

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Halal Lifestyle

Prof. Irwandi Jaswir, seorang pakar sains halal dunia yang merupakan peraih penghargaan internasional raja faisal untuk pelayanan islam tahun 2018 mengatakan bahwa COVID-19 menunjukkan relevansi dengan gaya hidup halal. Penerapan gaya hidup halal saat ini sangat sesuai dengan praktik-praktik yang dibuat oleh para pakar dalam new normal. Sebagai contoh untuk mencuci tangan. Seorang muslim yang menerapkan gaya hidup halal harus mencuci tangan, berkumur-kumur dan mencuci hidungnya minimal 5 kali sehari saat berwudhu. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup yang saat ini sangat dianjurkan untuk di terapkan di era dan pasca pandem, sebetulnya sudah diajarkan oleh islam sejak lama.

Menurut Professor Jonathan AJ Wilson, seorang ahli di bidang marketing, khususnya pasar halal yang bermukim di London, mengatakan halal is a brand, sedangkan menurut profesor marketing dari Kellog School of Management Alexander Chernev, halal is a lifestyle branding. Lebih dari itu, Arancha Gonzalez sebagai Executive Director International Trade Center mengatakan halal is a business opportunity.

Kata halal merujuk pada nash yang ada di dalam al-qur'an, halal artinya dibenarkan. Lawannya haram artinya dilarang, atau yang tidak dibenarkan menurut syariat islam.¹ Sebagaimana yang telah diterangkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 168

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا

خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik (tayyiban) yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”²

¹ Fitri Lestari dan Duduh Sujana, “Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Costumer Value Survey Pada Hotel Syariah di Bandung”, Jurnal Indonesia Membangun 18, no. 2 (2019): 74.

² Al-Qur-an, Al-Baqarah ayat 168, *Al-qur'an Al-Karim dan Terjemah Bahasa Indonesia: Ayat Pojok* (Kudus: Menara Kudus, 2006).

Dari ayat diatas diterangkan bahwa seruan tersebut ditujukan pada seluruh umat manusia, bukan hanya umat islam. Hal ini menunjukkan bahwa halal dan *tayyiban* bersifat universal baik bagi umat muslim maupun non-muslim, karena halal tidak hanya mencakup kebutuhan syariah, tetapi juga merupakan konsep keberlanjutan melalui aspek kebersihan, sanitasi dan keselamatan, membuat produk halal dapat diterima oleh masyarakat yang peduli tentang keamanan makanan dan gaya hidup sehat serta halal. Ini membuktikan bahwa konsep halal sudah diterima oleh muslim dan non-muslim, dan secara bertahap mulai menjadi gaya hidup.

Sedangkan Lifestyle menurut Kotler dan Keller (2012 : 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.³

Teori Hawkins mengatakan bahwa bagi seorang muslim membeli barang konsumsi bukan sekedar untuk memenuhi kebutuhan atau mengikuti gaya hidup, tetapi mereka juga diwajibkan untuk taat kepada ketentuan syariat sebagai konsekuensi dari keimanan mereka, salah satunya adalah prinsip halal.

Gaya hidup halal menurut muslim Judicial Council Halaal Trust (MJCHT) merupakan tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai kemampuan yang dimiliki secara benar, jujur, berintegritas, berkeadilan, bermartabat, dan juga tidak menyimpang dari ajaran islam. Gaya hidup halal dapat dilakukan dengan mengamalkan konsep 3 HM, yaitu halal memperoleh, halal mengkonsumsi dan halal memanfaatkan. Dalam kata lain, gaya hidup halal bisa dilakukan oleh setiap individu dengan memastikan kehalalannya mulai dari bahan baku, proses produksi, pengemasan, distribusi barang, penjualan retail, hingga produksi siap dikonsumsi.⁴

Halal Lifestyle adalah gaya hidup yang sesuai kaidah halal-haram, sehat, aman, dan higienis. Konsep halal dapat dipandang dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri.

³ Fitri Lestari dan Duduh Sujana, "Pengaruh Halal Lifestyle Terhadap Costumer Value Survey Pada Hotel Syariah di Bandung", Jurnal Indonesia Membangun 18, no. 2 (2019) : 75.

⁴ Arna Asna Annisa, "Kompotren dan Ekosistem Value Chain", jurnal ilmiah ekonomi islam. 5(01), 2019: 4

Konsep halal dalam perspektif agama akan menghasilkan boleh tidaknya mengkonsumsi sesuatu berdasarkan keyakinan sehingga akan berdampak pada perlindungan konsumen. Sedangkan dari sisi industri hal ini akan berdampak pada peluang bisnis yang semakin besar dan menciptakan industri halal. Para kaum milenial yang hidup di era digital cenderung menggunakan produk-produk atau jasa yang halal, meliputi busana muslim, pariwisata, kosmetik dan juga pemilihan lembaga keuangan syariah. Masifnya perilaku kehidupan yang halal akan mendongkrak permintaan dan penawaran terhadap produksi barang dan jasa halal. Secara langsung akan membentuk industri halal lifestyle. Fenomena halal lifestyle menjadi tren di era digital. Bagi kaum muslim label halal akan menjadi lebih menarik dibandingkan dengan produk tanpa label halal.⁵ Halal lifestyle atau disebut juga dengan “gaya hidup halal”, saat ini tengah menjadi tren global. Banyak negara-negara diberbagai belahan dunia tengah berupaya menerapkan sistem halal lifestyle dalam kehidupan sehari-hari. Ada fenomena menarik, ternyata yang berupaya menerapkan halal lifestyle tidak hanya dari kalangan negara muslim saja yang konon selama ini kita tuding memiliki jargon halal lifestyle. Tetapi negara-negara yang berpenduduk mayoritas non muslim juga tengah berupaya keras ingin menerapkan halal lifestyle.

