

STUDI EMPIRIS ATAS *ABSOLUTE INCOME HYPOTHESIS* DAN *PERMANENT INCOME HYPOTHESIS* DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Anton Bawono

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam (STAIN) Salatiga

Alfathbawono@yahoo.co.id

Abstract

Conventional consumption theory has complementary development and correct to one another. In this study, the aims include religiosity variable determinant of consumption, the household consumption behavior of Muslims. The analysis tool used is multiple regressions. Research findings indicate that religiosity variables have the most dominant and significant influence. While the other variables are also significant is the variable income, wealth and the wealth of productive smoothly the current period. The most dominant religiosity variable coefficients, because the more religious a Muslim will increasingly think of consumption the interests others in need, as it has a good prospect in the world in life and after death, in accordance with the guidance in the Qur'an and the Sunnah of the Prophet.

Keywords: Religiosity, Determinants of Consumption, Household Muslim

Abstrak

Teori konsumsi konvensional memiliki perkembangan yang saling melengkapi dan mengoreksi antara satu dengan yang lain. Dalam penelitian ini, bertujuan memasukkan variabel religiusitas dalam determinan konsumsi, pada perilaku konsumsi rumah tangga Muslim. Alat analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil temuan penelitian menunjukkan, bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh paling dominan dan signifikan. Sedangkan variabel lain yang juga berpengaruh signifikan adalah variabel pendapatan periode sekarang, kekayaan lancar periode sekarang dan kekayaan produktif periode sekarang. Koefisien variabel religiusitas paling dominan, disebabkan karena seorang muslim yang semakin religius akan semakin memikirkan konsumsi untuk kepentingan orang lain yang membutuhkan, karena memiliki prospek baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat, sesuai dengan tuntunan dalam al-Qur'an dan Sunnah Nabi.

Kata kunci: Religiusitas, Determinan Konsumsi, Rumah Tangga Muslim

Pendahuluan

Teori konsumsi konvensional telah mengalami banyak perkembangan, pada perkembangan awal teori konsumsi yang disampaikan oleh John Maynard Keynes dengan *General Theory*-nya, yang menyampaikan bahwa konsumsi itu dipengaruhi oleh pendapatan riil mereka. Teori konsumsi J.M. Keynes ini menunjukkan bahwa pendapatan adalah determinan primer dalam perilaku konsumsi. Dalam perkembangannya banyak ahli ekonomi tertarik untuk menguji kebenaran teori konsumsi yang disampaikan J.M. Keynes tersebut. Tokoh yang turut menguji kebenaran teori konsumsi tersebut antara lain Simon Kuznet (1942), Brady dan Friedman (1947) dan Goldsmith (1955).

Sedangkan Seorang Muslim dalam aktivitas hidupnya berusaha untuk selalu mengikuti ajaran-ajaran yang ada di al-Qur'an dan Sunnah Nabi yang merupakan sumber pokok etika Islam (Naqvi, 2003 : 56). Sehingga dalam aktivitas hidupnya setiap Muslim cenderung berdasarkan *frame work* aksioma etika ekonomi Islam yang bersumber dari agama yaitu al-Qur'an dan Hadis (Bawono, 2006: 68-69). Dikarenakan dalam aktivitas hidupnya setiap Muslim mengikuti ajaran-ajaran yang ada di al-Qur'an dan Sunnah Nabi, maka dalam perilaku konsumsipun berpedoman pada ajaran-ajaran tersebut. Sehingga dalam berkonsumsi, besar kemungkinan akan menghasilkan variabel lain yang dijadikan determinan konsumsi.

Dalam rumah tangga Muslim di dalam berkonsumsi tidak semata-mata pengeluarannya hanya untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri tetapi juga berusaha memenuhi kebutuhan orang lain yang membutuhkan, yang dapat berupa zakat, infaq dan shodaqah. Perilaku konsumsi yang orientasinya untuk tujuan sosial yang berusaha memenuhi kebutuhan orang lain, tentunya setiap rumah tangga Muslim memiliki tingkat motivasi yang berbeda-beda. Di dalam al-Qur'an dan Sunnah Nabi menyampaikan ajaran-ajaran untuk membayar zakat, infaq dan shodaqah, di samping itu juga dampak sosial dan ekspektasi pahala yang dijanjikan oleh Allah swt.

Berdasarkan hal tersebut di atas, motivasi rumah tangga Muslim dalam berkonsumsi akan berbeda antara satu dengan yang lain tergantung oleh tingkat pemahaman dalam keberagamaan

(religiusitas) Muslim tersebut. Semakin religius rumah tangga Muslim tersebut, maka akan semakin termotivasi rumah tangga tersebut untuk membayar kewajibannya untuk berzakat, infaq dan shadaqah. Sehingga perilaku konsumsi rumah tangga Muslim tidak hanya tergantung oleh besar kecilnya pendapatan yang dimiliki rumah tangga Muslim tersebut tetapi juga tingkat religiusitas dari rumah tangga tersebut. Di samping itu juga rumah tangga Muslim di dalam berkonsumsi barang dan jasa tentunya sesuai ajaran agamanya, seperti tidak kikir dan berlebihan. Oleh karena itu sangat menarik jika teori konsumsi yang di sampaikan dalam *Absolute Income Hypothesis* dan *permanent income hypothesis* diuji kembali secara empiris dengan obyek rumah tangga muslim dengan memasukkan variabel religiusitas.

