

**SKRIPSI**

**PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya  
Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)**

**Oleh:**

**LINA NUR'AINI  
NPM. 1502040164**



**Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442H/2021 M**

**PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR  
TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya  
Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana (S.E)

Oleh:

LINA NUR'AINI  
NPM. 1502040164

Pembimbing I : Liberty, SE,MA  
Pembimbing II : Era Yudistira, M.Ak

**Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1442 H/ 2021 M**

NOTA DINAS

Nomor :  
Lampiran : 1 (satu) berkas  
Hal : **Untuk Dimunaqsyahkan**

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro  
Di –  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah Kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya maka skripsi saudara :

Nama : **LINA NUR'AINI**  
NPM : 1502040164  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : **PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)**

Sudah dapat kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di munaqsyahkan. Demikianlah harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamua'alaikum Wr. Wb*

Metro, Juni 2021

Pembimbing I



**Liberty, SE, MA**  
NIP. 197408242000032002

Pembimbing II



**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 199010032015032010

## HALAMAN PERSETUJUAN

Setelah kami adakan pemeriksaan dan bimbingan seperlunya maka Skripsi di bawah ini:

Judul : PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)

Nama : LINA NUR'AINI

NPM : 1502040164

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

## MENYETUJUI

Untuk diujikan dalam sidang Munaqosyah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Metro.

Metro, Juni 2021

Pembimbing I



**Liberty, SE, MA**  
NIP. 197408242000032002

Pembimbing II



**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 199010032015032010



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 Alirang Mulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296 Website: www.metrouniv.ac.id E-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

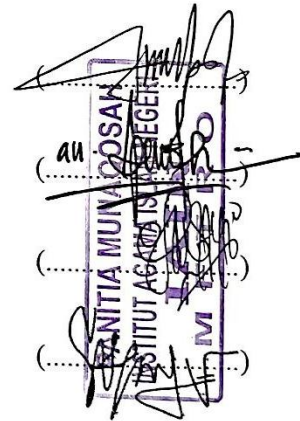
**PENGESAHAN SKRIPSI**

No: 2143 / (n. 20.3 / D / PP. 00.9 / 07 / 2021

Skripsi dengan Judul: PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Alfamrt Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah, disusun oleh: LINA NUR AINI, NPM: 1502040164, Jurusan: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Senin/14 Juni 2021

**TIM PENGUJI:**

- Ketua/Moderator : Liberty, S.E., M.M  
Penguji I : Drs. H. M. Saleh, M.A  
Penguji II : Era Yudistira, M.Ak  
Sekretaris : Ryan Fahlevi, M.M



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



## **ABSTRAK**

### **PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah)**

Oleh

LINA NUR'AINI

Perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang dan jasa ekonomis, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut. Kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh adanya peran konsumen, sehingga masalah konsumen mendapat perhatian khusus, dan perusahaan berusaha untuk dapat mencapai dan memuaskan konsumen. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor baik faktor internal mau pun eksternal, yang keduanya sangat berpengaruh pada konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk. Ekonomi Islam merupakan ekonomi yang beretika, di dalam Islam yang ditekankan adalah pada prinsip dan etika yaitu harus adanya keadilan dan tidak saling merugikan satu sama lain. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif ekonomi Islam di Alfamart desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah.

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan yang menghimpun data kualitatif. Dan sifat penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer maupun data sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada kasir dan konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah.

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif ekonomi Islam yaitu dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar maka tidak sepenuhnya mengurangi minat konsumen untuk berbelanja di Alfamart karena konsumen telah mendapatkan pelayanan yang memuaskan.

## ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : LINA NUR'AINI  
NPM : 1502040164  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, Juni 2021  
Yang Menyatakan,



**Lina Nur'aini**  
**NPM. 1502040164**

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا  
أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya : “Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil (tidak benar), kecuali dalam perdagangan yang berlaku atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa : 29).



## PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Ku persembahkan skripsi ini kepada:

1. Kedua orang tua ku Bapak Askan S.Pd.I dan Ibu Siti Munawaroh yang tidak pernah lelah mendo'akan dan mendukung penelitian baik dalam bentuk moril dan materil serta selalu mencurahkan kasih sayang dan motivasi yang tidak terbatas.
2. Kakak ku Dewi Luqmana S.H, terima kasih atas do'a dan dukungan serta semangatnya yang tak pernah henti hingga proses skripsi ini dapat di selesaikan.
3. Ibu liberty, SE, MA, dan Ibu Era Yudistira, M. A.k. Selaku pembimbing yang selalu sabar dalam memberikan pengarahan kepada penulis serta motivasi yang membangun, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Ida Suwarni S.E, Miftahul janah S.E, Shintya Ningsih, Risky Anisa, Septi Yuliana (Jenggengs) yang telah memberi semangat dan motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman-teman seperjuangan yang sama-sama saling mensupport.
6. Almamater IAIN Metro.

Semoga orang yang telah berjasa hingga skripsi ini selesai di balas dengan pahala yang berlipat ganda dari Allah STW. Aamiin.

## **KATA PENGANTAR**

Segala puji hanya milik Allah SWT, yang telah memberikan peneliti banyak kenikmatan, baik nikmat Iman, Islam dan kesehatan sehingga peneliti mampu menyelesaikan penyusunan proposal dengan lancar. Sholawat beserta salam senantiasa tersanjungkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, seorang Nabi yang patut diteladani baik dalam perkataan maupun perbuatan beliau, dan mudah-mudahan kelak kita akan mendapatkan syafa'at beliau di yaumul akhir. Aamiin.

Penulisan proposal ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE). Di dalam upaya penyelesaian proposal ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Hj. Siti Nurjanah, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro
2. Bapak Mat Jalil, M. Hum Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah.
4. Ibu Liberty, SE, MA selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis.
5. Ibu Era Yudistira M.Ak selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan sangat berharga dalam mengarahkan dan memberi motivasi.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah ikhlas memeberikan ilmunya kepada penulis baik dalam terselesainya skripsi ini.
7. Kepada kedua orang tua yang senantiasa mendo'akan dan selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan pendidikan ini

Peneliti hanya dapat mendo'akan semoga bantuan, arahan, bimbingan, dorongan, bkebaikan dan keikhlasan dari semua pihak telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, mendapat balasan amal baik dari Allah SWT. Aamiin.

Peneliti menyadari bahwa karya ini jauh dari sempurna dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih atas saran dan kritik yang diberikan dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga skripsi ini dapat bermnfaat bagi semua pihak.

Metro, Juni 2021  
Peneliti,



**Lina Nur'aini**  
**1502040164**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ORISIONALITAS PENELITIAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian Relvan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Kantong Plastik Berbayar .....	12
1. Kebijakan Kantong Plastik Berbayar .....	12
2. Tujuan Kebijakan Kantong Platik Berbayar .....	14
B. Minat Konsumen.....	15
1. Pengertian Minat Konsumen.....	15
2. Karakteristik Minat Konsumen .....	17
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen .....	19
C. Ekonomi Islam .....	22
1. Pengertian Ekonomi Islam .....	22
2. Tujuan Ekonomi Islam .....	24
D. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam .....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Jenis dan Sifat Penelitian .....	27
B. Sumber Data.....	28
C. Teknik Pengumpulan Data.....	29

D. Teknik Analisis Data.....	32
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Deskripsi Tentang Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah .....	33
B. Penerapan Kantong Plastik Berbayar di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram .....	35
C. Analisis Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram	
D. Lampung Tengah .....	41
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	44
B. Saran.....	45
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Bimbingan
2. Alat Pengumpul Data
3. Surat Research
4. Surat Tugas
5. Surat Keterangan Bebas Pustaka
6. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
7. Foto Penelitian
8. Riwayat Hidup

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebelum mengkaji secara luas dalam kehidupan sehari-hari, salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan adalah dengan usaha perdagangan atau jual beli, untuk terjadinya usaha tersebut diperlukan adanya hubungan timbal balik antara penjual dan pembeli. Jual beli adalah saling tukar menukar antara benda dengan harta benda atau harta benda dengan uang ataupun saling memberikan sesuatu kepada pihak lain, dengan menerima imbalan terhadap benda tersebut dengan menggunakan transaksi yang didasari saling ridha yang dilakukan secara umum.<sup>1</sup>

Seperti halnya plastik yang bersifat praktis, bersih, serta sangat memudahkan keseharian manusia manusia menggunakannya untuk berbagai hal salah satunya untuk membawa barang belanja di beberapa tempat seperti di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah. Disisi lain plastik juga memiliki dampak buruk bagi lingkungan jika sudah tidak terpakai lagi.

Sampah jenis plastik tergolong sampah paling banyak menyebabkan pencemaran lingkungan dan sulit terurai oleh tanah. Meskipun sampah plastik ini sudah bertahun-tahun terkubur sampah plastik ini tidak mudah hancur. Penggunaan plastik yang berlebihan mengakibatkan meningkatnya jumlah produksi plastik dari setiap tahunnya. Demi menekankan laju peningkatan

---

<sup>1</sup>Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Amzah, 2010), 173

sampah plastik tersebut pemerintah Indonesia telah menetapkan banyak kebijakan demi terwujudnya kelestarian lingkungan. Salah satu kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yaitu menerapkan kantong plastik berbayar.