a. Macam-macam Gaya Hidup (Lifestyle)

Gaya hidup halal (Halal Lifestyle) tidak hanya mencakup makanan, tetapi juga meliputi dunia fashion, kosmetik, pariwisata hingga perbankan syariah. ‘Gaya hidup dan hidup bergaya’ adalah dua hal berbeda, tetapi saling terkait. Ketika ‘hidup bergaya’ menjadi pilihan, orientasi, sikap dan nilai, maka ‘gaya hidup’ sebagai bidang kajian budaya dan media menjadi semakin menemukan urgensinya. Seperti yang terjadi di zaman modern sekarang ini. Gaya hidup dan studi tentangnya yang sebelumnya dipandang sebelah mata dan dianggap sebagai area remeh temeh, permukaan, artifisial dan *ephemeral*, justru mulai

⁵ Binti Mutafarida dan Ning Purnama Sariati, “Peran Pesantren Dalam Memenuhi Kebutuhan Industri Halal Lifestyle”, 4 (2019) : 110.

mendapatkan tempat ‘terhormat’ dalam *cultural studies* di lingkungan indonesianis dan akademisi di tanah air.⁶

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan kegiatan seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.⁷

Gaya hidup dapat dikatakan sebagai cara hidup seseorang yang dapat dilihat dari bagaimana mereka melakukan kegiatan (aktivitas), bagaimana mereka merasa tertarik dengan apa yang mereka anggap penting dilingkungannya (minat), dan bagaimana mereka berfikir dengan dirinya sendiri maupun dengan dunia sekitar (pendapat). Gaya hidup akan mengalami perubahan dari masa ke masa secara dinamis dari tingkat individu maupun kelompok dalam masyarakat.⁸

Lantas ada faktor apa gerangan yang menjadikan halal lifestyle saat ini menjadi begitu diminati dan bahkan digemari oleh banyak kalangan. Sederhananya saja, karena sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih, higienis, dan sehat tentunya. Kemudian jika kita mengkonsumsi sesuatu yang halal, dapat dipastikan akan berakibat pada hal yang baik-baik dan terhindar dari hal yang buruk. Sudah banyak penelitian yang membenarkan tentang fakta ini. Sehingga banyak negara non muslim yang juga ingin menerapkan halal lifestyle.

Halal lifestyle tidak hanya tentang makanan saja. Halal lifestyle juga membahas tentang gaya berpakaian, bertata rias, berpariwisata, dan bahkan sampai pada bertransaksi di perbankan. Semua itu dibungkus dengan istilah yang beragam, namun intinya sama, yaitu halal lifestyle sebagai gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

⁶ Ibrahim dan Idi Subandy, *Kritik Budaya Komunikasi, Budaya, Media, Dan Gaya Hidup Dalam Proses Demokratisasi Di Indonesia*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 303-304.

⁷ Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*, (Yogyakarta:CAPS, 2013), 31.

⁸ D. Susanti, “Gaya Hidup Pengguna Telepon Seluler Blackberry”, *Jurnal Manajemen Bisnis* 1, no. 2 (2011) : 118.

B. Sikap Hedonis

a. Sikap

Sikap merupakan inti dari perasaan suka atau tidak suka seseorang terhadap suatu objek tertentu. Sikap merupakan cara seseorang dalam menanggapi suatu hal yang terjadi sesuai dengan keadaan jiwa maupun pikirannya yang terpengaruh oleh pengalaman dan secara langsung dapat mempengaruhi perilaku orang tersebut. Sikap bisa terjadi karena lingkungan sosial, kebiasaan, kebudayaan dan tradisi. Ada tiga komponen sikap, yaitu (1) kognitif, (2) afektif, dan (3) konatif (psikomotor).⁹

- 1) Kognitif berkaitan dengan pikiran (otak) seseorang, apa yang dipikirkan, kognitif berarti rasional atau masuk akal.
- 2) Afektif berkaitan dengan perasaan senang, sedih, ceria, gembira dan sebagainya.
- 3) Konatif (psikomotor) berkaitan dengan tindakan.

Ketiga komponen ini secara bersama-sama membentuk sikap yang utuh (*total attitude*). Sikap memiliki 5 ciri-ciri, diantaranya yaitu:

- 1) Sikap bukan dibawa sejak lahir melainkan dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan dalam hubungan dengan objeknya. Sikap ini membedakan dengan sifat motif-motif biogenesif seperti lapar, haus, kebutuhan akan istirahat.
- 2) Sikap dapat berubah-ubah, sehingga sikap dapat dipelajari dan dapat berbuah pada orang-orang bila terdapat keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempermudah sikap pada orang tersebut.
- 3) Sikap tidak berdiri sendiri, namun sikap senantiasa memiliki hubungan tertentu terhadap suatu objek dengan kata lain sikap itu dibentuk, dipelajari, atau berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu yang dapat dirumuskan dengan jelas.
- 4) Objek sikap merupakan suatu hal tertentu tetapi termasuk kumpulan-umpulan dari hal-hal tersebut.
- 5) Sikap memiliki segi-segi motivasi dan perasaan. Sifat secara alamiah dapat membedakan anatara sikap dan