Absolute Income Hypothesis

Pada tahun 1936 muncullah tokoh ekonomi yang memperbaiki dan merevisi teorinya klasik, pada saat beberapa tahun sebelumnya terjadi *Great Depression*. Pada tahun tersebut pula dengan *General Theory*-nya, John Maynard Keynes menyampaikan fungsi konsumsi yang dirumuskan sebagai berikut :

$$C = C_0 + bY, 0 < \partial C / \partial Y < 1$$

Dimana:

C : Konsumsi,

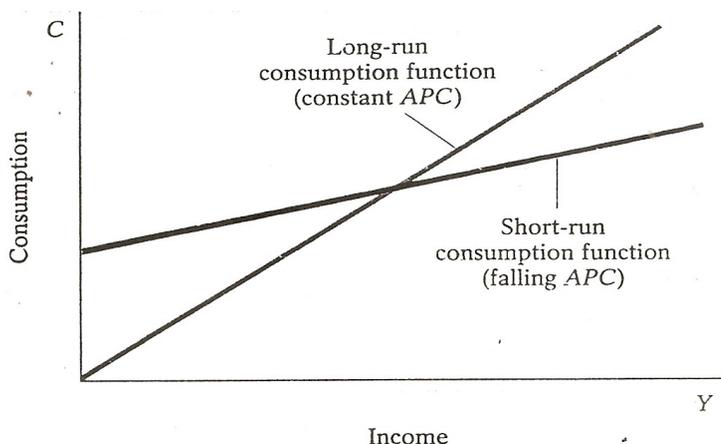
C₀ : Konsumsi Otonom,

Y : Pendapatan dan

b : $\partial C / \partial Y$ atau MPC (*Marginal Propensity to Consume*)

Berdasarkan persamaan tersebut di atas menunjukkan, bahwa pendapatan adalah determinan konsumsi yang utama. Di samping itu, fungsi konsumsi tersebut menunjukkan adanya konsumsi otonom, yaitu besarnya konsumsi yang terjadi ketika pendapatan sama dengan nol. Pendapat dari J.M. Keynes ini menimbulkan banyak ketertarikan dari para ahli ekonomi untuk menguji secara empirik kebenaran dari teori konsumsinya, tokoh-tokoh ekonomi tersebut antara lain Kuznets (1942), Brady dan Friedman (1947), dan Goldsmith (1955).

Simon Kutznet (1942) menggunakan data *time series* dan data *cross section* menemukan hasil yang sedikit berbeda dengan yang ditemukan oleh J.M. Keynes. Temuan tersebut memiliki kesamaan dengan pendapat Keynes ketika menggunakan data jangka pendek, tetapi akan berbeda hasilnya jika menggunakan data dengan menggunakan periode waktu jangka panjang. Jika hasil temuan Kutznet tersebut digambarkan, maka sebagai berikut :



Sumber: Menkiew (1994)

Gambar: 1

Konsumsi Jangka Pendek dan Panjang

Permanent Income Hypothesis

Tokoh yang menyampaikan teori ini adalah Milton Friedman. Dalam hipotesisnya, Friedman menyatakan: bahwa kita memandang pendapatan sekarang Y sebagai jumlah dari dua unsur, pendapatan permanen Y^p dan pendapatan transitoris Y^t . Pendapatan permanen adalah bagian pendapatan yang orang harapkan untuk terus bertahan di masa depan. Pendapatan transitoris adalah bagian pendapatan yang tidak diharapkan untuk terus bertahan (Menkiw, 1994 : 410-412). Fungsi konsumsi yang sebagai pendekatan Friedman adalah :

$$C = \alpha Y^p$$

Dimana α adalah konstanta yang mengukur bagian dari pendapatan permanen yang dikonsumsi.

Beberapa penelitian sebelumnya yang mendukung kedua teori tersebut di atas antara lain: Thomas Mayer (1972: 757-778) menyebutkan, bahwa adanya zero correlation antara transitory income (Y') dengan konsumsi (C). Syahrudin (1991) menemukan, bahwa konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan setelah dikurangi pajak, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sedangkan pendapatan setelah dikurangi pajak ternyata merupakan variabel yang mempunyai pengaruh yang paling menentukan.

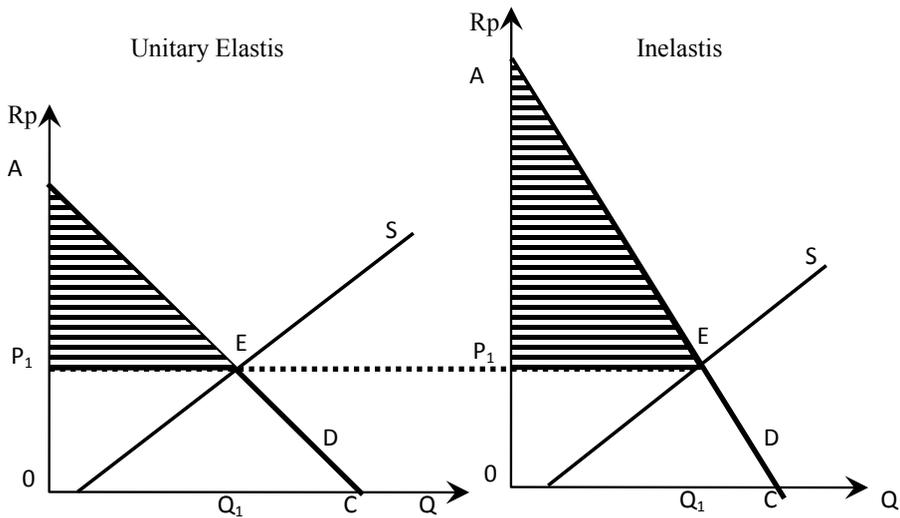
Hasil penelitian Dumairy (1997: 1929-1930) menunjukkan, bahwa adanya hubungan fungsional antara konsumsi, pendapatan permanen dan inflasi. Hasil analisis menunjukkan, bahwa pendapatan permanen terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengeluaran konsumsi masyarakat, dengan MPC = 0,505. Bronson dan Klevorick (1969: 842) menggunakan model fungsi konsumsi : $\ln C_t = b_0 + b_1 \ln Y_t + b_2 \ln W_t + b_3 \ln P_t$. Di mana : C_t = konsumsi riil, Y_t = pendapatan riil, W_t = kekayaan, dan P_t = harga. Hasil temuannya menunjukkan bahwa ketika harga, pendapatan uang, dan kekayaan saat ini mengalami kenaikan dalam proporsi yang sama, konsumsi riil meningkat dan signifikan.

Religiusitas

Seorang Muslim dalam perilaku hidupnya yang berkaitan dengan ekonomi, akan selalu berpedoman pada *frame work* aksioma ekonomi Islam. Sehingga dalam aktivitas ekonominya berusaha tidak lepas dengan tujuan untuk beribadah. Usaha untuk tidak meninggalkan *frame work* aksioma ekonomi Islam yang bersumber dari agama yaitu al-Qur'an dan Hadist, tergantung kepada tingkat religiusitas (keberagamaan). Menurut Glock dan Stark (1965: 20-21), ada lima dimensi keberagamaan, yaitu idiologis, ritualistik, eksperiensial, konsekuensial, dan intelektual. Sedangkan menurut Ancok dan Suroso (1994: 80-81), dimensi keyakinan dapat disejajarkan dengan akidah, dimensi peribadatan atau praktik agama disejajarkan dengan syariah, dimensi pengalaman atau penghayatan disejajarkan dengan ihsan, dimensi pengetahuan agama disejajarkan dengan ilmu, dan dimensi pengamalan disejajarkan dengan akhlak.