Bertepatan dengan Hari Peduli Sampah Nasional pada tanggal 21 Februari 2016 pemerintah berupaya menerapkan berbagai aturan atau kebijakan yang dapat mengurangi sampah plastik. Seperti dikeluarkannya surat edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan NO S. 1230/PSLB3-PS/2016 tentang harga dan mekanisme penerapan kantong plastik berbayar. Pemerintah memiliki peranan yang sangat penting untuk bertindak tegas terhadap setiap pengelolaan lingkungan. Surat edaran tersebut menjelaskan bahwa salah satu arah kebijakan pemerintah yaitu untuk mengurangi sampah, khususnya sampah plastik. Dalam rangka pengurangan sampah yaitu dengan ditetapkan harga kantong plastik berbayar diberbagai toko atau maupun swalayan dengan harga yang telah ditetapkan minimal Rp 200. - per kantong plastik, dengan harapan dapat mengurangi pencemaran lingkungan yang kian meningkat.<sup>2</sup>

Kebijakan kantong plastik berbayar yang berlaku saat ini merupakan hasil pemikiran terhadap sebuah jasa yang dikomersilkan dan tidak terlepas dari minat konsumen. Pada individu bisnis, antar produsen, saling bersaing guna memenuhi kebutuhan konsumen. Pada industri bisnis, antar konsumen, saling bersaing memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan pelayanan yang terbaik dengan tujuan untuk menarik minat konsumen terhadap produk

---

<sup>2</sup>Arieyanti Dwi Astuti, *Penerapan Kantong Plastik Berbayar Sebagai Upaya Mereduksi Penggunaan Kantong Plastik*, (Jurnal Litbang) Vol XII no 1, 9



atau jasa yang ditawarkan. Alfamart di Desa Terbanggi Mulya merupakan salah satu toko retail yang telah menerapkan kebijakan kantong plastik berbayar yang akan diberlakukan oleh pemerintah.

Minat konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku, dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam memutuskan apa yang akan mereka lakukan. Minat konsumen dalam memilih barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa dibagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang muncul dari dalam diri konsumen tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh keadaan atau lingkungan sekitar. Selain kedua faktor tersebut, ada pula faktor pelayanan atau kemampuan dari pihak penyedia jasa untuk melayani konsumen dengan cepat, tepat, dan memuaskan. Faktor selanjutnya yaitu faktor lokasi dengan adanya lokasi yang strategis sangat menentukan sebuah tempat yang mudah untuk dijangkau para konsumennya. Harga dengan produk yang sama tetapi harga yang ditetapkan relatif murah akan memberikan pertimbangan tersendiri bagi seorang konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang akan ia gunakan.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 227.

Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus memikirkan hubungan dirinya dengan Allah (*habluminallah*) dan manusia (*hablu mina an-nas*). Perilaku konsumen menurut Islam itu komprehensif dan mengutamakan etika, mulai dari pemilihan barang sampai penggunaannya dan terkait manfaat yang di dapat dari barang yang dikonsumsi tersebut. Semua memiliki etika dan aturan dalam Islam baik untuk masalah dunia maupun akhirat. Dalam ekonomi Islam masalah perilaku konsumen sudah diatur dalam Q. S. Al-Maidah :87

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ  
الْمُعْتَدِينَ

Artinya: *hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharap apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagikamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas, (Q. S. Al-maidah:87).*<sup>4</sup>

Makna ayat tersebut dapat kita fahami bahwa Allah SWT tidak melarang kita untuk memakan rezeki yang baik dan halal dari Allah, namun kita dituntut untuk tidak bersikap melampaui batas atau berlebih-lebihan dalam penggunaan kantong plastik dalam kehidupan sehari-hari.

Minat konsumen merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku, dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam memutuskan apa yang akan mereka lakukan. Minat konsumen dalam memilih barang atau jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang

---

<sup>4</sup>Rozaini, *Skripsi Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Tw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru)*, (Riau, UIN Sultan Syarif Qasin), 2011.

mempengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa dibagi menjadi dua faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang muncul dari dalam diri konsumen tersebut. Sedangkan yang dimaksud dengan faktor eksternal adalah faktor yang mempengaruhi minat konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh keadaan atau lingkungan sekitar.<sup>5</sup>

Berdasarkan hasil pra-survey yang peneliti lakukan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya melalui wawancara kepada Bapak Jainal sebagai masyarakat berminat dengan adanya program kebijakan kantong plastik yang telah disediakan ditoko, beliau mengatakan bahwa kebijakan ini sangat bagus, dengan membawa kantong plastik belanja sendiri itu dapat membatu program pemerintah.<sup>6</sup> Hasil pra-survey melalui wawancara kepada Ibu Linda sebagai masyarakat yang kurang berminat dengan adanya program kebijakan kantong plastik berbayar, beliau mengatakan bahwa tidak akan membeli kantong plastik yang telah disediakan di toko dan menurut beliau adanya program kantong plastik berbayar ini kurang efektif jika tujuannya untuk mengurangi sampah khususnya sampah plastik, Ibu Linda yang menilai jika hanya membayar 200-, per kantong plastik masyarakat sama sekali tidak merasa keberatan untuk membeli kantong plastik tersebut.<sup>7</sup> Hasil pra-survey melalui wawancara kepada Ibu Susi sebagai masyarakat yang setuju dengan program kebijakan kantong plastik yang telah disediakan di toko, beliau mengatakan

---

<sup>5</sup> Panji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), 227.

<sup>6</sup> Bapak Jainal, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 03 Januari 2020.

<sup>7</sup> Ibu Linda, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 03 Januari 2020

tidak merasa keberatan jika plastik yang telah disediakan di toko berbayar seharga 200 rupiah.<sup>8</sup> Hasil *pra-survey* melalui wawancara kepada Yani sebagai karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya yang setuju dengan program kebijakan kantong plastik berbayar dan ia mengatakan dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar senilai 200 rupiah tersebut tidak mempengaruhi minat konsumen untuk tetap membeli plastik yang telah disediakan di toko<sup>9</sup>. Hasil *pra-survey* melalui wawancara kepada Dika sebagai karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya yang setuju dengan kebijakan kantong plastik berbayar, ia mengatakan konsumen bisa ikut berpartisipasi menjaga kelestarian lingkungan untuk mengurangi konsumsi kantong plastik dengan menggunakan tas belanja sendiri saat berbelanja. Pihak toko juga menyediakan tas *reusable* dengan harga terjangkau sebesar 4.000-, sampai 7.000-.<sup>10</sup>

Menurut *pra-survey* yang telah peneliti lakukan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya mengenai kebijakan kantong plastik berbayar, kebanyakan masyarakat setuju dengan adanya program kebijakan kantong plastik berbayar seharga 200-, masyarakat berpendapat bahwa kebijakan pemerintah dalam upaya pengurangan sampah plastik sangatlah bagus.

Untuk mengatasi persoalan pencemaran sampah plastik dapat berkontribusi dengan cara hidup ramah lingkungan seperti mendaur ulang dan

---

<sup>8</sup>Ibu Susi, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 14 Desember 2020

<sup>9</sup>Yani, Karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya wawancara pada tanggal 14 Desember 2020

<sup>10</sup>Dika, Karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya wawancara pada tanggal 14 Desember 2020

pelarangan atau pembatasan produk plastik. Daur ulang dengan cara memisahkan produk sampah plastik dari sampah jenis lainnya untuk kemudian didaur ulang. Pelarangan atau pembatasan produk plastik dengan cara menggunakan tas belanja berbahan baku kain. Dengan cara ini dapat mengurangi penggunaan kantong plastik.<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian di atas hasil prasurvey di Alfamart desa Terbanggi Mulya, penulis mengadakan penelitian yang berjudul Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Alfamart di Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah).

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah Bagaimana Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah).

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi

---

<sup>11</sup>Raguya Dahlan, *Masalah Sampah Plastik Di Indonesia Dan Dunia*, dalam <https://lingkunganhidup.co/sampah-plastik-Indonesia-dunia/> Diunduh Pada Tanggal 18 Juli 2020.

Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah).

## **2. Manfaat Penelitian**

Adapun kegunaan atau manfaat penelitian yang diharapkan penelitian ini adalah:

### **a. Secara Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi satu kajian dan menambah ilmu pengetahuan, dan menambah wawasan dalam kajian ilmu pengetahuan kita serta sebagai tambahan informasi supaya kita lebih mengetahui Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah).

### **b. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan salah satu sumbangan ilmu pengetahuan tambahan bagi siapapun yang berkepentingan mengenai persepsi pengaruh penerapan kantong plastik berbayar.

## **D. Penelitian Relevan**

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji.<sup>12</sup> Ada beberapa

---

<sup>12</sup> Zuhairi, et. al. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Edisi Revisi STAIN Jurai Siwo Metro, 2016), 39.

penelitian yang berhubungan dengan tema-tema yang dibahas dalam penelitian ini, diantaranya yaitu:

Elsa Julianti dalam skripsinya berjudul *Perilaku Masyarakat Dalam Menyikapi Plastik Berbayar Dan Bagaimana Dampak Dari Kebijakan Plastik Berbayar Terhadap Masyarakat Dan Lingkungan*. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa perilaku masyarakat dalam menyikapi kebijakan plastik berbayar yaitu banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar karena harga yang ditetapkan terlalu murah yaitu sebesar 200 rupiah. Karena banyaknya masyarakat yang tidak setuju dengan kebijakan plastik berbayar maka dampak dari kebijakan plastik berbayar terhadap masyarakat dan lingkungan yaitu berdampak negatif.<sup>13</sup>

Asep Dwiky Darmawan, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, dalam skripsinya yang berjudul *Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Kantong Plastik Berbayar (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Kebijakan Kantong Plastik Berbayar Dikalangan Ibu Rumah Tangga Kelurahan Melong Kecamatan Cimahi Selatan)*, dengan permasalahan seleksi, interpretasi dan perilaku yang dilakukan ibu rumah tangga tentang kebijakan kantong plastik berbayar. Dalam kasus ini diketahui bahwa data atau informasi yang didapatkan dari masyarakat (ibu rumah tangga) yang akhirnya dapat menimbulkan persepsi dalam diri masyarakat itu sendiri. Dalam hal seleksi ini masyarakat menyeleksi informasinya melalui media televisi dan radio serta media sosial sekaligus obrolan bersama masyarakat lainnya.

