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Dalam teori lingkungan sosial menurut Kotler & Keller lingkungan sosial memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perilaku konsumsi individu dalam kehidupan sehari-hari. Lingkungan ini mencakup beberapa aspek seperti keluarga, kelompok acuan, peran dan status. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh lingkungan sosial terhadap perilaku konsumsi keluarga Tenaga Kerja Indonesia (TKI) sangat signifikan dan komplek mencerminkan perubahan perilaku konsumsi serta pengeluaran yang dipengaruhi oleh faktor sosial. Dalam membelanjakan suatu produk mereka terpengaruh dari lingkungan teman sebaya, teman kerja, dan keluarga. Pada saat membeli suatu produk selalu tergiur oleh iklan ataupun kerabat yang mempunyai pengalaman dalam membeli produk yang diinginkan. Dalam pandangan Islam, hal ini perlu diwaspadai karena dapat memicu sikap riya' (pamer), hasad (iri), dan boros, yang semuanya dilarang dalam ajaran Islam. Islam mengajarkan untuk bersikap sederhana dan tidak mengikuti gaya hidup orang lain hanya demi status sosial. Oleh karena itu, penting bagi keluarga TKI untuk menanamkan nilai-nilai Islam dalam mengelola keuangan dan konsumsi agar terhindar dari perilaku yang merugikan secara spiritual maupun material. Oleh karena itu, pentingnya adanya komunitas seperti kelompok ekonomi syariah atay koperasi syariah yang dapat menanamkan nilai-nilai tanggung jawab dalam mengelola pendapatan dan konsumsi

Pengaruh Pendapatan Tenaga Kerja Indonesia dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi Menurut Perspektif Ekonomi Islam

Analisis regresi menunjukan bahwa pendapatan dan lingkungan sosial secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi TKI di Ponorogo. Dari hasil analisis dapat dijelaskan bahwa variabel Pendapatan Tenaga Kerja Indonesia (TKI) dan pengaruh lingkungan sosial memiliki peran dalam membentuk perilaku konsumsi, sehingga harus dikendalikan dan diarahkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Pendapatan yang diterima merupakan sebuah tanggungjawab sesuai dengan tujuan hidup Islam, yakni mencapai kesejahteraan di dunia maupun diakhirat. Besarnya pendapatan dapat mengalami perubahan perilaku konsumsi yang di mana dalam berkonsumsi secara Islam tidak berlebihan (*israf)* dan tidak bermegah-megah. Pengaruh lingkungan sosial dapat menunjukkan bahwa cara membeli barang-barang dapat terpengaruhi oleh teman atau keluarga dengan menikuti

gaya hidup orang lain. Perilaku ini bertentangan dengan nilai Islam yang mengajarkan keseimbangan, dan kesederhanaan, dalam membelanjakan harta.

Dari perspektif ekonomi Islam, pendapatan dan lingkungan sosial harus dipandang sebagai amanah yang menuntut pengelolaan bijak dan berorientasi maslahah. Prinsip syariah menekankan bahwa konsumsi yang baik adalah yang memenuhi kebutuhan secara wajar, tidak berlebih, dan membawa manfaat sosial. Dengan demikian, meskipun faktor ekonomi dan sosial meningkatkan kemampuan konsumsi, Islam mengajarkan keseimbangan antara kebutuhan dan keberkahan. Agar terhindar dari sikap yang berlebihan dengan memberikan edukasi atau pemahaman mengenai keuangan syariah bagi para TKI agar dapat mengelola pendapatan dengan bijak, menabung, dan berinvestasi syariah serta berkontribusi pada kesejehateraan sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa (a) Pendapatan berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi di Ponorogo menurut perspektif ekonomi Islam. (b) Lingkungan Sosial berpnegaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi di Ponorogo menurut perspektif ekonomi Islam. (c) Pendapatan dan Lingkungan Sosial berpengaruh simultan terhadap perilaku konsumsi di Ponorogo menurut perspektif ekonomi Islam

Penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan pendapatan dan kuatnya pengaruh lingkungan sosial dapat mendorong perilaku konsumsi yang lebih tinggi di kalangan keluarga TKI. Dalam konteks ekonomi Islam, hal ini menjadi pengingat penting bahwa kesejahteraan materi harus diimbangi dengan pengendalian diri, kesederhanaan, dan tanggung jawab moral agar konsumsi tidak menjurus pada israf (pemborosan) atau tabdzir. Implikasi praktis dari hasil penelitian ini adalah perlunya edukasi keuangan syariah bagi keluarga TKI agar mampu mengelola pendapatan secara bijak, menabung, berinvestasi secara halal, serta menyalurkan sebagian rezeki melalui zakat, infak, dan sedekah. Selain itu, hasil ini juga menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan lembaga keuangan syariah untuk mengembangkan program pemberdayaan ekonomi yang memperkuat nilai-nilai Islam dalam perilaku konsumsi masyarakat Ponorogo.Untuk penelitian selanjutnya agar menggali atau menambah variabel penelitian agar dapat menghasilkan gambaran mengenai masalah penelitian yang akan diteliti serta agar mengetahui faktor lain yang belum dijelaskan di penelitian ini dalam melakukan perilaku konsumsi.