⁹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 176.

kecakapan. Kecakapan atau pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang.¹⁰

Sikap dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah pengalaman pribadi, pengaruh orang lain, pengaruh kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, dan faktor emosional. Pengalaman pribadi dapat dijadikan sebagai dasar pembentuk sikap, sehingga sikap akan mudah terbentuk jika pengalaman pribadi dalam situasi yang melibatkan faktor emosional. Pengaruh orang lain yang dianggap penting pada umumnya cenderung untuk memiliki sikap yang searah dengan sikap yang dianggap penting. Kecenderungan ini dimotivasi oleh keinginan untuk menghindari konflik dengan orang tersebut. Tanpa disadari pengaruh kebudayaan telah menanamkan garis yang mengarahkan sikap kita terhadap berbagai masalah, kebudayaan telah mewarnai sikap anggota masyarakat karena kebudayaan mampu memberi corak pengalaman setiap individu masyarakat.¹¹

b. Hedonisme

1) Pengertian Hedonisme

Hedone berasal dari kata Yunani yang berarti kesukaan, kesenangan atau kenikmatan. Hedonisme adalah suatu aliran filsafat yang memandang bahwa tujuan hidup yang utama pada manusia adalah mencari kesenangan (*hedone*) yang bersifat dunia. Berpandangan pada teori ini apabila menghadapi persoalan yang perlu pemecahan, manusia cenderung memilih alternatif pemecahan yang dapat mendatangkan kesenangan dari pada yang mengakibatkan kesekaran kesulitan, penderitaan dan keseimbangan.

Kasali (2003) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal (*branded*) untuk

¹⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 177.

¹¹ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 177.

membuahi hasratnya, cenderung *followers* dalam gaya hidupnya dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Sikap hedonis bukan hanya dimiliki remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya menengah ke atas. Akan tetapi, remaja yang status sosial ekonomi orang tuanya rendah juga banyak yang memiliki gaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonisme dapat membuat kebutuhan seseorang tidak terpenuhi demi memenuhi keinginannya, hal ini dilatar belakangi adanya keinginan untuk terlihat cantik dan tidak ketinggalan zaman.

Menurut Dian Novandra dalam buku menjadi muslimah di era digital, Gaya hidup muslimah seharusnya jauh dari kata konsumtif, glamor, berlebihan dan hedonis. Malu pada Rasulullah SAW, manusia yang mulia tetapi memiliki gaya hidup yang sangat sederhana. Muslimah yang tidak memiliki benteng hati yang kokoh, kemungkinan dapat terpengaruh kebiasaan-kebiasaan negatif dari pergaulan serta lingkungan.

Perilaku yang ditampakan oleh seseorang sangat tergantung dengan lingkungannya. Jika seseorang berada dalam lingkungan yang positif maka ia akan cenderung meniru perilaku-perilaku positif yang diamati, begitupun sebaliknya jika seseorang berada dalam lingkungan yang negatif maka ia akan cenderung meniru perilaku-perilaku negatif yang sedang diamati. Teori *Social Learning* yang dikenalkan oleh Albert Bandura mengemukakan bahwa orang dapat belajar sesuatu secara tidak langsung melalui lingkungan sekitarnya, disamping belajar melalui pengalaman secara langsung.

Dari keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah gaya hidup mewah, gaya hidup yang bersifat mencari kesenangan dalam hidupnya, lebih mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan, yang cara pengaplikasiannya adalah dengan menggunakan uang dan waktu yang dimilikinya untuk hal-hal yang kurang bermanfaat dan menguntungkan untuknya yang mengakibatkan bersifat pemborosan.

2) Gaya Hidup Hedonisme

Teori hedonistic menyatakan bahwa segala perbuatan manusia, baik disadari ataupun tanpa disadari, baik timbul dari kekuatan dalam ataupun luar pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yaitu mencari hal-hal yang menyenangkan dan menghindari dari hal-hal yang menyakitkan. Hedonis merupakan salah satu dari teori motivational yang cocok dengan prinsip arah tujuan yang dianggap paling menarik.¹²

3) Aspek-aspek yang Mempengaruhi sikap Hedonisme

Menurut Sholihah dan Kuswardani (2006), aspek-aspek gaya hidup hedonisme yaitu:¹³

- a) Memperoleh kesenangan hidup, yaitu cenderung ingin mendapatkan kesenangan dalam hidup.
- b) Interest (minat), merupakan sebuah rasa ketertarikan pada suatu hal yang baru, dan peka akan inovasi baru.
- c) Kepribadian, sama seperti dengan kecenderungan impulsif, dimana da ingin selalu menjadi pusat perhatian, serta suka mengikuti gaya orang lain.