---

<sup>13</sup> Elsa Julianti, *Skripsi Perilaku Masyarakat Dalam Menyikapi Kebijakan Plastik Berbayar (Penelitian Terhadap Pengunjung Minimarket Cibapung Cibiru Bandung)*, (Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati, 2016)

Sedangkan dalam hal interpretasi masyarakat menganggap bahwa dengan harga kantong plastik 200 rupiah dinilai masih terlalu murah sehingga masih banyak masyarakat yang membeli kantong plastik ditoko atau swalayan ketika mereka sedang berbelanja. Sementara itu penilaian mereka terhadap kebijakan ini dinilai bagus dan mendukung dengan adanya kebijakan tersebut, sehingga sebagian dari perilaku masyarakat mulai menyadari untuk membawa kantong plastik belanja sendiri yang terbuat dari kain dan kertas ketika mereka berbelanja di toko atau swalayan.<sup>14</sup>

Nabila dalam skripsinya yang berjudul *Pengaruh Efektivitas Kebijakan Pembatasan Penggunaan Kantong Plastik terhadap Penggunaan Kantong Plastik Ibu Rumah Tangga di Surabaya* dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa efektivitas kebijakan kantong plastik berbayar ibu rumah tangga di Surabaya menggunakan lima indikator dalam mengukur keefektifan sebuah kebijakan yaitu pemahaman program, tepat sasaran, tepat waktu, tercapai tujuan, dan perubahan nyata. Sedangkan respon masyarakat ibu rumah tangga di Surabaya mempunyai respon yang positif tentang kebijakan pembatasan penggunaan kantong plastik, dan pengaruh efektivitas kebijakan pembatasan penggunaan kantong plastik ibu rumah tangga di Surabaya mempunyai tingkat pengaruh yang rendah.<sup>15</sup>

Berdasarkan penelitian di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang dilakukan oleh peneliti mempunyai kajian yang berbeda, meskipun penelitian

---

<sup>14</sup>Asep Dwiky Darmawan, Skripsi *Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Kantong Plastik Berbayar*, (Bandung: Universitas Pasundan), 2016.

<sup>15</sup>Nabila, Skripsi *Pengaruh Efektivitas Kebijakan Pembatasan Penggunaan Kantong Plastik Terhadap Penggunaan Kantong Plastik Ibu Rumah Tangga Di Surabaya*, (Surabaya, Universitas Negeri Sunan Ampel, 2016).



di atas sama-sama membahas tentang kantong plastik berbayar. Namun penelitian di atas tidak membahas tentang kajian teori menurut perspektif ekonomi Islam. Adapun yang akan penulis teliti memiliki keunggulan dibandingkan dengan penelitian lain yang sudah disebutkan sebagai penelitian relevan, yaitu pada penelitian ini menggunakan kajian teori menurut perspektif ekonomi Islam sedangkan pada penelitian sebelumnya menggunakan kajian teori secara umum. Dengan adanya penelitian ini konsumen dapat mengetahui bahwa penggunaan kantong plastik secara berlebihan dapat berdampak merusak lingkungan.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Kantong Plastik Berbayar**

##### **1. Kebijakan Kantong Plastik Berbayar**

Kebijakan kantong plastik berbayar merupakan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah dan dinyatakan dalam surat edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Direktorat Jendral Pengelolaan sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun Nomor: S. 1230/PSLB3-PS/2016 tentang harga dan mekanisme kantong plastik berbayar. ketentuan terkait kantong plastik berbayar yang diatur dalam Surat Edaran Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Direktorat Jenderal Pengelolaan Sampah, Limbah dan Bahan Berbahaya dan Beracun Nomor: S. 1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar (SE 1230/2016). SE 1230/2016 itu menyebutkan bahwa ketentuan ini menindaklanjuti hasil pertemuan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dengan Badan Perlindungan Konsumen Nasional (BPKN), Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI), dan Asosiasi Pengusaha Ritel Seluruh Indonesia (APRINDO). Beberapa ketentuan dalam SE 1230/2016 ini antara lain:

- a. Pengusaha ritel tidak lagi menyediakan kantong plastik secara cuma-cuma kepada konsumen. Apabila konsumen masih membutuhkan

kantong plastik maka konsumen diwajibkan membeli kantong plastik dari gerai ritel.

- b. Terkait harga kantong plastik, Pemerintah, BPKN, YLKI, dan APRINDO menyepakati harga jual kantong plastik selama uji coba penerapan kantong plastik berbayar sebesar minimal Rp 200,- per kantong sudah termasuk Pajak Pertambahan Nilai (PPN);
- c. Harga kantong plastik akan dievaluasi oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah bersama APRINDO setelah uji coba berjalan sekurang-kurangnya 3 bulan.
- d. Terkait jenis kantong plastik yang disediakan oleh pengusaha ritel, Pemerintah, BPKN, YLKI, dan APRINDO menyepakati agar spesifikasi kantong plastik tersebut dipilih yang menimbulkan dampak lingkungan paling minimal dan harus memenuhi standar nasional yang dikeluarkan oleh Pemerintah atau lembaga independen yang ditugaskan untuk itu.
- e. APRINDO menyepakati bahwa mereka berkomitmen mendukung kegiatan pemberian insentif kepada konsumen, pengelolaan sampah, dan pengelolaan lingkungan hidup melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Sosial Responsibility, CSR) dengan mekanisme yang akan diatur oleh masing-masing pengusaha ritel.

f. Ketentuan ini juga berlaku untuk usaha ritel modern yang bukan anggota APRINDO.<sup>1</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa kebijakan kantong plastik berbayar merupakan aturan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang diatur dalam surat edaran kementerian lingkungan hidup dan kehutanan direktorat jendral pengelolaan sampah, limbah, bahan berbahaya dan beracun yang bertujuan untuk mengurangi banyaknya sampah plastik yang dapat mencemari lingkungan.

## 2. Tujuan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar

Berdasarkan surat edaran Kementerian Lingkungan Hidup Dan Kehutana Nomor S. 1230/PSLB3-PS/2016 tentang Harga dan Mekanisme Penerapan Kantong Plastik Berbayar. Kebijakan kantong plastik berbayar dikeluarkan bertujuan untuk:

- a) Mengendalikan terjadinya pencemaran atau kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh penggunaan kantong plastik.
- b) Mengendalikan terjadinya dampak perubahan iklim.
- c) Menjamin keberlangsungan makhluk hidup dan kelestarian ekosistem.
- d) Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>Tirto, *Menanti Payung Hukum Kokoh Untuk Diet Kantong Plastik*, dalam <https://tirto.id/menanti-payung-hukum-kokoh-untuk-diet-kantong-plastik-bsT7> di unduh pada tanggal 5 februari 2020.

<sup>2</sup>Bernadeta Aurelia Oktavira S. H, *Dasar Hukum Kebijakan Diet Kantong Plastik*, dalam <https://m.hukumonline.com> di unduh pada tanggal 5 ferruari 2020.

## **B. Minat Konsumen**

### **1. Pengertian Minat Konsumen**

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinneer dan Taylor minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.<sup>3</sup>

Minat konsumen merupakan proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca produksi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhan.<sup>4</sup>

Menurut Winiardi dalam bukunya Danang Sunyoto yang berjudul perilaku konsumen dan pemasaran mengemukakan bahwa minat konsumen merupakan suatu perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli dan menggunakan barang-barang ekonomi dan jasa-jasa. Minat konsumen menurut beberapa ahli yaitu proses pengambilan keputusan dan iktivitas individu secara fisik yang

---

<sup>3</sup>Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka), 45.

<sup>4</sup>Rismiyati Prasetijo dan John J. O. Ithalaw, *perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2005), 9.

melibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa.<sup>5</sup>

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa minat konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok yang berdasarkan perilaku konsumen dan berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang atau jasa yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.

Menurut Handi Irawan (2007), perilaku konsumen di Indonesia dikategorikan menjadi sepuluh, yaitu:<sup>6</sup>

- a. Berpikir jangka pendek (*shorttime perspective*) sebagian besar konsumen Indonesia hanya berfikir jangka pendek dan sulit diajarkan berfikir jangka panjang. Salah satu cirinya adalah dengan mencari yang serba instan.
- b. Tidak terencana (*dominated by unplanned behavior*) hal ini tercermin pada kebiasaan *impulse buying*, yaitu membeli produk yang kelihatannya menarik (tanpa direncanakan sebelumnya).
- c. Suka berkumpul, masyarakat Indonesia mempunyai kebiasaan suka berkumpul (sosialisasi).
- d. Gagap teknologi (*not adaptive to high technology*) sebagian besar konsumen Indonesia tidak mengetahui teknologi tinggi. Hanya sebatas

---

<sup>5</sup> Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015), 3.

<sup>6</sup> Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014), 9.

pengguna biasa dan hanya menggunakan fitur yang umum digunakan kebanyakan pengguna lain.

- e. Berorientasi pada konteks (*context oriented*) konsumen di Indonesia cenderung menilai dan memilih sesuatu dari tampilan luarnya.
- f. Menyukai produk luar negeri, sebagian konsumen Indonesia lebih menyukai produk luar negeri karena kualitasnya lebih bagus dibanding produk Indonesia.
- g. Beragama (*religious*) konsumen Indonesia akan lebih percaya jika perkataan itu dikemukakan oleh tokoh agama. Konsumen juga suka produk yang mengusung simbol-simbol agama.
- h. Gengsi (*putting prestige as important motive*)
- i. Budaya lokal (*local culture*).