Tingkatan dalam lima dimensi tersebut, jika di dalam diri individunya kandungan religiusitasnya berbeda, maka akan berbeda pula di dalam perilaku hidupnya termasuk dalam hal ini perilaku konsumsinya. Seorang yang tingkat religiusitasnya tinggi, maka di dalam berkonsumsinya akan selalu tidak hanya mengjar kepuasan secara fisik tetapi juga untuk dapat meraih *mashlahab*. Sehingga konsumsi seorang Muslim akan selalu berusaha memaksimalkan kandungan *mashlahab*-nya, walaupun untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut membutuhkan biaya yang lebih tinggi. Dengan kata lain, jika suatu barang atau jasa yang dikonsumsi semakin memiliki kandungan *mashlahab* semakin tinggi maka akan semakin disukai barang tersebut. Hal ini disebabkan, karena kandungan *mashlahab* dapat memperbesar surplus konsumen dari barang yang dikonsumsi. Dengan semakin besarnya *mashlahab*, maka akan semakin memperbesar surplus konsumen, yang berarti akan memperbesar ekstra kepuasan yang diperoleh oleh si konsumen tersebut, yang berdampak pada keinginan untuk melakukan pembelian yang berulang karena munculnya surplus konsumen atau ekstra kepuasan yang diperoleh tanpa tambahan pengorbanan yang dilakukan atau tambahan Rp. 0,00.

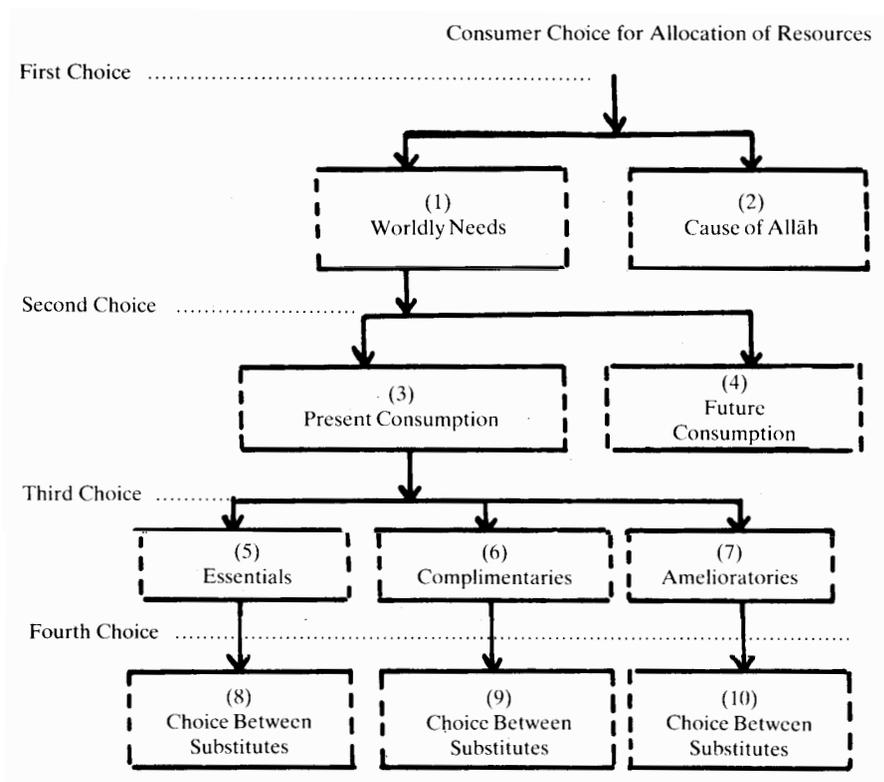
Besarnya surplus konsumen dapat dilihat dari tingkat elastisitas barang yang dikonsumsi. Semakin barang tersebut fungsi permintaannya semakin inelastis, maka akan semakin besar pula surplus konsumennya, yang berarti ekstra kepuasan yang diperoleh juga semakin besar, hal ini bisa disebabkan karena barang yang dikonsumsi oleh individu Muslim tersebut terdapat kandungan *mashlahab*. Aplikasi dalam gambar elastisitas dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar: 2
Hubungan Elastisitas Barang dan Surplus Konsumen

Berdasarkan hal tersebut di atas, kandungan *masblabah* yang ada dalam barang yang dikonsumsi, hanya akan dirasakan dan dicari oleh konsumen Muslim yang memiliki tingkat religiusitas. Semakin religius individu Muslim tersebut, maka akan semakin merasakan ekstra kepuasan dengan hadirnya *masblabah* dari barang yang dikonsumsi.

Di samping itu, seorang Muslim dalam berkonsumsi akan selalu berorientasi dalam pemenuhannya untuk kebutuhan dunia dan pemenuhannya karena Allah. Kedua kebutuhan tersebut dalam pemenuhannya untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Seperti dalam gambar berikut :



Sumber : M. Fahim Khan (1990: 101-105)

Gambar: 3

Pilihan Konsumen untuk Alokasi Sumber Daya

Beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi, antara lain :

Kontribusi agama dalam konsumsi diteliti oleh Blomberg, Deleire, dan Hess (2006), temuannya menunjukkan ada bukti kuat bahwa individu berperilaku seolah-olah kontribusi agama memiliki nilai setelah kehidupan. Amir Heiman, David R. Just, David Zilberman (2000), menggunakan analisis survai yang dilakukan di Israel, menemukan bahwa pendidikan dan agama memiliki efek yang signifikan terhadap sikap konsumsi. Chang (2005)

yang meneliti tentang kontribusi agama dan non agama terhadap konsumsi, hasil analisisnya menunjukkan bahwa agama dan amal berkaitan erat dengan konsumsi.

Metode Penelitian

Populasi

Populasi penelitian dalam penelitian ini adalah rumah tangga Muslim yang sudah hidup mandiri yang tinggal di Propinsi D.I. Yogyakarta.

Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini, dilakukan bergdasarkan kriteria dan beberapa karakteristik sampel yang sudah ditentukan sebelumnya (rumah tangga muslim yang sudah hidup mandiri).

Data yang digunakan

Data dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dan *interview*

Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan ini di bagi menjadi 3 bagian:

1. Data pendapatan, kekayaan dan konsumsi menggunakan skala rasio.
2. Data Religiusitas menggunakan skala interval, antara 0 – 10.

Uji Instrumen

Untuk melihat keterukuran variabel yang akan di ukur, dengan data yang diperoleh dari kuesioner, digunakan uji validitas dan reliabilitas.

Empirik model

Penelitian ini akan menguji model sebagai berikut :

$$C_t = \beta_0 + \beta_1 P_{t-2} + \beta_2 P_{t-1} + \beta_3 P_t + \beta_4 WL_{t-2} + \beta_5 WL_{t-1} + \beta_6 WL_t + +$$

$$\beta_7 WP_{t-2} + \beta_7 WP_{t-1} + \beta_8 WP_t + \beta_9 WTL_{t-2} + \beta_{10} WTL_{t-1} + \beta_{11} WTL_t + \lambda_1 R + \varepsilon_t$$

Dimana :

C_t = konsumsi periode sekarang

β_0 = konstanta

$\beta_{1..11}$ = koefisien pendapatan dan kekayaan

$P_{t-2,-1}$ = pendapatan periode t sampai dengan t_{-2}

$WL_{t-2,-1}$ = kekayaan lancar periode t sampai dengan t_{-2}

$WP_{t-2,-1}$ = kekayaan produktif periode t sampai dengan t_{-2}

$WTL_{t-2,-1}$ = kekayaan tidak lancar periode t sampai dengan t_{-2}

λ_1 = koefisien religiusitas

R = religiusitas

Definisi Operasional

1. Konsumsi sekarang adalah variabel konsumsi ini di *proxy* dari pengeluaran total rumah tangga, yaitu variabel yang dibentuk berdasarkan besarnya pengeluaran untuk konsumsi baik untuk kebutuhan sendiri (barang dan jasa kebutuhan duniawi) dan atau untuk kebutuhan orang lain (infaq, shodhakoh dan zaa kat) yang dikeluarkan dalam periode sekarang (Fahim Khan, 1990:101-105). Dalam hal ini kuesioner yang di pakai merupakan pertanyaan terbuka (Bawono, 2013: 93).
2. Pendapatan adalah variabel yang dibentuk berdasarkan besarnya rata-rata pendapatan riil yang diterimanya setiap bulan pada periode sekarang (P_t), satu periode sebelumnya (P_{t-1}), dua periode sebelumnya (P_{t-2}). Dalam hal ini kuesioner yang di pakai merupakan pertanyaan terbuka (Bawono, 2013: 85-86).
3. Kekayaan lancar adalah nilai kekayaan yang dimiliki sekarang (WL_t), satu periode sebelumnya (WL_{t-1}), dua periode sebelumnya (WL_{t-2}) yang manfaat ekonominya diharapkan akan diperoleh dalam waktu satu tahun atau kurang, misalnya uang tunai (kas), tabungan, surat berharga, piutang dan persekot biaya. Dalam hal ini kuesioner yang di pakai merupakan pertanyaan terbuka (Bawono, 2013: 85-86).
4. Kakayan produktif adalah nilai kekayaan yang dimiliki periode

- sekarang (WP_t), satu periode sebelumnya (WP_{t-1}), dua periode sebelumnya (WP_{t-2}), untuk tujuan memperoleh penghasilan dalam jangka waktu lebih dari satu tahun, misalnya deposito berjangka (lebih dari satu tahun), surat berharga (saham dan atau obligasi), dan tanah atau lahan yang ditanami pohon (contoh: jati, sengon dan lain-lain) yang memetik hasilnya setelah lebih dari satu tahun. Dalam hal ini kuesioner yang di pakai merupakan pertanyaan terbuka (Bawono, 2013: 87-88).
5. Kekayaan tidak lancar adalah nilai kekayaan yang dimiliki periode sekarang (WLT_t), satu periode sebelumnya (WLT_{t-1}), dua periode sebelumnya (WLT_{t-2}), yang memiliki substansi (ujud) fisik, dan memiliki manfaat ekonomi lebih dari satu tahun. Misalnya adalah bangunan rumah, tanah, dan kendaraan pribadi. Dalam hal ini kuesioner yang di pakai merupakan pertanyaan terbuka (Bawono, 2013: 90).
 6. Religiusitas adalah perwujudan keberagaman dalam berbagai sisi kehidupan manusia, yang terdiri lima macam dimensi : idiologis, ritualistik, eksperensial, intelektual, dan konsekuensial. Dalam hal ini kuesioner yang dipakai merupakan pertanyaan tertutup (Bawono, 2013: 82-84).

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Dalam analisis regresi yang di lakukan dalam penelitian ini, supaya dapat menghasilkan model yang memenuhi syarat *goodness of fit* dan kaidah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*), maka akan dilakukan uji statistik dan uji asumsi klasik.

Uji Instrumen

Instrumen yang diperlukan untuk di uji adalah kuesioner, responden yang digunakan untuk menguji instrumen ini adalah 30 rumah tangga Muslim yang telah hidup mandiri. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan instrumen yang valid dan realibel, sehingga mampu mendapatkan instrumen yang handal dalam penelitian. Hasil uji instrumen menunjukkan :

Tabel: 1
Uji Reliabilitas

Butir	Nilai Cronbach's Alpha
1 – 8	0,937
9 – 16	0,893
17 – 24	0,762
25 – 29	0,821
30 – 42	0,928

Sumber : Data terolah

Berdasarkan uji reliabilitas di atas menunjukkan, bahwa nilai Cronbach's Alpha dari butir-butir pertanyaan menunjukkan nilai yang lebih dari 0,6, sehingga bisa dikatakan bahwa butir-butir pertanyaan yang digunakan reliabel. Sedangkan berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan hasil yang minimal memiliki bintang satu, berdasarkan hal tersebut butir-butir pertanyaan yang digunakan bisa dan mampu mengukur dengan tepat variabel yang digunakan dalam penelitian.