Sedangkan aspek-aspek gaya hidup hedonis menurut Engel dkk (1994) dapat disimbolkan dengan pengukuran AIO. Dimana A merupakan activities / kegiatan, I yaitu interest / minat, dan O yaitu opinios / pendapat, yang mana aspek ini bermuara pada pencarian kesenangan hidup. Activities (kegiatan) adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi kepusat pembelanjaan dan cafe. Interest (minat) diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memerhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda

¹² Christina Whidya Utama, Managemen Riset Strategi dan Implementasi Operassional Bisnis Ritel Modern di Indonesia, (Jakarta: Salemba Empat, 2012)

¹³ Fenny Felicia, dkk, “Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme Dan Gaya Hidup Hedonistic”, Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi 9, no. 3 (2014) : 107.

mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Opinions (pendapat) adalah tanggapan baik lisan maupun tulisan yang diberikan individu tentang dirinya sendiri dan produk-produk yang berkaitan dengan kesenangan hidupnya. Opini adalah cara pandang individu untuk membela dan mempertahankan gaya hidup tersebut, opini sekaligus menjelaskan apa saja hal-hal yang diperlukan atau harus dilakukan untuk menunjang gaya hidupnya.¹⁴

4) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Hedonis

Menurut pendapat amstrong (dalam Nugraheni, 2003) lifestyle seseorang dapat diidentifikasi dari perilaku orang tersebut seperti kegiatan-kegiatan dalam pengambilan keputusan, cara mendapatkan dan mempergunakan sesuatu barang atau jasa. Lebih lanjut amstrong (dalam nugraheni, 2003) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri sendiri (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi dengan penjelasan sebagai berikut:¹⁵

a) Sikap

Sikap bisa dipahami sebagai cara seseorang dalam memberikan tanggapan terhadap suatu hal sesuai dengan keadaan jiwa dan pikirannya yang dipengaruhi oleh pengalaman dan mempengaruhi secara langsung terhadap perilaku orang tersebut. Sikap bisa dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman seseorang dapat mempengaruhi cara seseorang dalam mengamati sesuatu sehingga akhirnya dapat membentuk pandangan pribadi mereka terhadap suatu hal, pengalaman ini didapatkan dari semua tindakanya dimasa lalu.

¹⁴ Yuliyasinta dan Triana Noor Edwina, “Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Harga Diri”, (Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi), 344-345.

¹⁵ Angga Sandy Susanto, “Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle (Gaya Hidup)”, Jurnal JIBEKA 7, no. 2 (2013) : 1.

Pengalaman didapat dari belajar dan juga dapat disalurkan ke orang lain dengan cara mengajarkannya. Hal ini mempengaruhi gaya hidup seseorang, pengamatan atas pengalaman orang juga dapat mempengaruhi opini seseorang sehingga pada akhirnya membentuk gaya hidup.¹⁶

c) Kepribadian

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda satu sama lain. Kepribadian berubah dari waktu ke waktu, sehingga hal itu sangat penting untuk diamati karena mempengaruhi buying behavior dari seorang konsumen. Sebenarnya, kepribadian bukanlah mengenai apa yang kita pakai di tubuh kita, melainkan totalitas perilaku dari seorang di setiap situasi yang berbeda. Kepribadian meliputi beberapa karakteristik khusus seperti dominasi, keagresifan, rasa percaya diri dan sebagainya yang berguna untuk menentukan perilaku konsumen untuk produk tertentu.

d) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri amat berhubungan dengan image merek, cara seseorang memandang dirinya sendiri akan menentukan minat seseorang terhadap suatu objek termasuk juga suatu produk. Konsep diri adalah inti dari pola kepribadian yang akan mempengaruhi cara seseorang dalam mengatasi permasalahan dalam hidupnya, konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e) Motif

Perilaku individu terbentuk karena adanya motif kebutuhan untuk memenuhi kebutuhan fisik, merasa aman, merasa dihargai dan lain sebagainya, pengelompokan kebutuhan manusia telah dibuat teori oleh beberapa orang, salah satunya teori kebutuhan maslow. Jika motif seseorang cenderung untuk memenuhi kebutuhan akan

¹⁶ Angga Sandy Susanto, "Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle (Gaya Hidup)", Jurnal JIBEKA 7, no. 2 (2013), 2.

prestise yang besar, maka akan ada kecenderungan orang tersebut memiliki gaya hidup hedonis sehingga bisa menjadi target pasar yang tepat untuk barang-barang mewah.

f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu pemahaman dan gambaran mengenai sesuatu. Persepsi dapat mempengaruhi seseorang untuk memilih suatu produk sebagai contoh adalah *green product*, setelah adanya informasi yang disosialisasikan secara global mengenai isu *global warning*, terbentuk interpretasi seseorang terhadap isi sosialisasi tersebut dan terbentuk pemahaman mengenai pentingnya mengkonsumsi produk yang dapat mengurangi dampak *global warning*, mereka adalah target pasar yang pas untuk *green product*.

Adapun faktor eksternal yang dijelaskan Kotler (1997) adalah sebagai berikut:¹⁷

a) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh secara langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok yang dimana individu tersebut menjadi anggota dan saling berinteraksi. Sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok yang dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b) Keluarga

Keluarga memiliki peran terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan

¹⁷ Angga Sandy Susanto, "Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle (Gaya Hidup)", Jurnal JIBEKA 7, no. 2 (2013) : 3.

membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung akan mempengaruhi pola hidupnya.¹⁸

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang disengaja maupun diperoleh dari kelahiran. Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan. Apabila individu melakukan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukan maka ia menjalankan suatu peranan.

d) Kebudayaan

Kebudayaan meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normative, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Salah satu faktor yang sangat berperan dalam menentukan kecenderungan gaya hidup hedonis seseorang adalah kepribadian. Branden (1973) menyatakan bahwa harga diri adalah salah satu aspek kepribadian yang merupakan kunci terpenting dalam pembentukan perilaku seseorang, hal ini berkaitan dengan perilaku gaya hidup mahasiswa. Seseorang yang memandang dirinya negatif, dimana individu memandang bahwa dirinya serba