## **2. Karakteristik Minat Konsumen**

Minat konsumen terhadap suatu barang dan jasa mempunyai karakter khusus, yaitu:

- a. Minat konsumen bersifat pribadi, ada perbedaan antara minat seseorang dan orang lain. Dimana antara individu yang satu dengan lainnya dalam memilih suatu produk atau jasa mempunyai pandangan yang berbeda. Hal ini bergantung pada tingkat kebutuhan dan kemampuan setiap individu tersebut. Jadi minat seseorang terhadap barang dan jasa murni bersifat pribadi karena bergantung pada kebutuhan dan kemampuan individu tersebut untuk memenuhi keinginan sesuai dengan kapasitasnya.

- b. Minat menimbulkan diskriminatif, sebagaimana yang telah kita ketahui bahwa minat bersifat pribadi, dimana minat seorang konsumen dalam memilih suatu barang atau jasa adalah murni dari individu itu sendiri. Ada pertimbangan khusus bagi seorang konsumen sebelum memutuskan untuk membeli suatu barang atau jasa. Pertimbangan-pertimbangan tersebut akan memunculkan efek diskriminatif terhadap barang atau jasa yang ada di pasaran.
- c. Erat hubungannya dengan motivasi, mempengaruhi dan dipengaruhi. Seorang konsumen sebelum memilih barang atau jasa pasti memiliki alasan kenapa dia memiliki kecenderungan terhadap barang atau jasa. Minat konsumen terhadap barang atau jasa bisa termotivasi atau dipengaruhi oleh orang lain atau murni dari diri mereka sendiri. Ia juga bisa dipengaruhi minat orang lain untuk membeli barang atau jasa yang sama dengannya.
- d. Minat merupakan sesuatu yang dipelajari, bukan bawaan lahir dan dapat berubah tergantung pada kebutuhan, pengalaman dan mode. Sebuah minat akan terus mengalami perubahan dari waktu ke waktu. Hal ini bergantung pada tingkat kebutuhan individu yang mengalami perubahan, serta bertambah banyaknya variasi alat pemenuh kebutuhan yang menjadikan minat juga ikut berubah dari waktu ke waktu.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung, : PT Refika Aditama, 2012), 75



### **3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen**

Faktor-faktor yang mempengaruhi minat konsumen dibagi menjadi dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal yang dapat diuraikan sebagai berikut.

#### **1. Faktor internal**

Faktor internal meliputi faktor pribadi dan faktor psikologis dimana kedua faktor ini saling berhubungan.

##### **a. Faktor Pribadi**

Faktor pribadi meliputi manusia dan tingkat daur hidupnya, pekerjaannya, kondisi ekonomi, gaya hidup, kepribadian, dan konsep diri.

##### **b. Faktor Psikologis**

Faktor psikologis meliputi motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan, dan sikap. Motivasi adalah suatu kebutuhan yang cukup kuat dan mendesak untuk mengarah seseorang agar dapat mencari pemuasan terhadap kebutuhan itu. Persepsi adalah proses memilih mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi oleh seseorang untuk menciptakan sebuah gambaran yang bermakna tentang dunia. Pembelajaran menunjukkan perubahan dalam perilaku seseorang individu yang bersumber pada pengalaman. Keyakinan merupakan suatu gagasan deskriptif yang dianut oleh seseorang tentang sesuatu. Sikap menggambarkan penilaian yang kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan

emosional, dan kecenderungan berbuat untuk bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.<sup>8</sup>

## 2. Faktor Eksternal

### a. Faktor Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar. Anak-anak mendapatka kumpulan nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku dari keluarganya, serta lembaga-lembaga penting lainnya.

### b. Faktor Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap selera dan kebutuha masyarakat. Faktor sosial ini meliputi kelompok, refrensi, keluarga, peran dan status. Yang dimaksud dengan kelompok referensi adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau pelaku individu.

Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan telah menjadi objek penelitian yang luas. Bagi seorang individu, keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

Peran status, kedudukan seseorang dalam kelompok dapat ditentukan berdasarkan peran status. Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan seseorang. Tiap-tiap peran

---

<sup>8</sup> Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 1997), 227.

menghasilkan status. Orang-orang memilih produk yang dapat mengomunikasikan peran status mereka di masyarakat.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah aktivitas yang diberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik suatu barang atau jasa dari satu pihak ke pihak lain. Pelayanan yang nyaman serta memadai akan dapat menarik perhatian konsumen dan membuat konsumen merasa nyaman terhadap suatu layanan khususnya di bidang jasa. Dalam memberikan pelayanan seorang pegawai jasa dan konsumen diperlukan etika yang baik sehingga kedua belah pihak baik konsumen atau pun pegawai dapat saling menghargai. Apabila fasilitas pelayanan yang di berikan kepada konsumen sangat baik maka mampu membuat banyak konsumen tertarik terus menggunakan jasa tersebut.

d. Faktor lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana perusahaan berkemas untuk melakukan kegiatan operasi dan sebagai tempat melayani konsumen. Lokasi yang di tetapak oleh sebuah perusahaan harus benar-benar strategis dari seluruh penjuru agar mempermudah para konsumen untuk menjangkaunya. Karena lokasi mempengaruhi minat konsumen untuk melakukan transaksi.

e. Harga

Harga adalah nilai uang yang di tentukan secara global yang harus di keluarkan oleh seseorang untuk mendapatkan suatu produk atau layanan jasa yang diinginkan. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan pertimbangan sendiri bagi seorang konsumen dalam memilih barang atau jasa yang di inginkan.<sup>9</sup>

## C. Ekonomi Islam

### 1. Pengertian Ekonomi Islam

Ekonomi Islam adalah sebuah sistem ilmu pengetahuan yang menyoroti masalah perekonomian. Sama seperti konsep ekonomi konvensional lainnya. Hanya dalam sistem ekonomi ini, nilai-nilai Islam menjadi landasan dan dasar dalam setiap aktifitasnya.

Beberapa ahli mendefinisikan ekonomi Islam sebagai suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan dengan alat pemenuhan kebutuhan yang terbatas dalam kerangka syariah. Namun, definisi tersebut mengandung kelemahan karena menghasilkan konsep yang tidak kompatibel dan tidak universal. Karena dari definisi tersebut mendorong seseorang terperangkap dalam

---

<sup>9</sup> Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015), 215

keputusan yang apriori (*apriory judgement*) benar atau salah tetap harus diterima.<sup>10</sup>

Definisi yang lebih lengkap harus mengakomodasikan sejumlah prasyarat yaitu karakteristik dari pandangan hidup Islam. Syarat utama adalah memasukkan nilai-nilai syariah dalam ilmu ekonomi. Ilmu ekonomi Islam adalah ilmu sosial yang tentu saja tidak bebas dari nilai-nilai moral. Nilai-nilai moral merupakan aspek normatif yang harus dimasukkan dalam analisis fenomena ekonomi serta dalam pengambilan keputusan yang dibingkai syariah. Menurut Abdul Manan ilmu ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.<sup>11</sup> Sedangkan menurut Chapra sebagaimana dikutip oleh Nasution ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memeberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup>Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), 14

<sup>11</sup>Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: Idarah Adabiyah, 1980), 3

<sup>12</sup>Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006), 16

## 2. Tujuan Ekonomi Islam

Ekonomi Islam mempunyai tujuan untuk:

- a. Memberikan keselarasan bagi kehidupan di dunia.
- b. Nilai Islam bukan semata hanya untuk kehidupan muslim saja tetapi seluruh makhluk hidup dimuka bumi.
- c. Esensi proses ekonomi Islam adalah pemenuhan kebutuhan manusia yang berlandaskan nilai-nilai Islam guna mencapai pada tujuan agama (falah).
- d. Ekonomi Islam menjadi rahmat seluruh alam, yang tidak terbatas oleh ekonomi, sosial, budaya, dan politik dari bangsa. Ekonomi Islam mampu mampu menangkap nilai fenomena masyarakat sehingga dalam perjalanannya tanpa meninggalkan sumber teori Ekonomi Islam.<sup>13</sup>

### D. Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam

Prinsip-prinsip ekonomi Islam yang merupakan bangunan ekonomi Islam didasarkan tiga dasar nilai universal yakni ketauhidan, keadilan, dan kebenaran. Prinsip ekonomi Islam ini di bangunlah konsep yang memayungi kesemuanya, yakni konsep akhlak. Akhlak ini menjadi panduan para pelaku ekonomi dan bisnis dalam melakukan aktivitasnya. Prinsip-prinsip tersebut menjadi inspirasi untuk membangun teori-teori ekonomi Islam.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> *Ibid*

<sup>14</sup> <http://repository.uin-suska.ac.id/6539/4/BAB%20III.pdf> *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* Diunggah pada tanggal 14 Februari 2018.

1. Prinsip Ketauhidan, tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa Tiada satu pun yang layak disembah kecuali Allah dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya selain kepada Allah karena Allah adalah pencipta alam semesta dan seisinya sekaligus pemiliknya, termasuk pemilik manusia dan seluruh sumber daya yang ada. Karena itu, Allah adalah pemilik yang hakiki.

Sesuai firman Allah Q. S Al-Qashas:88

وَلَا تَدْعُ مَعَ اللَّهِ إِلَهًا آخَرَ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ كُلُّ شَيْءٍ هَالِكٌ إِلَّا وَجْهَهُ لَهُ الْحُكْمُ  
وَالِيهِ تُرْجَعُونَ

Artinya : *Dan jangan (pula) engkau sembah tuhan yang lain selain Allah. Tidak ada tuhan (yang berhak disembah) selain Dia. Segala sesuatu pasti binasa, kecuali Allah. Segala keputusan menjadi wewenang-Nya, dan hanya kepada-Nya kamu dikembalikan. (Q. S Al-Qashas : 88).*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah merupakan Dzat yang Maha Esa dan tidak ada yang dapat menandingi Allah apalagi menjadi sekutu Allah. Seorang hamba yang telah mengakui keesaan Allah maka harus mengimani bahwa Allah satu-satunya Dzat yang layak disembah dan satu-satunya Dzat yang menguasai atas apapun di muka bumi.

