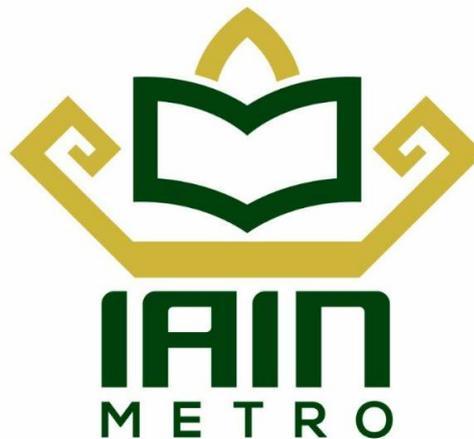


**DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA PEKERJA  
MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN  
DI KECAMATAN ANAK RATU AJI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH  
(PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**

**TESIS**

**OLEH**  
**Kiki Dwi Larasati**  
NPM. 2071040007



**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2023 M**

**DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA PEKERJA  
MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN  
DI KECAMATAN ANAK RATU AJI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH  
(PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**

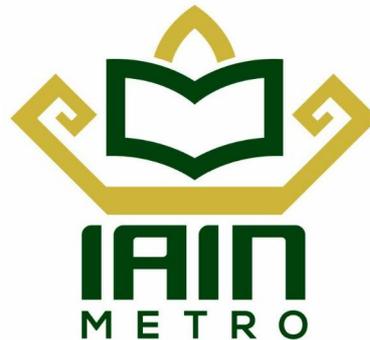
**TESIS**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Mencapai Gelar Magister  
dalam Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Program Studi: Ekonomi Syariah



Pembimbing I : Prof. Dr. Suhairi, S.Ag, M.H  
Pembimbing II : Dr. Khoirurrijal, M.A

**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
1444 H / 2023 M**

## ABSTRAK

### **KIKI DWI LARASATI, 2023, DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI KECAMATAN ANAK RATU AJI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)**

Tuntutan kebutuhan hidup dan kesulitan memperoleh pekerjaan di dalam negeri, mendorong sebagian warga Indonesia menjadi buruh migran di luar negeri. Pendapatan yang diperoleh dari hasil bekerja sebagai buruh migran di luar negeri berdampak pada perubahan ekonomi keluarga. Selain berdampak pula pada perubahan sikap dan perilaku sosial di masyarakat.

Pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini yaitu: Bagaimana peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah? dan bagaimana dampak peningkatan status sosial pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah perspektif ekonomi Islam?. Penelitian ini menggunakan desain penelitian hukum empiris yang bertitik tolak dari data primer di lapangan. Alat pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan teknik analisis kualitatif yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion/verivication*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah terlihat dari pemenuhan kebutuhan pokok, pendidikan dan kesehatan, pengembangan usaha non pertanian dan pertanian, renovasi rumah, pembelian kendaraan, perhiasan dan perabotan rumah tangga. PMI dan keluarga menggunakan uang kiriman remiten untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Selain itu, kepemilikan lahan pertanian menjadi opsi bagi PMI untuk digarap atau dimanfaatkan oleh keluarga. Dampak peningkatan status sosial pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah dalam perspektif ekonomi Islam terlihat dari kontribusi pada kegiatan sosial dan keagamaan, peningkatan belanja dengan memperhatikan prinsip maslahat dan manfaat serta menghindari pembelian tak terencana. Selain itu terlihat pula dari alokasi remiten untuk menunjang kemandirian, dan menabung. Alokasi penggunaan remiten pekerja migran atau keluarganya pada umumnya disertai dengan kesadaran pentingnya menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung atau diinfaqkan. Praktik menabung yang dilakukan untuk mengantisipasi kebutuhan mendadak jangka panjang.

## ABSTRACT

KIKI DWI LARASATI, 2023, THE IMPACT OF THE IMPROVEMENT OF ECONOMIC STATUS OF INDONESIAN MIGRANT WORKER FAMILIES ON CONSUMER BEHAVIOR IN THE DISTRICT OF ANAK RATU AJI, CENTRAL LAMPUNG REGENCY (ISLAMIC ECONOMIC PERSPECTIVE)

The demands of livelihood and the difficulty of finding jobs within the country have driven some Indonesian citizens to become migrant workers abroad. The income obtained from working as migrant workers abroad has an impact on family economic changes. It also affects changes in attitudes and social behavior within the community.

The research questions in this study are as follows: How does the improvement of the socioeconomic status of Indonesian Migrant Workers (PMI) affect consumer behavior in the District of Anak Raty Aji, Central Lampung Regency? What is the impact of the improvement in the socioeconomic status of Indonesian migrant workers on consumer behavior in the District of Anak Raty Aji, Central Lampung Regency from an Islamic economic perspective? This study employs an empirical legal research design based on primary data collected in the field. Data collection tools include interviews and documentation. Data analysis uses qualitative analysis techniques such as data reduction, data display, and conclusion/verification.