¹⁸ Angga Sandy Susanto, "Membuat Segmentasi Berdasarkan Lifestyle (Gaya Hidup)", Jurnal JIBEKA 7, no. 2 (2013) : 4.

kekurangan, maka dia akan mencoba mengisi kekurangan dalam dirinya dengan mengikuti gaya hidup hedonis.¹⁹

5) Ciri dan Bentuk Hedonisme

Ada banyak tanda ciri-ciri sifat orang yang menganut paham hedonisme, selama mereka masih menganggap bahwa materi adalah tujuan akhir untuk mendapatkan kesenangan, entah dengan cara bagaimana mendapatkan materi baik halal maupun haram yang dilarang agama. Menurut Cicerno dalam Russell ciri-ciri hedonisme yaitu memiliki pandangan gaya hidup instan, melihat perolehan harta dari hasil akhir bukan proses untuk membuat hasil akhir. Menjadi pengejar modernitas fisik. Memiliki relativitas kenikmatan diatas rata-rata tinggi. Memenuhi banyak keinginan-keinginan spontan yang muncul. Ketika mendapat masalah yang dianggap berat, muncul anggapan bahwa dunia begitu membencinya. Berapapun uang yang dimilikinya akan habis.²⁰

Melihat ciri-ciri tersebut, hedonisme lebih menitik beratkan kepada kebutuhan jasmani daripada rohani. Hedonisme kurang lebih adalah berupa kesenangan sesaat yaitu kesenangan duniawi. Cinta pada dunia beserta segala kemewahan yang terlihat dan dirasakan oleh panca indra manusia. Manusia yang bergaya hidup hedonis tidak memikirkan apa yang terjadi ke depan yang penting senang pada saat itu juga, meski kesenangan hanya sesaat.


6) Pelarangan Sikap Hedonis

Islam melarang umatnya untuk berlebih-lebihan dalam segala hal. Sifat boros dan hedonis merupakan contoh sifat yang berlebih-lebihan. Makan dan minum dalam porsi yang sangat banyak, berbelanja pakaian yang tidak dibutuhkan dan hanya

¹⁹ Yuliasinta dan Triana Noor Edwina DS, "Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Harga Diri", Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi, 346.

²⁰ Dauan Diriyansyah Praja, "Potret Gaya Hidup Hedonisme", Jurnal *Sociologie* 1, no. 3.

untuk memenuhi kesenangan semata juga merupakan contoh dari sifat hedonis dan berlebih-lebihan. Seperti firman Allah dalam QS. Al-An'am (6): 141.


 وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya :

*Dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*²¹

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan dijelaskan mengenai sikap berlebih-lebihan. Termasuk dalam berkonsumsi, konsumsi yang berlebihan merupakan istilah ciri khas dari masyarakat yang tidak mengenal tuhan, yang dalam hal ini disebut dengan israf dan tabzir (menghamburkan harta).²² Dan sesungguhnya Allah SWT tidak suka pada orang yang melampaui batas, mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram.²³ Oleh karena itu, hiduplah dengan sederhana, secukupnya dan seperlunya saja.

C. Pondok Pesantren

Pondok pesantren merupakan sebuah lembaga pendidikan yang memiliki bentuk khas sebagai tempat untuk dapat mengembangkan keilmuan, moral dan keterampilan para santri yang menjadi sebuah tujuan utamanya.²⁴ Istilah dari pondok pesantren adalah gabungan dari dua kata yang memiliki satu arti, yaitu kata “pondok” dan “pesantren”. Dimana pondok bisa diartikan sebagai tempat tinggal yang biasanya terbuat dari bambu, sedangkan pesantren sendiri bisa diartikan sebagai sekolahan islam yang memiliki asrama atau pondok.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan dan pengajaran agama pada umumnya yang menggunakan cara nonklasikal

²¹ QS. Al-An'am (6): 141

²² Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung : Pustaka Setia, 2013), 22.

²³ Terjemah Singkat Tafsir Ibnu Katsir, (Penerjemah Salim dan Said, Surabaya: PT Bina Ilmu, 2004), 419.

²⁴ Abdurrahman Mas'ud, *Intelektual Pesantren dan perhelatan Agama dan tradisi*, (Yogyakarta: Lkis, 2004), 17.

dimana seorang kiyai atau ustadz mengajarkan ilmu agama islam kepada para santri berdasarkan kitab-kitab yang dikarang dalam bahasa arab oleh para ulama di abad pertengahan, dan para santri umumnya tinggal di pesantren tersebut.²⁵

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pondok pesantren merupakan sebuah asrama pendidikan islam tradisional yang mana para santri tinggal bersama dan mempelajari ilmu agama (*tafaqquh fi al-din*) dengan penekanan pada pembentukan moral santri agar bisa menjadi pedoman perilaku sehari-hari dengan bimbingan kiai.

a. Gaya Hidup Santri

Pondok pesantren yang merupakan bagian dari kelompok masyarakat, tidak lagi sekedar memproduksi kyai, santri dalam arti spiritualitas, akan tetapi pondok pesantren juga dinilai mampu menghasilkan sumber daya yang unggul dalam berbagai bidang. Selain itu, sebagai bagian dari institusi pendidikan, masyarakat pesantren (santri) dianggap mempunyai komitmen keagamaan yang tinggi sehingga dapat dijadikan contoh yang baik dalam tatanan masyarakat umum.