Analisis

Hasil temuan menunjukkan, bahwa perspektif Islam mampu mewarnai perilaku konsumsi rumah tangga. Seorang Muslim dalam berkonsumsinya tidak semata-mata berdasarkan pendapatan dan kekayaan yang mereka peroleh seperti studi empirik yang dihasilkan dalam ekonomi konvensional, tetapi juga didasarkan pada keyakinan agama yang dianutnya sesuai tingkat religiusitas. Temuan ini berdasarkan analisis data sebagai berikut :

Tabel: 2

Masuknya Variabel Religisitas dalam Fungsi Konsumsi

Dependent Variable: LOGCT

Method: Least Squares

Date: 01/24/13 Time: 17:09

Sample: 1 73

Included observations: 73

White Heteroskedasticity-Consistent Standard Errors & Covariance

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.452345	0.340500	4.265326	0.0001
LOGR	1.359162	0.429541	3.164220	0.0023
LOGPT	0.330287	0.137866	2.395712	0.0193
LOGWLT	0.214689	0.056687	3.787259	0.0003
LOGWPT	0.002377	0.000838	2.837429	0.0060
R-squared	0.973436	Mean dependent var	6.447397	
Adjusted R-squared	0.971873	S.D. dependent var	0.216128	
S.E. of regression	0.036247	Akaike info criterion	-3.730886	
Sum squared resid	0.089341	Schwarz criterion	-3.574005	
Log likelihood	141.1773	F-statistic	622.9551	
Durbin-Watson stat	1.753080	Prob(F-statistic)	0.000000	

Sumber : Data terolah

Uji Statistik

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan, *pertama*, untuk uji t dapat dilihat dari nilai t hitung (dibandingkan dengan t tabel) atau dapat dengan melihat nilai probabilitas keempat variabel yaitu logR (0.0023), logPt (0.0193), logWlt (0.0003) dan log WPt (0.0060), bahwa keempat variabel tersebut memiliki nilai masing-masing di bawah 0,05 dan nilai koefisiennya bertanda positif, sehingga bisa dikatakan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan secara individu terhadap konsumsi sekarang. *Kedua*, untuk uji F dapat dilihat nilai F hitungnya (622.9551) atau nilai probabilitasnya (0,00000), karena nilai probabilitasnya lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa keempat variabel tersebut berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel konsumsi sekarang. *Ketiga*, uji determinasi dapat dilihat dari nilai adjusted

R^2 (0.971873), maka dapat dikatakan bahwa variabel independen persamaan yang digunakan dalam model penelitian ini, mampu menjelaskan variasi variabel dependen sebesar 97,1873% sedangkan sisanya 2.812700% dijelaskan oleh variasi variabel lain di luar model persamaan yang digunakan. Berdasarkan uji statistik tersebut di atas, maka bisa dikatakan bahwa model yang digunakan memenuhi syarat *goodness of fit*.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji multikolinieritas, heteroskedastisitas dan uji normalitas. Hasil uji asumsi klasik; *pertama*, uji multikolinieritas menunjukkan hasil sebagai berikut :

Tabel: 3

Uji Multikolinieritas

Regresi antar Variabel Independen	Nilai r^2
$\text{LogR} = f(\text{LogPt}, \text{LogWLt}, \text{LogWPt})$	0,922
$\text{LogPt} = f(\text{LogR}, \text{LogWLt}, \text{LogWPt})$	0,922
$\text{LogWLt} = f(\text{LogR}, \text{LogPt}, \text{LogWPt})$	0,884
$\text{LogWPt} = f(\text{LogR}, \text{LogPt}, \text{LogWLt})$	0,219
R^2 Utama = 0.974	

Sumber : data terolah

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji multikolinieritas dengan menggunakan metode *auxiliary Regression* menunjukkan hasil nilai r^2 dari regresi antar variabel independen masih lebih rendah dari nilai R^2 hasil regresi utama. Hasil ini menunjukkan bahwa model persamaan yang digunakan tidak terdapat penyakit multikolinieritas.

Sedangkan hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan penyakit heteroskedastisitas seperti terdapat dalam tabel berikut :

Tabel: 4

Uji Heteroskedastisitas

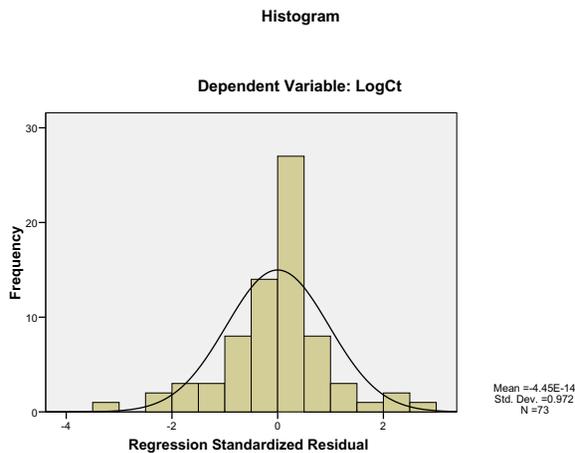
White Heteroskedasticity Test:

F-statistic	4.582324	Probability	0.000189
Obs*R-squared	26.58568	Probability	0.000833

Sumber : Data terolah

Berdasarkan tabel tersebut di atas, dengan melihat nilai $Obs \cdot R^2$ atau probabilitasnya, maka dapat di simpulkan terjadi penyakit heteroskedastisitas atau datanya tidak homogen. Oleh karena itu dibutuhkan pengobatan, setelah dilakukan pengobatan dengan menggunakan metode uji-white, menghasilkan analisis seperti dalam tabel 2 di atas. Dari pengobatan tersebut terdapat 4 determinan konsumsi yang mempengaruhi pengeluaran konsumsi secara signifikan.

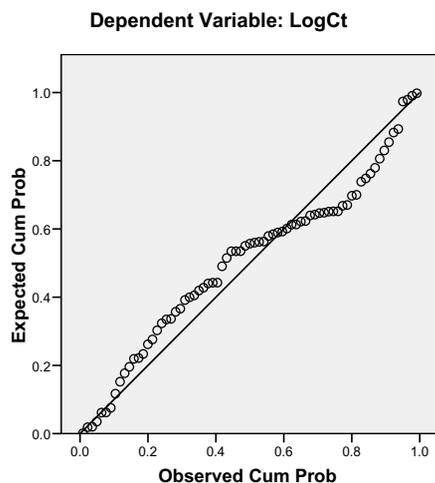
Sedangkan hasil uji normalitas menunjukkan hasil yang terdapat dalam gambar berikut :



Gambar: 5
Grafik Histogram

Dalam grafik Histogram disini yang dapat kita lihat adalah perbandingan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Terlihat bahwa grafik Histogram menunjukkan pola distribusi yang mendekati normal, sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas (Bawono, 2006: 175-176).