2. Prinsip keadilan, Islam mendefinisikan adil sebagai tidak mendzalimi dan tidak dizalimi. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak boleh untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu dapat merugikan orang lain atau merusak alam. Di bidang usaha untuk meningkatkan ekonomi keadilan merupakan nafas dalam menciptakan pemerataan dan kesejahteraan.

Sesuai firman Allah Q. S An-Nahl: 90

﴿إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ﴾

Artinya : *Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran. (Q. S. An-Nahl : 90).*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam melakukan kegiatan ekonomi hendaklah menjauhi perbuatan yang tidak disukai Allah. Dalam Islam menghendaki setiap manusia untuk berlaku adil dan tidak berbuat zalim/aniaya.

3. Prinsip kebenaran, karena sifat rahim dan kebijakan Allah, manusia tidak begitu saja di dunia tanpa mendapat bimbingan. Karena itu Allah memberi petunjuk kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia. Sifat-sifat utama yang harus di teladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya adalah *sidiq* yang artinya benar/jujur.

Sesuai firman Allah dalam Q. S At-Taubah:119

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾

Artinya : *Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah, dan bersamalah kamu dengan orang-orang yang benar. (Q. S. At-Taubah : 119).*



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Sifat Penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Yang di gunakan dalam penelitian ini adalah *field research*, atau penelitian lapangan. Penelitian lapangan (*field research*) pada hakekatnya merupakan metode untuk menemukan cara khusus dan realistis apa yang tengah terjadi pada suatu saat di tengah masyarakat.<sup>1</sup> Penelitian di dilakukan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah.

##### **2. Sifat Penelitian**

Sifat Penelitian dalam penelitian ini adalah deskripsi kualitatif. Penelitian bersifat deskripsi yaitu penelitian yang secara lengkap menjelaskan mengenai suatu peristiwa atau kejadian tertentu. Sedangkan penelitian kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati kemudian dijabarkan secara rinci untuk diambil kesimpulan.<sup>2</sup>

Dalam penelitian ini peneliti akan mencoba mnengumpulkan data secara kualitatif dengan metode wawancara mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif

---

<sup>1</sup> Kartini Kartono, *Pengantar Metodologi Riset Sosial*, (CV Mabdar Maju: Bandung, 1996), 32

<sup>2</sup> Arikunto, Suharsimi. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 193

ekonomi Islam di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah. Data yang terkumpul merupakan data kualitatif yang berupa kalimat-kalimat atau pernyataan dari konsumen dan karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya. Data tersebut kemudian di analisis secara deskriptif atau dijelaskan secara lengkap.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data diperoleh.<sup>3</sup> Sumber data juga disebut responden jika yang menjadi sumber data adalah orang yang merespon atau yang menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti melalui angket atau wawancara, apabila menggunakan observasi maka sumberdata merupakan benda, gerak ataupun proses sesuatu. Data merupakan hasil pencatatan, baik yang berupa fakta dan angka yang dijadikan bahan untuk menyusun informasi.<sup>4</sup>

Penelitian ini menggunakan beberapa sumber data, baik itu sumber data primer maupun skunder. Dalam penelitian ini, menggunakan sumber data yang berkaitan dengan pokok permasalahan yang hendak diungkapkan, yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

### **1. Sumber Data Primer**

Sumber data primer adalah sumber atau asal dari sesuatu data pokok yang diperoleh. Data yang diperoleh melalui wawancara, maka sumber data tersebut diperoleh langsung dari beberapa konsumen dan

---

<sup>3</sup> Cholid Nurbuko, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), 26

<sup>4</sup> Suharsimi Arikonto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktok, Edisi Revisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), 129

karyawan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah.

## **2. Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder adalah sumber atau asal data lain yang mendukung data pokok. Sumber data sekunder dalam penelitian ini menggunakan buku-buku yang berkaitan dengan masalah manajemen riset pemasaran dan perilaku konsumen, perilaku konsumen, perilaku konsumen dan pemasaran, perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran, perilaku konsumen, norma dan etika ekonomi Islam, teori dan praktek ekonomi Islam, ekonomi Islam.

## **C. Teknik Pengumpulan Data**

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan peneliti dalam mengumpulkan data penelitian, diantaranya teknik pengamatan, teknik tes, teknik pertanyaan, teknik wawancara dan teknik dokumentasi.<sup>5</sup> Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, dan dokumentasi.

### **1. Wawancara**

Wawancara atau interview adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi. Dalam wawancara pertanyaan dan jawaban diberikan secara verbal. Biasanya komunikasi ini dilakukan dalam keadaan saling berhadapan, namun komunikasi dapat juga dilaksanakan melalui telepon.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Muhammad, *Metodologi Penelitian.*, 149-151

<sup>6</sup> S. Nasution, *Metode Research.*, 113

Macam-macam wawancara pada umumnya terdiri dari :<sup>7</sup>

a. Terstruktur

Digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh. Wawancara ini setiap responden diberi pernyataan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.

b. Semi Terstruktur

Wawancara semi terstruktur bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan.

c. Tak Berstruktur

Wawancara tak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya. Pedoman wawancara yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

Berdasarkan penelitian ini menggunakan model wawancara semi terstruktur artinya dalam wawancara peneliti hanya menyiapkan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan informasi yang ingin

---

<sup>7</sup>*Ibid*, 233.

didapatkan, namun pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat berkembang sesuai dengan situasi saat wawancara dilakukan.

Informan yang diambil adalah Bapak Jainal, Ibu Linda, Ibu Susi, sebagai konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram dan informan yang di ambil adalah Saudari Yani dan Saudara Dika sebagai karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya. Maka peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumenperspektif ekonomi Islam.

## **2. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah arsip dan data-data yang merupakan bukti unik dalam studi kasus, yang tidak ditemui dalam interview dan observasi. Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang ada di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah. Upaya lain dalam metode dokumentasi yaitu menelusuri dan menelaah buku-buku serta karya ilmiah yang berkaitan dengan pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif ekonomi Islam dalam membeli produk barang yang telah di tawarkan.

#### **D. Teknik Analisa Data**

Analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan cara bekerja dengan menemukan pola, memilah-milahnya, menjadi satuan yang dapat dikelola, menemukan yang penting dan apa yang di pelajari dan memutuskan apa yang dapat di ceritakan kepada orang lain.<sup>8</sup>

Metode analisis data yang dipakai oleh penelitian ini adalah metode analisis kualitatif lapangan, karena data yang diperoleh merupakan keterangan-keterangan dalam bentuk uraian. Kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yaitu sumber dari tertulis atau ungkapan dari tingkah laku yang di observasi dari manusia.<sup>9</sup>

Penelitian dengan berfikir induktif, peneliti dapat melihat permasalahan yang terjadi mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif ekonomi Islam diambil kesimpulan secara umum. Hal ini dapat diketahui setelah peneliti mendapatkan informasi data yang diperlukan dari beberapa konsumen dan karyawan Alfamart tersebut dengan penelitian ini. Kemudian peneliti mendapat kesimpulan mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat pembelian konsumen perspektif ekonomi Islam.

---

<sup>8</sup> W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Grasindi, 2005), 123

<sup>9</sup> *Ibid*, 248

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Tentang Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah**

##### **1. Sejarah Singkat Alfamart**

Alfamart adalah sebuah brand minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Pada tahun 1989 merupakan awal berdirinya Alfamart, dengan dimulainya usaha dagang rokok dan barang-barang konsumsi oleh Djoko Susanto dan keluarga yang kemudian mayoritas kepemilikannya dijual kepada PT. HM Sampoerna pada Desember 1989. Pada tahun 1994 struktur kepemilikan berubah menjadi 70% dimiliki oleh PT. HM Sampoerna Tbk dan 30% dimiliki oleh PT. Sigmantara Alfindo (keluarga Djoko Susanto). PT. Alfa Minimart Utama (AMU) didirikan pada tanggal 27 Juli 1999, dengan pemegang saham PT. Alfa Retailindo, Tbk sebesar 51% dan PT. Lancar Distrindo sebesar 49%. PT. Alfa Minimart Utama (AMU) ini kemudian membuka Alfa Minimart pada tanggal 18 Oktober 1999 berlokasi di jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang. Pada tanggal 27 Juni 2002, PT. HM Sampoerna Tbk secara resmi merestrukturisasi kepemilikan sahamnya di PT. Alfa Retailindo Tbk. Saham HMSampoerna di Alfa Retailindo yang semula 54,4% dikurangi menjadi 23,4%. Disisi lain perusahaan rokok terbesar kedua di Indonesia akan mulai menggarap serius pasar minimarket yang selama ini

belum tergarap melalui Alfamart. Pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya dengan pemegang saham PT. HM. Sampoerna Tbk sebesar 70% dan PT. Sigmantara Alfalindo sebesar 30%. Kemudian nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart pada tanggal 1 Januari 2003. Pada tahun 2005 Jumlah gerai Alfamart bertumbuh pesat menjadi 1.293 gerai hanya dalam enam tahun. Semua toko berada di pulau Jawa. Awal tahun 2006 PT. HM Sampoerna Tbk menjual sahamnya, sehingga struktur kepemilikan menjadi PT. Sigmantara Alfalindo (60%) dan PT. Cakrawala Mulia Prima (40%). Mendapat Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Pertengahan 2007 Alfamart sebagai Jaringan Minimarket Pertama di Indonesia yang memperoleh Sertifikat ISO 9001:2000 untuk Sistem Manajemen Mutu. Jumlah gerai mencapai 2000 toko dan telah memasuki pasar Lampung. Awal 2009 menjadi perusahaan publik pada tanggal 15 Januari 2009 di Bursa Efek Indonesia disertai dengan penambahan jumlah gerai mencapai 3000 toko dan juga memasuki Pasar Bali.