The research results show that the impact of the improvement of the socioeconomic status of Indonesian Migrant Workers (PMI) on consumer behavior in the District of Anak Raty Aji, Central Lampung Regency is evident in the fulfillment of basic needs, education and healthcare, the development of non-agricultural and agricultural businesses, home renovation, vehicle purchases, jewelry, and household furnishings. PMI and their families use remittance funds to meet daily basic needs such as food and other daily necessities. Additionally, owning agricultural land becomes an option for PMI to cultivate or utilize with their families.

The impact of the improvement in the socioeconomic status of Indonesian migrant workers on consumer behavior in the District of Anak Raty Aji, Central Lampung Regency from an Islamic economic perspective is evident in contributions to social and religious activities, increased spending while considering the principles of benefit and avoiding unplanned purchases. Moreover, the allocation of remittances supports self-sufficiency and savings. The allocation of remittance use by migrant workers or their families generally comes with the awareness of the importance of setting aside a portion of earnings for savings or charitable donations. The practice of saving is carried out to anticipate long-term unexpected needs.

## PERSETUJUAN TESIS

**Judul** : DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI  
KELUARGA PEKERJA MIGRAN INDONESIA  
(PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI  
KECAMATAN ANAK RATU AJI KABUPATEN  
LAMPUNG TENGAH (PERSPEKTIF EKONOMI  
ISLAM)

**Nama Mahasiswa** : Kiki Dwi Larasati

**NPM** : 2071040007

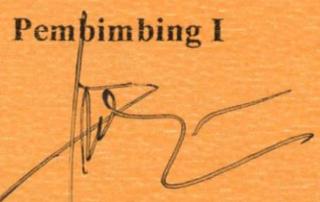
**Program Studi** : Ekonomi Syariah

Telah memenuhi syarat untuk diujikan dalam Sidang Seminar pada  
Program Pasacasarjana (PPs) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

### MENYETUJUI

#### Komisi Pembimbing

**Pembimbing I**

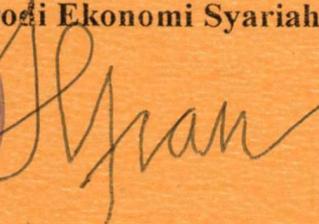
  
Prof. Dr. Suhairi, S.Ag, MH  
NIP. 197210011999 03 1 003

**Pembimbing II**

  
Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 197303211200312 1 002

Mengetahui  
Ketua Prodi Ekonomi Syariah



  
Dr. M. Irpan Nurhab, M.S.i  
NIP. 19880909 2021801 1 001



KEMENTERIAN AGAMA ISLAM REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLA NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung 34111  
Telp. (0725) 41507. Fax. (07296. Email. [ppsstainmetro@yahoo.com](mailto:ppsstainmetro@yahoo.com) Website : [www. Stainmetro.ac.id](http://www.Stainmetro.ac.id)

### PENGESAHAN

Tesis dengan Judul: DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI KECAMATAN ANAK RATU AJI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM) yang disusun oleh Kiki Dwi Larasati, NPM. 2071040007, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah pada Pasacasarjana IAIN Metro, Hari/Tanggal: Kamis, 27 Juli 2023 Pukul 08:00 – 10:00 WIB

### TIM PENGUJI

Dr. Mukhtar Hadi, M.Si  
Ketua

(.....)

Dr. Imam Mustofa, M.Si  
Penguji I (Utama)

(.....)

Prof. Dr. Suhairi, S.Ag., MH  
Penguji II

(.....)

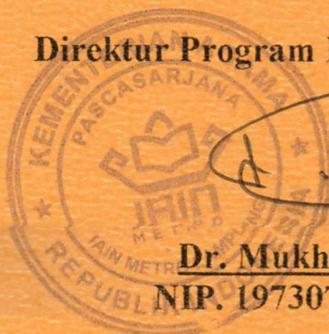
Dr. Khoirurrijal, MA  
Penguji III

(.....)

Diana Ambarwati, ME.Sy  
Sekretaris

(.....)

Direktur Program Pascasarjana IAIN Metro



Dr. Mukhtar Hadi, M.S.i  
NIP. 19730710 199803 1 003

## PERNYATAAN ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007  
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul **“DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DI KECAMA-TAN ANAK RATU AJI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH (PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM)”** ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.