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar: 6

Grafik Normal Plot

Dalam grafik Normal Plot disini yang dapat kita lihat adalah perbandingan antara distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif data dari distribusi normal. Dalam grafik normal plot terlihat adanya titik-titik yang menyebarkan disekitar garis diagonal sedangkan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya. Sehingga bisa disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas (Bawono, 2006: 176).

Interprestasi

Berdasarkan table 2 di atas menunjukkan, bahwa persamaan yang memenuhi dan lolos uji statistik dan asumsi klasik atau memenuhi syarat *goodness of fit* dan kaidah BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) adalah :

$$\text{LogCt} = 1,452345 + 1,359162 \text{ LogR} + 0,330287 \text{ LogPt} + 0,214689 \text{ LogWLt} + 0,002377 \text{ LogWPt} + \epsilon.$$

1. Religiusitas (Log R)

Koefisien religiusitas sebesar 1,359162 artinya, jika ada kenaikan tingkat religiusitas seseorang sebesar 1% maka besarnya konsumsi rumah tangga Muslim akan naik sebesar 135,9162% dengan asumsi variabel lain dianggap konstan dan ceteris paribus. Dilihat dari nilai probabilitasnya sebesar 0,0023 dengan α sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel religiusitas memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap besarnya tingkat konsumsi rumah tangga Muslim. Semakin religius seorang Muslim, maka akan semakin besar keinginannya untuk menjalankan ajaran agama. Di mana ajaran agama Islam, berkaitan dengan pengalokasian pendapatan antara lain disamping untuk memenuhi kebutuhan sendiri tetapi juga orang lain yang membutuhkan. Semakin religius seseorang, maka keinginan untuk berbuat sosial sesuai ajaran agama akan semakin tinggi, bisa dalam hal kewajiban membayar zakat ataupun kesadaran memberikan infaq dan shodaqoh kepada yang membutuhkan.

Orang yang religius percaya, bahwa perbuatan yang baik dan sesuai dengan tuntunan ajaran agamanya akan mendapatkan balasan dari Allah swt. Bisa diibaratkan perbuatan baik itu merupakan investasi yang dilakukan saat ini dan akan mendapatkan hasil di dunia dan setelah kematian (akhirat). Hal ini selaras dengan temuan dari Chang (2005) yang meneliti tentang kontribusi agama dan non agama terhadap konsumsi, hasil analisisnya menunjukkan bahwa agama dan amal berkaitan erat dengan konsumsi (setelah kehidupan). Demikian juga dengan temuan dari Blomberg, Deleire, dan Hess (2006), temuannya menunjukkan ada bukti kuat bahwa individu berperilaku seolah-olah kontribusi agama memiliki nilai setelah kehidupan.

Kebutuhan konsumsi seorang muslim memiliki dua dimensi utama, yaitu kebutuhan dunia dan kebutuhan karena Allah (Fahim Khan, 1990: 101-1050. Kebutuhan dunia bisa untuk tujuan pemenuhan sekarang dan yang akan datang. Kebutuhan dunia untuk pemenuhan sekarang adalah hasil yang bisa dirasakan dalam kehidupan sekarang, seperti makan akan menimbulkan rasa kenyang dan terpenuhinya kebutuhan nutrisi di dalam tubuh, sehingga

menyebabkan tubuh sehat dan dapat menjalankan perintah dan ajaran agamanya dengan lebih baik. Untuk kebutuhan dunia dalam rangka pemenuhan yang akan datang, yaitu untuk mendapatkan *mashlahab*. *Mashlahab* dalam kaitan untuk pemenuhan kebutuhan yang akan datang yaitu untuk mendapatkan barokah dari Allah dalam berkonsumsi, sehingga hal tersebut akan menjadi tabungan di akhirat. Di samping itu, kebutuhan dunia untuk pemenuhan yang akan datang dapat berupa terciptanya tabungan ataupun investasi untuk pemenuhan kebutuhan di hari tua ataupun dapat meninggalkan anak dan keturunannya dalam kondisi kecukupan secara ekonomi. Hal ini dikarenakan meninggalkan anak keturunan dalam posisi tangan di atas akan lebih baik dari pada tangan di bawah (Qs. An Nissaa': 9).

Sedangkan pemenuhan kebutuhan karena Allah, juga meliputi dua bagian juga yaitu untuk saat sekarang dan untuk yang akan datang. Pemenuhan kebutuhan karena Allah ini dapat berupa konsumsi atau pengeluaran untuk membayar zakat, infaq dan shadaqah. Pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan orang lain karena Allah ini sebagai bentuk pengamalan dari ajaran agama dan mempercayai perbuatan tersebut akan mendapatkan balasan dari Allah (Qs. Al Anfaal: 60).

Implikasi yang dapat dirasakan di dunia dari perbuatan yang berupa pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan orang lain karena Allah (zakat infaq dan shadaqah), yaitu terciptanya pemerataan atau berkurangnya kesenjangan sosial, inflasi dapat lebih terkontrol dan stabilitas ekonomi akan semakin baik. Sikap untuk memikirkan kepentingan orang lain dengan cara hidup yang tidak berlebih-lebihan dan sesuai kemampuan akan dilakukan oleh seorang Muslim (Qs. Ath Thalaq: 7), karena itu yang diajarkan oleh Islam (Mannan, 1970). Dengan hidup tidak berlebih-lebihan akan ikut menjaga stabilitas ekonomi, karena tidak akan menyebabkan adanya tarikan permintaan yang menyebabkan harga-harga naik. Untuk pemenuhan kebutuhan karena Allah yang orientasinya untuk masa yang akan datang, yaitu untuk mendapatkan pahala dari Allah. Perbuatan tersebut merupakan investasi yang dilakukan oleh seorang Muslim yang akan dipetik hasilnya di akhirat nanti (Qs. Al Baqarah: 261). Seorang Muslim yang memiliki religiusitas tinggi