## **2. Visi, Misi, Alfamart Terbanggi Mulya**

### **a. Visi**

Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.



b. Misi

- 1) Memberikan kepuasan kepada pelanggan/konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
- 2) Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi.
- 3) Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
- 4) Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham dan masyarakat pada umumnya.<sup>1</sup>

**B. Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Konsumen di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram**

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti lakukan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram dengan sample 12 informan yang terdiri dari 2 karyawan dan 10 konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya. Data yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dengan melakukan wawancara ditemukan beberapa pendapat dari berbagai sudut pandang mengenai pengaruh penerapan kantong plastik berbayar terhadap minat konsumen perspektif ekonomi Islam di Alfamart Desa Terbanggi Mulya. Berikut uraian mengenai keberadaan Alfamart dari sudut pandang karyawan dan konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya.

---

<sup>1</sup><http://repository.unhas.ac.id/bitstream/handle/123456789/465/bab%204%20kwu.pdf?sequence=5> Sejarah Singkat Minimarket Diunggah 19 Oktober 2014).

Berdasarkan wawancara kepada Yani dan Dika sebagai karyawan yang telah bekerja selama 5 tahun di Alfamart Desa Terbanggi Mulya memiliki pelanggan tetap yakni warga Desa Terbanggi Mulya itu sendiri. Yani dan Dika sebagai karyawan alfamart sangat setuju dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar tersebut dan para konsumen tidak merasa keberatan jika harus membayar 200-, per kantong plastik. Para karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya melakukan pelayanan dengan ramah dan baik kepada para konsumen sehingga tidak merubah minat belanja di Alfamart Desa Terbanggi Mulya. .<sup>2</sup>

Selain wawancara dengan Karyawan Alfamart peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen yang berada di Alfamart Desa Terbanggi Mulya untuk mengetahui seberapa besar minat konsumen terkait dengan kebijakan kantong plastik berbayar yang telah diterapkan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fatimah dan Ibu Yuli sebagai konsumen yang kurang berminat dengan program kantong plastik berbayar, beliau mengatakan bahwa tidak akan membeli kantong plastik yang ada di Alfamart tersebut, karena program kantong plastik berbayar ini kurang efektif jika tujuannya untuk mengurangi sampah khususnya sampah plastik. Ia menilai jika hanya membayar 200-, per kantong plastik konsumen sama sekali tidak merasa keberatan untuk membeli kantong plastik yang telah disediakan di Alfamart lebih baik mengeluarkan uang 200-, daripada harus membawa

---

<sup>2</sup>Hasil wawancara dengan Yani dan Dika, Karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya wawancara pada tanggal 15 Februari 2021.

kantong plastik sendiri dari rumah. Beliau mengatakan bahwa program kantong plastik berbayar tersebut di nilai kurang baik untuk mengurangi sampah dikarenakan harga jual kantong plastik tersebut masih terjangkau.<sup>3</sup>

Selain itu, Bapak Dedek dan Bapak Pudrin mengatakan bahwa beliau berminat dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar ini. Beliau tidak merasa keberatan jika harus membayar senilai 200 rupiah per kantong plastik beliau juga lebih senang berbelanja di Alfamart karena tempatnya yang bersih, dingin (AC), dan selalu mendapat pelayanan yang memuaskan dari pada karyawan Alfamart. Dan beliau mengatakan dengan membayar senilai 200 rupiah di nilai kurang efektif jika tujuannya untuk mengurangi limbah plastik.<sup>4</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Aprilia dan Fadil sebagai konsumen yang berminat dengan program kantong plastik berbayar. Ia setuju dan tidak merasa keberatan membeli kantong plastik yang telah perjual belikan di Alfamart tersebut, dan ia senang berbelanja di Alfamart karena apabila konsumen kesulitan mencari barang yang di butuhkan maka karyawan akan melayani dan memberitahu tempat barang yang konsumen butuhkan. Menurutnya kebijakan kantong plastik berbayar ini sangat bagus dan cukup membantu untuk mengurangi sampah kantong plastik yang sering terbengkalai di jalanan.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Ibu Fatimah dan Ibu Yuli, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 15 Februari 2021.

<sup>4</sup>Bapak Dedek dan Bapak Pudrin, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 15 Februari 2021.

<sup>5</sup>Aprilia dan Fadil, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 16 Februari 2021.

Selain itu, wawancara dengan Ibu Zeti Zumroh sebagai konsumen yang masih berminat membeli kantong plastik berbayar. Ia juga mengatakan bahwa akan tetap membeli kantong plastik yang telah disediakan di Alfamart, atau bila perlu akan membawa kantong plastik sendiri dari rumah. Beliau tidak merasa keberatan jika setiap belanja di pungut biaya sebesar 200 rupiah dan ia senang berbelanja di Alfamart karena ketika konsumen membuka pintu Alfamart karyawan langsung menyapa dengan mengucapkan selamat datang di Alfamart, selamat berbelanja di sertai dengan senyum. Menurutnya kebijakan kantong plastik berbayar di nilai kurang efektif jika tujuan untuk mengurangi limbah sampah plastik.<sup>6</sup>

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Imam sebagai konsumen yang tidak berminat membeli kantong plastik berbayar, beliau mengatakan bahwa lebih baik membawa kantong belanja sendiri daripada harus membeli kantong plastik yang telah disediakan di Alfamart. Karena menurut beliau dana yang di pungut dari setiap konsumen yang sebesar 200 rupiah tersebut lama-kelamaan akan menjadi banyak sedangkan dana tersebut belum ada kejelasan.<sup>7</sup>

Selain itu juga, berdasarkan wawancara dengan Ibu Sarmi dan Ibu Cindy sebagai konsumen yang berminat dengan kebijakan kantong plastik berbayar, ia mengatakan bahwa akan tetap membeli kantong plastik yang telah disediakan di Alfamart tersebut. Beliau tidak merasa keberatan jika di

---

<sup>6</sup>Zeti Zumroh, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 15 Februari 2021.

<sup>7</sup>Bapak Imam, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 16 Februari 2021.

pungut biaya dana sebesar 200-, dan beliau lebih merasa puas berbelanja di Alfamart karena selain pelayanannya yang ramah, untuk mencari barang kebutuhannya lebih mudah di dapat dan dengan adanya label harga pada setiap produk dapat memudahkan konsumen untuk membeli barang yang harganya sesuai dengan isi dompet. Menurut beliau kebijakan kantong plastik berbayar cukup bagus untuk menghimbau para masyarakat agar tidak menggunakan kantong plastik secara berlebihan.<sup>8</sup>

### **1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya**

Penerapan kantong palstik berbayar telah di tetapkan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya berpengaruh terhadap minat pembelian konsumen. Minat beli dari konsumen itu dipengaruhi oleh minat membeli dan tidak membeli. Seorang konsumen apabila memutuskan untuk membeli sesuatu produk itu termasuk kedalam faktor internal yang meliputi faktor pribadi, dan faktor psikologis. Sedangkan apabila seorang konsumen memutuskan untuk tidak membeli produk itu termasuk kedalam faktor eksternal yang meliputi faktor budaya, faktor soaial, faktor kualitas pelayanan, faktor lokasi, dan faktor harga.

Berdasarkan faktor-faktor yang tidak mempengaruhi minat beli konsumen yaitu meliputi faktor psikologis, faktor sosial, faktor budaya, faktor lokasi, dan faktor harga. Dimana faktor-faktor ini hanya sebagai pendukung dan tidak terlalu berpengaruh terhadap minat beli dari

---

<sup>8</sup>Ibu Sarmi dan Ibu Cindy, Warga Masyarakat Desa Terbanggi Mulya (Konsumen) Wawancara Pada Tanggal 16 Februari 2021.

konsumen. Sedangkan faktor-faktor lebih berpengaruh terhadap minat beli konsumen adalah faktor pribadi, dan kualitas pelayanan.

- a. Faktor pribadi merupakan segala sesuatu yang ada pada diri seseorang dan tidak terpengaruh oleh orang lain. Oleh karena itu, ketika seorang konsumen telah melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk yaitu berupa kantong plastik yang telah disediakan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya keputusan membeli pada konsumen itu didasari pada diri sendiri bukan terpengaruh ataupun termotivasi oleh orang lain.
- b. Faktor kualitas pelayanan merupakan aktivitas yang memberikan untuk membantu, menyiapkan dan mengurus baik suatu barang atau jasa. Kecepatan dan ketanggapan dalam melayani konsumen menjadi prioritas Alfamart demi menciptakan kenyamanan para konsumen. Ada beberapa cara untuk yang dilakukan oleh karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya dalam melayani konsumen supaya konsumen merasa puas yaitu dengan memberikan 3S (Senyum, Sapa, Salam). Jika konsumen merasa kesulitan dalam mencari barang yang di butuhkan maka karyawan akan melayani dengan memberi tahu tempat barang yang konsumen butuhkan, kemudian ketika konsumen akan melakukan pembayaran, maka karyawan akan menawarkan berbagai barang promo, menawarkan pulsa, dan menanyakan kartu Alfamart jika ada

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan dan para konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya bahwa penerapan kantong plastik berbayar yang telah ditetapkan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya tersebut belum sepenuhnya optimal. Setelah diadakan kebijakan tersebut minat beli dari konsumen mengalami peningkatan. Hal ini dilihat dari konsumen yang datang ke toko setiap harinya. Para konsumen tidak merasa keberatan jika harus membayar senilai 200 rupiah per kantong plastik karena konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Alfamart.