Pondok pesantren sebagai pusat kajian-kajian keagamaan selayaknya mengimplementasikan nilai-nilai islam dalam kehidupan sehari-hari. Dalam bidang ekonomi, setiap aktivitas pemenuhan kebutuhan masyarakat pesantren idealnya menerapkan prinsip halal dan thoyyib dalam perilaku konsumsinya. Sebagai wadah pengelolaan aktivitas ekonomi dalam tatanan masyarakat pondok pesantren, koperasi pondok pesantren (kopontren) diharapkan mampu menjadi wadah masyarakat pesantren untuk menerapkan kemandirian ekonomi berbasis prinsip-prinsip ekonomi syariah. Dengan diperankanya kopontren sebagai motor penggerak roda perekonomian dalam tatanan masyarakat pesantren, maka kopontren bertanggung jawab untuk memastikan berputarnya rantai produksi, distribusi, sekaligus konsumsinya secara halal.²⁶

Mahasiswa yang berada di pondok pesantren meskipun mereka memiliki pengetahuan tentang islam, dan

²⁵ Babun Suharto, *Dari Pesantren Untuk Umat Reinventing Eksistensi Pesantren di Era Globalisasi*, (Surabaya: Imtiyaz), 10

²⁶ Arna Asna Annisa, "Kopontren dan Ekosistem Halal Value Chain", *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 1 (2019) : 6.

berada pada lingkungan yang serba islami, mulai dari universitas, fakultas, jurusan serta pondok pesantren, bahkan mempelajari gaya hidup dan perekonomian yang dipadukan dengan ajaran-ajaran islam, sebagaimana yang telah diajarkan di pondok pesantren maupun di institusi agama islam negeri, namun tidak bisa menjadi sebuah jaminan bahwa mahasiswi yang tinggal di pondok pesantren tidak terjebak dalam perilaku negative seperti perilaku hedonisme. Sebagai kaum terpelajar, yang harus selektif dalam menyikapi perubahan budaya baru, yang cenderung hidup berfoya-foya, bermewah-mewah, demi memenuhi kesenangan dan hasrat yang tanpa batas.

D. Faktor Pendukung Dan Penghambat Penerapan Halal Lifestyle Guna Menanggulang Sikap Hedonis Santri Darul Falah Jekulo Kudus.

Kata analisis dalam kamus bahasa indonesia dapat diartikan sebagai proses pemecahan masalah atau permasalahan yang dimulai dengan dugaan akan kebenarannya dan dapat juga diartikan sebagai pengkajian terhadap suatu peristiwa (tindakan, hasil pemikiran dan sebagainya) untuk dapat mengetahui keadaan yang sebenarnya.²⁷ Adapun kata “SWOT” merupakan pendekatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Treaths yang dapat diterjemahkan menjadi: kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dengan demikian ancaman SWOT dapat didefinisikan sebagai sebuah strategi trobosan terbaru dalam dunia pendidikan untuk menuntaskan permasalahan atau hambatan-hambatan dalam lembaga pendidikan di dalam pesantren maupun di luar pesantren.

1. Penerapan analisis SWOT

Analisis SWOT adalah salah satu pendekatan paling terkenal dan mutakhir di bidang manajemen. Analisis SWOT juga merupakan prosedur kemajuan lain dalam bidang pelatihan untuk mengatasi masalah atau hambatan dalam organisasi pendidikan Islam terutama pondok pesantren. Kata SWOT merupakan metodologi dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Treaths yang dapat diubah menjadi: kualitas, kekurangan, peluang, dan bahaya. Dalam strategi dan pendekatan ini, Anda harus merenungkan kualitas apa yang Anda miliki, kekurangan

²⁷ M.Dahlan. Y. Al-Barry, Kamus Induk Istilah Ilmiah, 38.

apa yang melekat pada lembaga pendidikan, celah atau kesempatan yang terbuka, dan mengetahui bahaya, pengaruh yang mengganggu dan kesulitan yang dihadapi di kemudian hari. Penyelidikan SWOT dilakukan baik pada pesaing langsung maupun pesaing keliling, karena mereka harus memiliki pilihan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh lembaga pendidikan.

Sebuah lembaga pendidikan akan benar-benar ingin mencapai tujuan yang telah ditetapkan ketika kualitas pembentukan lembaga pendidikan melampaui kekurangannya. Oleh karena itu, lembaga pendidikan ini harus memiliki pilihan untuk memanfaatkan kemampuan mereka tanpa batas, mengurangi bahaya yang akan terjadi. Dengan demikian, secara langsung dapat dikatakan bahwa apakah visi dan misi organisasi pendidikan telah ditetapkan merupakan bagian dari lingkungan administrasi lembaga pendidikan.

Kualitas tak tergoyahkan dari penyelidikan SWOT terletak pada kapasitas produsen prosedur otoritatif (kepala) untuk memperkuat kualitas dan memanfaatkan peluang dasar instruktif. Harapannya adalah bahwa ia berencana untuk membatasi kekurangan yang ada di dalam organisasi lembaga pendidikan dan meredam efek bahaya yang akan muncul dan harus segera dihadapi dan bertahan. Dalam hal pemeriksaan SWOT dilakukan dengan tepat, upaya untuk memilih dan memutuskan prosedur yang kuat akan lebih produktif sesuai dengan apa yang diinginkan dan diharapkan oleh visi dan misi saat ini. Pemeriksaan SWOT memiliki empat tempat aksentuasi, untuk lebih spesifiknya:

a. Faktor kekuatan (*Strengths*)

Faktor kekuatan dalam lembaga pendidikan adalah keterampilan luar biasa atau manfaat berbeda yang dihasilkan dalam satu atau lebih atau manfaat relatif dari organisasi instruktif. Hal ini dapat dicek apakah sebuah lembaga pendidikan harus memiliki kemampuan atau keterampilan yang dapat dialihkan kepada siswa tersebut, hasil alumni/pilar terbaik, serta manfaat lain yang membuatnya lebih baik dari pesaing dan dapat memenuhi mitra dan klien (siswa, wali, masyarakat, dan negara).