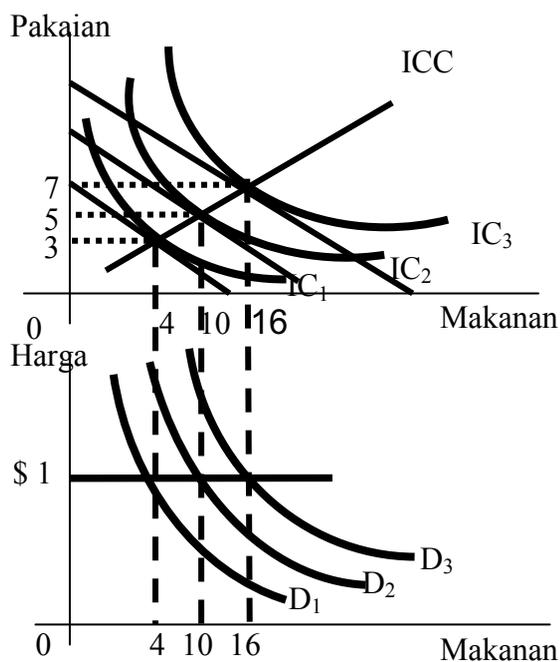
sangat mempercayai akan balasan dari Allah, maka perbuatan bagi Muslim yang semakin religius, akan semakin besar pengeluaran yang dilakukan di jalan Allah tersebut. Oleh karena itu ada hubungan yang positif dan signifikan antara tingkat religiusitas seorang Muslim dengan besarnya konsumsi yang dilakukan, hal ini dikarenakan dalam pengeluaran konsumsinya termasuk di dalamnya ada pengeluaran yang di jalan Allah (zakat, infaq dan shadaqah).

2. Pendapatan Sekarang (Log Pt).

Koefisien pendapatan sekarang (Log Pt) sebesar 0,330287, artinya jika ada kenaikan pendapatan sekarang sebesar 1% maka pengeluaran konsumsi akan naik sebesar 33,0287% dengan asumsi faktor-faktor yang lain konstan dan ceteris paribus. Dilihat dari nilai probabilitasnya sebesar 0.0193 dengan α sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel pendapatan sekarang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap besarnya tingkat konsumsi rumah tangga Muslim.

Semakin besar pendapatan sekarang yang diterima, maka akan semakin besar pengeluaran konsumsi yang dilakukan. Temuan ini di dukung oleh beberapa penelitian sebelumnya, antara lain Ball dan Drake (1964: 63-81) menggunakan model individu, bahwa konsumsi saat ini dipengaruhi pendapatan. Model penelitian yang digunakan oleh Bronson dan Klevorick (1969), Juster dan Watchel (1972: 564-579), Deton (1978: 524-536), dalam studinya tentang perilaku konsumsi di USA dan beberapa negara Eropa, menemukan adanya pengaruh pendapatan riil terhadap konsumsi riil.

Hubungan antara pendapatan sekarang dengan konsumsi dapat dijelaskan juga seperti dalam gambar berikut :



Sumber: Pindyck dan Rubinfeld (2005: 111)

Gambar: 7

Efek pengaruh perubahan pendapatan

Gambar tersebut di atas menggambarkan kombinasi berbagai barang yang dikonsumsi yang dapat memberikan kepuasan maksimum pada berbagai tingkat pendapatan, kurva ini sering disebut dengan *Income Consumption Curve* (ICC). Ketika ada kenaikan pendapatan maka akan terjadi kenaikan konsumsi, ada hubungan yang positif antara pendapatan dan besarnya konsumsi. Jika tingkat pendapatan naik, maka akan bergeser garis anggaran ke kanan, sehingga akan menyinggung kurva indifferen (IC) yang lebih tinggi dan hal tersebut berarti akan semakin banyak konsumsi yang dapat dinikmati konsumen.

3. Kekayaan Lancar Sekarang (Log W_{Lt})

Koefisien kekayaan lancar sekarang (Log W_{Lt}) sebesar 0,214689, artinya jika ada kenaikan kekayaan lancar sekarang

sebesar 1% maka pengeluaran konsumsi akan naik sebesar 21,4689 % dengan asumsi faktor-faktor yang lain konstan dan ceteris paribus. Dilihat dari nilai probabilitasnya sebesar 0.0003 dengan α sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kekayaan lancar sekarang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap besarnya tingkat konsumsi rumah tangga Muslim.

Kekayaan lancar dalam penelitian ini meliputi uang tunai (kas), tabungan, surat berharga, piutang dan persekot biaya dapat meningkatkan hasrat konsumsi pemiliknya. Hal ini dapat dilihat dari adanya hubungan positif antara kekayaan lancar dengan pengeluaran dalam penelitian ini. Temuan ini sejenis dengan penelitian yang dilakukan Syahrudin (1981), yang melakukan penelitian di Sumatra Barat, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan setelah dikurangi pajak, jumlah penduduk (jumlah anggota rumah tangga), jumlah harta lancar dan harta tetap yang dimiliki. Studi tersebut menyimpulkan bahwa konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan setelah dikurangi pajak, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor lainnya. Faktor lain tersebut satu diantaranya adalah harta lancar (WLt) yang mempunyai pengaruh positif terhadap besarnya konsumsi rumah tangga.

Penelitian yang berkaitan dengan pengaruh kekayaan lancar terhadap konsumsi juga dilakukan oleh Ricardo M Sousa (2008: 167), menunjukkan bahwa ada hubungan jangka panjang yang unik *cointegrating* antara konsumsi rumah tangga, pendapatan *disposable*, kekayaan finansial dan kekayaan perumahan di perkotaan China. Penelitian yang dilakukan oleh Jirka Slacalek (2006) menunjukkan bahwa kekayaan finansial memiliki pengaruh lebih kuat terhadap konsumsi dibandingkan kekayaan perumahan di sebagian besar negara kecuali Amerika Serikat dan Inggris.

4. Kekayaan Produktif Sekarang (Log WPt)

Koefisien kekayaan Produktif sekarang (Log WLt) sebesar 0,002377, artinya jika ada kenaikan kekayaan Produktif sekarang sebesar 1% maka pengeluaran konsumsi akan naik sebesar 0,2377% dengan asumsi faktor-faktor yang lain konstan dan ceteris paribus. Dilihat dari nilai probabilitasnya sebesar 0.0060 dengan α sebesar 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa variabel kekayaan produktif

sekarang memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap besarnya tingkat konsumsi rumah tangga Muslim.