### **C. Analisis Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Perspektif Ekonomi Islam di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram**

Dalam ekonomi Islam ditegaskan bahwa dalam menjalankan bisnis hendaknya berprinsip pada kemaslahatan bersama bukan pada kemudharatan yang dapat menyebabkan kerugian bagi sesama selalu menjunjung tinggi nilai-nilai agama, sosial, dan lingkungan adalah kunci bisnis yang Islami. Dalam penelitian ini bahwa prinsip ekonomi Islam di Alfamart Desa Terbanggi Mulya menggunakan prinsip ketauhidan, prinsip keadilan, dan prinsip kebenaran. Berikut merupakan penjelasan dari tiga prinsip yang dianalisis berdasarkan hasil penelitian di lapangan.

#### **1. Prinsip ketauhidan**

Dalam perspektif ekonomi Islam prinsip tauhid ini mengajarkan bahwa segala sesuatu bertitik balik dari Allah. Alfamart Desa Terbanggi Mulya telah menetapkan prinsip ketauhidan dalam produksi, distribusi,

dan konsumsi barang. Alfamart Desa Terbanggi Mulya dalam melayani konsumen selalu menjelaskan tentang kekurangan dan kelebihan produk yang telah di jual tanpa menutupinya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa prinsip ketauhidan yang telah di tetapkan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya sudah sesuai dengan ekonomi Islam.

## 2. Prinsip keadilan

Prinsip keadilan merupakan prinsip yang di terapkan Alfamart Desa Terbanggi Mulya, menuntut agar setiap konsumen di perlakukan sama seperti yang telah di lakukan para karyawan Alfamart selalu memperlakukan konsumen dengan adil. Para konsumen merasa selalu di berikan pelayanan yang memuaskan. Menurut perspektif ekonomi Islam dalam melakukan transaksi jual beli harus dilakukan atas dasar sama-sama ridha. Hal ini di buktikan dengan konsumen alfamart selalu di berikan pelayanan yang baik dan memuaskan.

## 3. Prinsip kebenaran

Prinsip kebenaran merupakan prinsip yang telah dilakukan di Alfamart Desa Terbanggi Mulya, dengan adanya kebenaran bahwa sebelum menjual kantong plastik tersebut karyawan Alfamart telah melakukan sosialisasi kepara para konsumen. Sosialisasi tersebut memiliki fungsi untuk mempengaruhi konsumen dalam membuat keputusan pembelian kantong plastik yang telah di sediakan di Alfamart. Menurut ekonomi Islam yang di lakukan karyawan Alfamart telah melakukan asas



kejujuran, hal ini dapat di lihat dari cara karyawan Alfamart telah melakukan sosialisasi mengenai kantong plastik berbayar.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di uraikan di atas, bahwa prinsip-prinsip yang telah di lakukan karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya dalam perspektif ekonomi Islam adalah ketauhidan, keadilan, dan kebenaran. Konsumen sebelum melakukan pembelian pasti memperhatikan dalam proses produksi, distribusi, dan konsumsi. Pelayanan yang baik dan memuaskan yang di inginkan konsumen tidak membuat konsumen merasa keberatan jika harus membayar senilai 200 rupiah per kantong plastik untuk membawa barang belanjanya.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa minat konsumen tidak sepenuhnya berpengaruh terkait dengan adanya penerapan kantong plastik berbayar yang telah diterapkan oleh pihak Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah. Karena Alfamart Desa Terbanggi Mulya telah memenuhi prinsip-prinsip ekonomi Islam yaitu prinsip ketauhidan, prinsip keadilan, dan prinsip kebenaran. Dengan adanya prinsip ketauhidan dalam melayani konsumen pihak Alfamart telah menjelaskan kekurangan dan kelebihan produk yang tersedia di Alfamart. Prinsip keadilan, dalam melayani konsumen karyawan Alfamart tidak membedakan antara konsumen satu dengan yang lainnya semua konsumen mendapatkan pelayanan yang sama. Prinsip kebenaran, dengan adanya prinsip kebenaran ini maka telah adanya kebenaran bahwa pihak Alfamart telah melakukan sosialisasi kepada konsumen mengenai kebijakan kantong plastik berbayar. Dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar maka tidak sepenuhnya mengurangi minat konsumen untuk berbelanja di Alfamart karena konsumen telah mendapatkan pelayanan yang memuaskan

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka ada beberapa saran yang di tujukan kepada Alfamart Desa Terbanggi mylya Kecamatan Bandar Mataram yakni:

1. Kepada karyawan Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah agar Alfamart Desa Terbanggi Mulya dapat melayani konsumen dengan jauh lebih baik sehingga konsumen dapat nyaman berbelanja di Alfamart.
2. Kepada konsumen Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah sebaiknya konsumen Alfamart desa Terbanggi Mulya meningkatkan kesadaran untuk ikut serta mendukung program kantong plastik berbayar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Wardi Muslich, “*Fiqih Muamalah*”, (Jakarta: Amzah, 2010)
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung.: PT Refika Aditama, 2012)
- Arieyanti Dwi Astuti, “Penerapan Kantong Plastik Berbayar Sebagai Upaya Mereduksi Penggunaan Kantong Plastik”, (Jurnal Litbang) Vol XII no 1
- Asep Dwiky Darmawan, Skripsi “*Persepsi Masyarakat Tentang Kebijakan Kantong Plastik Betbayar*”, (Bandung: Universitas Pasundan), 2016.
- Bernadeta Aurelia Oktavira S.H, “*Dasar Hukum Kebijakan Diet Kantong Plastik*”, dalam <https://m.hukumonline.com> di unduh pada tanggal 5 ferruari 2020.
- Cholid Nurbuko, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara,2007)
- Danang Sunyoto, *Perilaku Konsumen Dan Pemasaran*, (Yogyakarta: Center Of Academic Publishing Service, 2015)
- Elsa Julianti, “*Skripsi Perilaku Masyarakat Dalam Menyikapi Kebijakan Plastik Berbayar (Penelitian Terhadap Pengunjung Minimarket Cibapung Cibiru Bandung)*”, (Bandung: Universitas Sunan Gunung Djati), 2016.
- Kartini Kartono, *Pengantar Metodelogi Riset Sosial*, (CV Mabdar Maju: Bandung, 1996)
- Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: Idarah Adabiyah, 1980)
- Muhammad Muflih, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam 2006)
- Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2006)
- Nabila, Skripsi “*Pengaruh Efektivitas Kebijakan Pembatasan Penggunaan Kantong Plastik Terhadap Penggunaan Kantong Plastik Ibu Rumah Tangga Di Surabaya*”, (Surabaya, Universitas Negri Sunan Ampel), 2016.
- Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta, PT Rineka Cipta, 1997)
- , *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009)

- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011)
- Raguya Dahlan, “*Masalah Sampah Plastik Di Indonesia Dan Dunia*”, dalam <https://lingkunganhidup.co/sampah-plastik-indonesia-dunia/> Diunduh Pada Tanggal 18 Juli 2020.
- Rismiyati Prasetijo dan John J.O.I Ihalaw, *perilaku konsumen*, (Yogyakarta: Andi Offset,2005)
- Rozaini, “*Skripsi Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Tw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekan Baru)*”, (Riau, UIN Sultan SyarifQasin), 2011.
- Sudaryono, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*, (Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia, 2014)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek,Edisi Revisi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta,2006)
- SuharsimiArikunto,*Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008)
- Tirto, “*Menanti Payung Hukum Kokoh Untuk Diet Kantong Plastik*”, dalam <https://tirto.id/menanti-payung-hukum-kokoh-untuk-diet-kantong-plastik-bsT7> di unduh pada tanggal 5 februari 2020.
- Umar Husein, *Manajemen Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT. Gramedia Pusaka)
- Vinna Sri Yuniarti, *Perilaku Konsumen Teori dan Praktik*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015)
- W. Gulo, *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT. Grasindi, 2005)
- Zuhairi, et. al. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*, (Edisi Revisi STAIN Jurai Siwo Metro, 2016)

**PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP  
MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI  
KASUS ALFAMART DESA TERBANGGI MULYA  
KECAMATAN BANDAR MATARAM  
LAMPUNG TENGAH**

**OUTLINE**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR LAMPIRAN**

**BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

**BAB II LANDASAN TEORI**

- A. Kantong Plastik Berbayar
  - 1. Kebijakan Kantong Plastik Berbayar
  - 2. Tujuan Kebijakan Kantong Plastik Berbayar
- B. Minat Konsumen
  - 1. Pengertian Minat Konsumen
  - 2. Karakteristik Minat Konsumen
  - 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Konsumen

- C. Ekonomi Islam
  - 1. Pengertian Ekonomi Islam
  - 2. Tujuan Ekonomi Islam
- D. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Jenis dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisis Data

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

- A. Deskripsi Tentang Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah
- B. Analisis Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam di Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah

### **BAB V PENUTUP**

- A. Kesimpulan
- B. Saran

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

Metro, Januari 2021  
Penulis,



**Lina Nur'aini**  
**NMP. 1502040164**

Mengetahui,

Pembimbing I



**Liberty, S.E., M.A**  
**NIP. 197408242000032002**

Pembimbing II



**Era Yudistira, M. Ak**  
**NIP. 199010032015032010**



**PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP  
MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI  
KASUS ALFAMART DESA TERBANGGI MULYA  
KECAMATAN BANDAR MATARAM  
LAMPUNG TENGAH**

**A. Interview/ Wawancara**

a. Wawancara kepada konsumen

1. Apakah anda setuju dengan adanya kebijakan kantong plastik  
berbayar yang telah disediakan di Alfamart?
2. Kalau ya apa alasan anda? Kalau tidak apa alasan anda?
3. Apa alasan anda membeli/tidak membeli kantong plastik yang  
telah di sediakan di Alfamart?
4. Bagaimana menurut anda tentang adanya kebijakan kantong plastik  
berbayar tersebut?
5. Apakah anda merasa keberatan jika harus membayar senilai 200-,  
per kantong plastik?
6. Apakah dengan membayar 200-, per kantong plastik dapat  
mengurangi limbah sampah?

b. Wawancara kepada karyawan

1. Berapa lama anda bekerja di alfamart ini?
2. Berapa harga per kantong plastik yang telah di jual di Alfamart?
3. Apakah Alfamart ini mempunyai pelanggan tetap?