Contoh keunggulan mengingat kekuatan untuk aset moneter, gambaran positif, situasi dominan lokal,

keteguhan klien dan kepercayaan dari individu yang berinvestasi lainnya. Sementara itu, keunggulan organisasi instruktif di masa kemerdekaan instruktif mencakup hal-hal berikut: SDM yang secara kuantitatif sangat besar, hanya perlu bekerja pada kualitas. Apalagi, semangat pelaksanaan madrasah sangat tinggi, yang ditopang oleh landasan pendidikan yang memuaskan. Hal lain tentang prevalensi lembaga pendidikan Islam adalah bahwa kebutuhan daerah lokal untuk supranatural sangat tinggi, dan itu mungkin akan normal dari kursus instruktif organisasi pendidikan Islam. Untuk yayasan instruktif, rasakan kualitas penting dari pendirian sebagai langkah awal atau pencapaian menuju sekolah berbasis kelas yang unggul. Memahami kualitas dan terus berefleksi merupakan kemajuan besar menuju kemajuan lembaga pendidikan Islam, khususnya pondok pesantren.

b. Faktor-faktor kelemahan (*Weaknesses*)

Segala sesuatu pasti memiliki kekurangan yang merupakan sesuatu yang khas, namun yang utama adalah sarana yang sebagai pembuat strategi dalam organisasi edukatif dapat membatasi kekurangan tersebut atau bahkan kekurangan tersebut menjadi salah satu sisi keunggulan yang tidak dimiliki oleh yayasan edukatif lainnya. Kekurangan tersebut dapat berupa sarana dan prasarana, kualitas atau kapasitas guru, lemahnya kepercayaan masyarakat, kontradiksi antara efek samping lulusan dengan kebutuhan daerah atau dunia usaha, industri dan lain-lain. Oleh karena itu, ada beberapa faktor kekurangan yang harus diperhatikan oleh pengawas diklat Islam, antara lain sebagai berikut:

- 1) SDM yang lemah dalam organisasi instruktif.
- 2) Sarana dan prasarana yang kurang memadai.
- 3) Yayasan pendidikan Islam swasta pada umumnya kurang siap untuk memanfaatkan keberuntungan, sehingga mereka hanya puas dengan keadaan saat ini yang sedang dialami.
- 4) Hasil yayasan pendidikan Islam belum sepenuhnya bersaing dengan hasil lembaga pendidikan lainnya, dan sebagainya.

c. Faktor Peluang (*Opportunities*)

Peluang adalah kondisi ekologi luar yang positif dan bahkan menjadi perincian dalam organisasi edukatif. Misalnya, keadaan lingkungan adalah:

- 1) Pola signifikan yang terjadi di kalangan mahasiswa.
- 2) Membedakan bukti penyelenggaraan ajaran Islam yang cukup menonjol untuk lebih diperhatikan.
- 3) Perubahan kondisi persaingan.
- 4) Asosiasi dengan klien atau customer, dan sebagainya.

d. Faktor Ancaman (*Treaths*)

Bahaya atau ancaman adalah segala sesuatu yang bertentangan dengan keadaan yang menjanjikan, bahaya memasukkan variabel ekologis yang tidak baik untuk lembaga pendidikan. Jika bahaya tidak diperhatikan, itu akan menjadi penghalang atau penghalang bagi kemajuan dan pekerjaan lembaga pendidikan itu sendiri. Contoh bahaya tersebut adalah: menurunnya minat terhadap mahasiswa baru, tidak adanya kepercayaan masyarakat terhadap yayasan pendidikan tersebut dan lain-lain.

Dari penggambaran di atas, ada kata murid dan pengajar. Jika dalam pondok pesantren semua murid disebut sebagai santri, karena semua murid belajar dan tinggal di dalam pondok pesantren. Sedangkan pendidik biasa disebut ustad/ustadzah.²⁸

E. Penelitian Tedahulu

Deskriptis teoritis yang dicantumkan penulis dan eksplorasi yang dilakukan oleh para analis tidak terjadi begitu saja, namun dilakukan dengan siklus dan perenungan yang berbeda secara konsisten. Demikian pula, penggambaran hipotetis yang dimasukkan oleh para penulis disusun tergantung pada hipotesis para ahli yang ada. Dengan mencari referensi tertentu yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber tambahan. Sumber lain adalah konsekuensi dari pemeriksaan yang telah dilakukan sebelumnya, meskipun eksplorasi sebenarnya tidak serupa.

²⁸ Hamdani, Dasar-dasar Kependidikan, 121.