Kekayaan produktif dalam penelitian ini meliputi deposito berjangka (lebih dari satu tahun), surat berharga (saham dan atau obligasi), dan tanah atau lahan yang ditanami pohon (contoh: jati, sengon dan lain-lain) yang memetik hasilnya setelah lebih dari satu tahun dapat meningkatkan hasrat untuk berkonsumsi dalam periode sekarang. Kekayaan produktif memiliki potensi meningkatkan pendapatan di masa nanti, ketika kekayaan produktif tersebut telah waktunya menghasilkan pendapatan. Kekayaan produktif periode sekarang memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi. Hal ini disebabkan pada periode sekarang nilai kekayaan produktif responden yang dimiliki akan menghasilkan keuntungan pada periode sekarang sehingga akan merubah perilaku konsumsi di periode sekarang.

Kesimpulan

Berdasarkan beberapa temuan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa diterminan konsumsi yang selama ini digunakan dalam *absolute income hypothesis* dan *permanent income hypothesis* masih ada variabel lain yang berpengaruh terhadap konsumsi yaitu religiusitas. Di samping itu, hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan, bahwa variabel religiusitas merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi konsumsi rumah tangga Muslim.

Religiusitas seorang Muslim memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap konsumsi, hal ini disebabkan di dalam konsumsi Muslim meliputi pengeluaran (konsumsi) dunia dan konsumsi karena Allah (pengeluaran sosial). Rumah tangga Muslim yang semakin religius akan semakin memikirkan konsumsi untuk kepentingan orang lain yang membutuhkan, karena memiliki prospek baik dalam kehidupan di dunia maupun di akhirat.

Daftar Pustaka

Ancok, Djamiludin, dan Suroso, Fuat Nashori, *Psikologi Islami: Solusi Islam atas Problem-problem Psikologi*, Cet.VII, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.

Angeletos, George-Marios, et al., "The Hyperbolic Consumption

- Model: Calibration, Simulation, and Empirical Evaluation”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 15, No., Summer, 2001.
- Aristei, David, and Pironi, Luca, “**A Double-hurdle Approach to Modelling Tobacco Consumption in Italy**”, *Applied Economics*, Vol. 40, Ed. 19, [Oktober, 2008](#).
- Ball, R. J., and Drake, Pamela S., “The Relationship between Aggregate Consumption and Wealth,” *International Economic Review*, Vol. 5, No. 1, Jan., 1964.
- Bawono, Anton, “Kerangka Kerja Aksioma Etika Ekonomi Islam”, *Ijtihad*, Vol. 8, No. 1, Juni 2008.
- _____, *Multivariate Analysis*, Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006.
- Brady, D.S., and Friedman, R.D., “Savings and the Income Distribution,” *Studies in Income and Wealth*, 9, National Bureau of Economic Research, New York, 1947.
- Brown, Gregory W., and Lundblad, Christian, “The U.S. Economic Crisis: Root Causes and the Road to Recovery,” *Journal of Accountancy*, Vol. 208, Ed. 4, Oktober, 2009.
- Brown, T. M., “Habit Persistence and Lags in Consumer Behaviour”, *Econometrica*, Vol. 20, No. 3, Jul., 1952.
- Bronson, William H., and Klevorick, Alvin K., “Money Illusion and the Aggregate Consumption Function”, *Cowles Foundation Paper*, 312, Reprinted from *American Economic Review*, 59, 1969.
- Cosgel, Metin, and Minkler, Lanse, “Religious Identity and Consumption”, *Review of Social Economy*, Vol. 62, No. 3, 2004.
- Dehejia, Rajeev., DeLeire, Thomas., and Luttmer, Erzo F.P., “Insuring Consumption and Happiness through Religious Organizations”, *Journal of Public Economics*, No. 91, 2007.
- Dumairy, *Perekonomian Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 1997.
- Dusenbery, James S., *Income, Saving and the Theory of Consumer Behavior*, Cambridge: Harvard University Press, 1949.
- Friedman, M., *A Theory of the Consumption Function*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 1957.
- Glock, C.Y. and Stark, R., *Religion and Society in Tension*, Rand McNally, 1965.

- Gujarati, Damodar N., *Basic Econometrics*, New York: McGraw-Hill, Inc., 1988.
- Hatzinikolaou, Dimitris, "Modelling Consumption: Permanent-income or Rule-of-thumb Behaviour?", *Economic Modelling*, Vol. 16, Iss. 2, 1 April 1999.
- Kahf, Monzer, *The Islamic Economy : An Analytical Study of the Functioning of the Islamic Economic System*, Plainfield, Ind.: Muslim Students Association of U.S. and Canada, 1979.
- Khan, M. Fahim, "2- Comments", *JKAU: Islamic Econ.*, Vol. 2, 1990.
- Kuznets, Simon, "Use of National Income in Peace and War", *National Bureau of Economic Research (NBER)*. New York, 1942.
- Mannan, M.A., *Islamic Economics: Theory and Practice*, Lahore: SH Muhammad Ashraf, 1970.
- Mankiw, N. Gregory, *Macroeconomics*, Second edition, New York: Worth Publishers, 1994.
- Mayer, Thomas, "Tests of the Permanent Income Theory With Continuous Budgets", *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 4, No. 4, Nov., 1972.
- Muhmin, [Abdul and G. Alhassan](#), "Consumer attitudes towards debt in an **islamic** country: managing a conflict between religious tradition and modernity", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 32, No. 3, Mei, 2008.
- Naqvi, Syed Nawab Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset, 2003.
- P3EI UII-BI, *Ekonomi Islam*, Ed.1, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008.
- Priyono, Arif, "Teori Konsumsi Islam", *Dinamika Pembangunan*, Vol. 3 No. 2, Desember, 2006.
- Sousa, Ricardo M., "Financial Wealth, Housing Wealth, and Consumption", *China World Economy*, Vo. 17, No. 19, 2008.
- Syahrudin, "Fungsi Konsumsi; Kenyataannya di Sumatera Barat", *Ekonomi dan Keuangan Indonesia*, Vol XXIX, No. 2, Juni 1981.
- Wen-Chun, Chang, "Religious Giving, Non-religious Giving, and After-life Consumption," *Topics in Economic Analysis & Policy*, Vol. 5: No. 1, 2005.