4. Bagaimana tanggapan anda dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar?
5. Apakah konsumen merasa keberatan jika harus membayar senilai 200-, per kantong plastik?
6. Bagaimana cara anda menanggapi jika ada konsumen yang komplain dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar?
7. Apakah dengan adanya kebijakan kantong plastik senilai 200-, mempengaruhi minat pembelian konsumen?
8. Apakah dengan adanya kebijakan kantong plastik berbayar ini dapat mengubah konsumen dalam penggunaan kantong belanja?

#### **B. Dokumentasi**

1. Dokumentasi Tentang Alfamart Desa Terbanggi Mulya Kecamatan Bandar Mataram Lampung Tengah

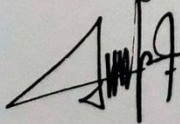
Metro, Januari 2021  
Penulis,



**Lina Nur'aini**  
**NMP. 1502040164**


Mengetahui,

Pembimbing I



**Liberty, S.E., M.A**  
**NIP. 197408242000032002**

Pembimbing II



**Era Yudistira, M. Ak**  
**NIP. 199010032015032010**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : 1512/In.28/D.1/TL.00/05/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,  
Kepala Toko Alfamart Desa Terbanggi  
Mulya Bandar Mataram  
di-  
Tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 1511/In.28/D.1/TL.01/05/2021, tanggal 31 Mei 2021 atas nama saudara:

Nama : **LINA NUR`AINI**  
NPM : 1502040164  
Semester : 12 (Dua Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di Toko Alfamart Desa Terbanggi Mulya Bandar Mataram, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ( STUDI KASUS ALFAMART DESA TERBANGGI MULYA KECAMATAN BANDAR MATARAM)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Saudara untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Metro, 31 Mei 2021  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kelembagaan,



**Siti Zulaikha S.Ag, MH**  
NIP 19720611 199803 2 001

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT TUGAS**

Nomor: 1511/In.28/D.1/TL.01/05/2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

Nama : LINA NUR`AINI  
NPM : 1502040164  
Semester : 12 (Dua Belas)  
Jurusan : Ekonomi Syari`ah

1. Mengadakan observasi/survey di Toko Alfamart Desa Terbanggi Mulya Bandar Mataram, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH PENERAPAN KANTONG PLASTIK BERBAYAR TERHADAP MINAT PEMBELIAN KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM ( STUDI KASUS ALFAMART DESA TERBANGGI MULYA KECAMATAN BANDAR MATARAM)".
2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kejada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat untuk bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

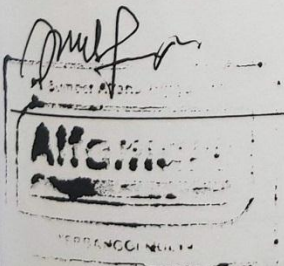
Dikeluarkan di : Metro  
Pada Tanggal : 31 Mei 2021

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan,



Siti Zulaikha S.Ag, MH  
NIP 19720611 199803 2 001

Mengetahui,  
Pejabat Setempat





KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO

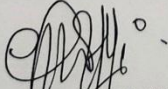
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lina Nur'aini Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)  
NPM : 1502040164 Semester/TA : XII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin, 3/5-2021	<ul style="list-style-type: none"><li>- perbaiki kesimpulan sesuai arahan.</li><li>- Sesuaikan kesimpulan dg pertanyaan penelitian.</li><li>- pastikan kembali apakah kesimpulan sudah menjawab pertanyaan penelitian</li></ul>	 ef  ef
	Kabu, 5/5-2021	Acc Bab 4 & 5. Lanjutkan proses berikutnya utlh dpt di munagasyahkan.	ef

Dosen Pembimbing II,

  
**Era Yudistira, M.Ak**  
NIP. 199010032015032010

Mahasiswa ybs,

**Lina Nur'aini**  
NPM. 1502040164



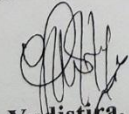
KEMENTERIAN AGAMA RI  
 INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
 (IAIN) JURAI SIWO METRO  
 Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
 Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Lina Nur'aini      Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)  
 NPM : 1502040164      Semester/TA : XII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Pabu/ 30/12-2020	<ul style="list-style-type: none"> <li>- judul diperbaiki sesuai dengan hasil revisi</li> <li>- perbaiki poin P pada bab 2</li> <li>- periksa kembali teori mengenai prinsip-prinsip dalam ekonomi Islam dan sesuaikan dengan kebutuhan penelitian</li> <li>- ACC BAB 123</li> <li>ACC Outline penelitian</li> </ul>	<p>el</p> <p>el</p> <p>el</p> <p>el</p> <p>el</p>

Mahasiswa ybs,

Dosen Pembimbing II,  
  
**Era Yudistira, M.Ak**  
 NIP. 19901003 201503 2 010

**Lina Nur'aini**  
 NPM. 1502040164



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO  
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lina Nur'aini      Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)  
NPM : 1502040164      Semester/TA : XII/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Senin 22/3-21	ACC BAB 1,2,3	

Dosen Pembimbing I,

**Liberty, S.E., M.A**  
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa ybs,

**Lina Nur'aini**  
NPM. 1502040164



KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO  
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lina Nur'aini      Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)  
NPM : 1502040164      Semester/TA : XII/2021

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
	Rabu : 7/4 - 21	Outline Acc	
		APD Acc	
		lanjutkan ke tahap selanjutnya	
		TH	

Dosen Pembimbing I,

**Liberty, S.E, M.A**  
NIP. 19740824 200003 2 002

Mahasiswa ybs,

**Lina Nur'aini**  
NPM. 1502040164

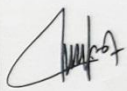

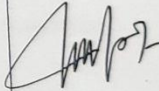




KEMENTERIAN AGAMA RI  
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
(IAIN) JURAI SIWO METRO  
Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,  
Email : [stainjusi@stainmetro.ac.id](mailto:stainjusi@stainmetro.ac.id) Website : [www.stainmetro.ac.id](http://www.stainmetro.ac.id)

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lina Nur'aeni Fakultas/Jurusan : FEBI (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)  
NPM : 1502040164 Semester/TA : X/2020

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
3	Rabu 2/- 21 / 6	Secara keseluruhan telah di perbaiki sesuai arahan saat bimbingan  Bab 4-5 Acc.  Siap di Ujikan	  

Dosen Pembimbing I,

**Liberty, SE, MA**  
NIP. 197408242000032002

Mahasiswa ybs,

**Lina Nur'aeni**  
NPM. 1502040164



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296;

Nomor : 2569/In.28.3/D.1/PP.00.9/10/2019 14 Oktober 2019  
Lampiran : -  
Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Liberty, S.E., M.A.
  2. Era Yudistira, M.Ak.
- di - Tempat

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Dalam rangka membantu mahasiswa dalam penyusunan Proposal dan Skripsi, maka Bapak/Ibu tersebut diatas, ditunjuk masing-masing sebagai Pembimbing I dan II Skripsi mahasiswa :

Nama : Lina Nur`aini  
NPM : 1502040164  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)  
Judul : Pengaruh Penerapan Kantong Plastik Berbayar Terhadap Minat Pembelian Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Alfamart Desa Terbanggi Mulya, Kecamatan Bandar Mataram, Lampung Tengah)

Dengan ketentuan :

1. Pembimbing, membimbing mahasiswa sejak penyusunan Proposal sampai selesai Skripsi :
  - a. Pembimbing I, mengoreksi outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi setelah pembimbing II mengoreksi.
  - b. Pembimbing II, mengoreksi Proposal, outline, alat pengumpul data (APD) dan mengoreksi Skripsi, sebelum ke Pembimbing I.
2. Waktu penyelesaian Skripsi maksimal 4 (empat) semester sejak SK bimbingan dikeluarkan.
3. Diwajibkan mengikuti pedoman penulisan karya ilmiah yang di keluarkan oleh LP2M Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Banyaknya halaman Skripsi antara 40 s/d 70 halaman dengan ketentuan :
  - a. Pendahuluan ± 2/6 bagian.
  - b. Isi ± 3/6 bagian.
  - c. Penutup ± 1/6 bagian.

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Wakil Dekan Bidang Akademik dan  
Kelembagaan



MUHAMMAD SALEH



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
UNIT PERPUSTAKAAN**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111  
METRO Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA  
Nomor : P-408/In.28/S/U.1/OT.01/05/2021**

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung menerangkan bahwa :

Nama : LINA NUR'AINI  
NPM : 1502040164  
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2020 / 2021 dengan nomor anggota 1502040164

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas dari pinjaman buku Perpustakaan dan telah memberi sumbangan kepada Perpustakaan dalam rangka penambahan koleksi buku-buku Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 03 Juni 2021  
Kepala Perpustakaan



*As'ad*  
Dr. As'ad, S. Ag., S. Hum., M.H.  
NIP. 19750505 200112 1 002

# LAMPIRAN

## DOKUMENTASI











## **RIWAYAT HIDUP**



Peneliti bernama Lina Nur'aini, dilahirkan di Desa Terbanggi Mulya, pada tanggal 23 juni 1997 anak ke dua dari dua bersaudara, dari pasangan Askan S.Pd.I dan Ibu Siti Munawaroh.

Riwayat pendidikan peneliti diawali di Sekolah Dasar (SD) Negeri Terbanggi Mulya dan selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah (MTs) Miftahul Ulum Jati Datar Bandar Mataram dan selesai pada tahun 2021, kemudian melanjutkan pendidikan di Madrasah Aliyah (MA) Tri Bhakti At-Taqwa Rama Puja Raman Utara Lampung Timur selesai pada tahun 2015. Dan setelah itu melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di mulai pada Tahun Ajaran 2015/2016.