Penelitian ini penting untuk diteliti yang pertama karena belum pernah ada yang meneliti sebelumnya sehingga belum ada penelitian yang dapat membuktikan elaborasi halal lifestyle dalam menanggulangi gaya hidup hedonis. Kedua, karena hedonistic lifestyle sudah mulai menjadi kebiasaan mahasiswa saat ini sehingga menggeser peran yang seharusnya dilakukan oleh seorang mahasiswa. Mahasiswa saat ini lebih memilih menunjukkan citra dirinya dengan melakukan hedonistic lifestyle daripada menunjukkan citra diri dengan melakukan peran-peran yang seharusnya dilakukan sebagai mahasiswa. Tidak mendahulukan kebutuhan dibandingkan dengan keinginan. Yang di fikirkan hanya bersenang-senang. Hedonistic lifestyle wajar dilakukan mahasiswa karena perubahan globalisasi yang sudah semakin modern hanya saja jika hedonistic lifestyle berkembang mencapai pada tahap yang berat akan dapat merugikan diri sendiri, seperti mulai jarang masuk kuliah, mulai menghamburkan uang pemberian orang tua, jarang dan bahkan tidak pernah mengunjungi perpustakaan, lebih sering titip absen ke teman-temannya dan lebih memilih untuk berjalan-jalan bersama teman-temannya.

Disini penulis akan mendiskripsikan beberapa penelitian terdahulu yang ada relevansinya dengan judul skripsi *Elaborasi Halal Lifestyle Dalam Menanggulangi Sikap Hedonis pada Mahasiswa Santri Pondok Pesantren Darul Falah Jekulo Kudus*. Beberapa penelitian tersebut adalah:

Tabel 2.1
Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang

No	Nama Peneliti dan Judul Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Ning Purnama Sariati dan Binti Mutafarida (2019) "Pesantren dan Konsumsi Halal Santri	Persamaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti	Perbedaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu yakni penelitian kali ini selain meneliti halal lifestyle santri	Potensi pondok pesantren dalam mata rantai nilai halal konsumsi santri adalah pendidikan karakter

	(Studi Kasus di Pesantren Syarif Hidayatullah Rejomulyo Kediri) ²⁹	halal lifestyle di pesantren.	tapi juga meneliti penanggulangan sikap hedonis santri.	mengenai konsumsi halal yang dilakukan oleh santri.
2.	Ativa Hesti A, Dkk (2019) “Platform Halal Lifestyle dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution” ³⁰	Persamaan antara penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti pentingnya halal lifestyle.	Perbedaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu yakni penelitian terdahulu menggunakan analisis SWOT guna untuk mendapatkan jawaban tentang pentingnya halal lifestyle di Indonesia.	Platform gaya hidup halal adalah salah satu solusi terbaik untuk menyediakan semua gaya hidup halal yang harus dimiliki setiap muslim dan juga dapat memberikan peluang ekonomi pelaku bisnis untuk segmen halal atau prinsip syariah.
3.	Binti Mutafarida dan Ning Purnama Sariati (2019). “Peran Pesantren Dalam Memenuhi	Persamaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti	Perbedaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu memfokuskan	Pesantren memberikan pendidikan dan literasi ekonomi syariah kepada santri melalui pembelajaran kitab dan

²⁹ Ning Purnama Sariati dan Binti Mutafarida, “Pesantren dan Konsumsi Halal Santri (Studi Kasus di Pesantren Syarif Hidayatullah Rejomulyo Kediri)”, *Prosiding Nasional 2*, (2019) : 193 – 212.

³⁰ Ativa Hesti A, Dkk, “Platform Halal Lifestyle dengan Aplikasi Konsep One Stop Solution”, *Falah Jurnal Ekonomi Syariah 4*, no. 1 (2019) : 56 – 68.

	Kebutuhan Industri Halal Life style ³¹	halal lifestyle	pada peran pesantren dalam pemenuhan industri halal lifestyle sedangkan penelitian sekarang penanggulangan sikap hedonis dengan halal lifestyle	digitalisasi kitab, literasi dan inklusi keuangan syariah, literasi konsumsi halal sesuai pedoman al-qur'an dan literasi sumber daya insane kamil.
4.	Latfah Novitasari dan Pambudi Handoyo (2014) "Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa URBAN di UNESA." ³²	Persamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah sama-sama meneliti lifestyle yang ada dalam diri mahasiswa.	Perbedaan yang ada dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu membahas masalah perubahan gaya hidup pada kalangan mahasiswa yang berasal dari desa.	Dari hasil penelitian terdahulu menyebutkan bahwa perubahan yang terjadi pada mahasiswa yang berasal dari desa meliputi cara berpakaian yang cenderung memilih produk branded, kebiasaan nongkrong, dan gaya bahasa yang cenderung

³¹ Binti Mutafarida dan Ning Purnama Sariati, "Peran Pesantren Dalam Memenuhi Kebutuhan Industri Halal Life Style", *Proceeding of International Conference on Islamic Education 4*, (2019) : 109 – 115.

³² Latifah Novitasari dan Pambudi Handoyo, "Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa URBAN di UNESA", *Paradigma 2*, no. 3 (2014) : 1-7.

				logat bahasa surabaya.
5.	Mardian Suryani dan Siti Achira (2019). “Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam IAIN Kota Bengkulu)” ³³	Persamaan dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama meneliti gaya hidup hedonis dalam kaum mahasiswa	Perbedaan yang terdapat dalam penelitian kali ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu lebih memfokuskan pada sikap hedonis mahasiswa	Dalam penelitian ini mendapatkan hasil bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi i gaya hidup hedonis pada mahasiswi jurusan ekonomi secara umum terbagi menjadi dua, yaitu faktor (internal) dan faktor (eksternal).

³³ Mardian Suryani dan Siti Achira, “Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Isam IAIN Kota Bengkulu)”, Al-Intaj 5, no.2 (2019) : 238-250.

F. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