REFERENSI

Andreanto, M. U. (2022). Analisis Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Studi Kasus Kelurahan Kuripan Yosorejo). *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 43–53.

Anggraini, P., Monanisa, M., & Arafat, Y. (2020). Dampak Tenaga Kerja Wanita (Tkw) Terhadap Sosial Ekonomi Keluarga Yang Ditinggalkan Di Kecamatan Tanjung Raja. *JURNAL SWARNABHUMI : Jurnal Geografi Dan Pembelajaran Geografi*, *5*(1), 35. https://doi.org/10.31851/swarnabhumi.v5i1.3220

Ardini, S. D., & Sugiarti, R. (2024). Tinjauan Literatur Sistematis: Pengaruh Lingkungan Sosial dan Perlakuan yang Diterima Remaja dari Lingkungan Sosialnya terhadap Psychological Well-Being. *Jurnal Syntax Admiration*, *5*(8), 3147–3156. https://doi.org/10.46799/jsa.v5i8.1473

Bukhari, E., Ery Teguh Prasetyo, & Sri Utami Ulfa Rahma. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Belanja Online Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Manajemen*, *18*(1), 49–56. https://doi.org/10.31599/jiam.v18i1.1043

Habibi, M. (2022). Teori konsumsi, produksi dan distribusi dalam perspektif ekonomi syariah. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam*, *2*(1), 88–104.

Harahap, E. (2023). Peran Lingkungan Sosial Masyarakat dalam Pembentuksn Karakter Belajar Peserta Didik di MIN 2 Padangsidimpuan. *Dirasatul Ibtidaiyah*, *3*(1), 44–55. http://jurnal.iain-padangsidimpuan.ac.id/index.php/IBTIDAIYAH/article/view/8414/4619

Hasanah, N., Anggraini, T., & Harahap, R. D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Media Sosial dan Lingkungan Sosial terhadap Perilaku Konsumsi di Masa Pandemi Menurut Ekonomi Islam: *MES Management Journal*, *2*(1), 1–13. https://doi.org/10.56709/mesman.v2i1.36

Lailani, S., & Maulida, S. P. (2022). Analisis Pendapatan dan Jumlah Penduduk terhadap Tingkat Konsumsi di Provinsi Aceh. *Langgas: Jurnal Studi Pembangunan*, *1*(1), 31–37. https://doi.org/10.32734/ljsp.v1i1.8153

Mandasari, A. (2021). *Pengaruh Pendapatan terhadap Perilaku Konsumsi Petani Karet di Desa Simpang Kubu Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar dalam Perspektif Ekonomi Syariah*. 1–79.

Maryati, T. (2023). *Indonesian Journal of Business, Accounting and Management Literatur Review Consumption behavior in Islam*. *6*(2), 67–80. https://doi.org/10.36406/ijbam.v6i02.865

Muhsa, T. T., & Lydia Rosintan. (2023). Analisis Variabel Tingkat Kemiskinan Kota/Kabupaten Di Provinsi Kalimantan Selatan. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *3*(1), 799–814. https://doi.org/10.25105/jet.v3i1.15594

Nugroho, A., & Wulandhari, O. (2023). The effect of household income and consumption on family welfare with lifestyle as a moderating variable. *Ijafibs*, *12*(2), 81–92. www.ijafibs.pelnus.ac.id

Nur Faizah, A., Widjajanti, K., & Indarto. (2024). The Effect Of Financial Literacy And Income On Consumptive Behavior With Lifestyle As A Moderating Variable (Study On University Of Muhammadiyah Semarang Students) Moderating (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Semarang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, *4*(6), 9349–9358. http://journal.yrpipku.com/index.php/msej

Pujangkoro, S. A., Sinulingga, S., Dharma, M., & Nasution, T. P. (2024). The influence of internal and external integration on marketing performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology*, *7*(4), 1839–1847.

Qoriani, H. F. (2020). Analisa Perilaku Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam Pada Masyarakat Desa. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, *07*(02), 512–531.