Metro, 23 Mei 2023  
Yang Menyatakan,

Kiki Dwi Larasati

NPM 2071040007

## MOTTO

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ  
اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Artinya: “Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bagianmu dari (kenikmatan) duniawi, dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Q.S. Al Qashas: 77)

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Huruf Arab	Huruf Latin		Huruf Arab	Huruf Latin
ا	Tidak dilambangkan		ط	ṭ
ب	b		ظ	ẓ
ت	t		ع	'
ث	ṣ		غ	g
ج	j		ف	f
ح	ḥ		ق	q
خ	kh		ك	k
د	d		ل	l
ذ	ẓ		م	m
ر	r		ن	n
ز	z		و	w
س	s		ه	h
ش	sy		ء	'
ص	ṣ		ي	y
ض	ḍ			

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Huruf dan Tanda
اَ ـ اِ ـ اِىَ	â
يِ ـ	î
وُ ـ	û

Pedoman Transliterasi ini dimodifikasi dari Buku Panduan Penulisan Tesis Program Pascasarjana IAIN Metro, Tahun 2015

## **PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan karunia dan hidayah-Nya, maka Peneliti persembahkan karya ini dengan memohon ridha Allah SWT, guna mencapai tujuan hidup yang bahagia di dunia dan akhirat serta ucapan *Jazakumullah Khoiron Katsiran*, Peneliti ucapkan kepada:

1. Ayahku dan ibuku yang senantiasa mendo'akanku dengan tulus ikhlas dan mengarahkanku kepada kebenaran dalam meraih keberhasilan sehingga perkuliahan Peneliti dapat selesai dengan baik.
2. Suamiku yang telah sabar memberi motivasi dan pengertian dalam upaya menyelesaikan penulisan tesis ini.
3. Seluruh Civitas akademik Program Pascasarjana dan Almamaterku Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro tercinta.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik dan inayah-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan penulisan tesis ini sebagai syarat penyusunan tesis Program Studi Ekonomi Syariah.

Penulisan tesis ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata Dua (S2) atau magister ekonomi syariah pada Program Pascasarjana IAIN Metro.

Dalam upaya penyelesaian Tesis ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya penulis mengucapkan terima kasih kepada Yth:

1. Prof. Dr. Hj. Nurjannah, M.Ag selaku Rektor IAIN Metro
2. Dr. Mukhtar Hadi, S.Ag, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana IAIN Metro
3. Dr. M. Irpan Nurhab, M.S.i, Ketua Prodi Ekonomi Syariah
4. Prof. Dr. Suhairi, S.Ag, MH, selaku Pembimbing I
5. Dr. Khoirurrijal, MA selaku Pembimbing II

Kritik dan saran demi perbaikan tesis ini sangat diharapkan dan akan diterima dengan kelapangan dada, dan bermanfaat bagi pengembangan hukum keluarga Islam.

Metro, 25 Mei 2023

Penulis,



Kiki Dwi Larasati  
NPM 2071040007

## DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN ABSTRAK BAHASA INDONESIA .....	iii
HALAMAN ABSTRAK BAHASA INGGRIS .....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN .....	vi
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN .....	vii
HALAMAN MOTTO .....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	x
HALAMAN KATA PENGANTAR.....	xi
HALAMAN DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian .....	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	7
D. Penelitian Relevan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
A. Status Ekonomi Keluarga Pekerja Migran Indonesia (PMI).....	11
1. Status Ekonomi Keluarga.....	11
a. Pengertian Status Ekonomi Keluarga .....	11
b. Jenis-jenis Kelas Status Sosial Ekonomi .....	14
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi....	18
B. Pekerja Migran Indonesia .....	21
1. Pengertian Pekerja Migran Indonesia .....	21
2. Faktor-faktor Penyebab Menjadi Pekerja Migran .....	25
3. Remiten Pekerja Migran .....	30
C. Perilaku Konsumen .....	38
1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	38

2. Proses Terbentuknya Perilaku Konsumen .....	40
3. Jenis dan Ciri-ciri Perilaku Konsumen .....	45
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	50
5. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam.....	59
BAB III METODE PENELITIAN .....	73
A. Jenis dan sifat Penelitian .....	73
B. Sumber Data .....	74
C. Metode Pengumpulan Data .....	75
D. Teknik Analisis Data.....	77
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	79
B. Dampak Peningkatan Status Sosial Ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) Terhadap Perilaku Konsumen.....	82
C. Dampak Peningkatan Status Sosial Pekerja Migran Indonesia Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam .....	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	119
A. Kesimpulan .....	119
B. Saran .....	120
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Contoh Rerata Gaji PMI Per Bulan Berdasarkan Negara Tujuan .....	34
2. Data Jumlah Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji Tahun 2022.....	80
3. Data Jumlah Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji Berdasarkan Desa Tahun 2022 .....	80
4. Data Pekerja Migran Kecamatan Anak Ratu Aji Berdasarkan Desa.....	81
5. Data Negara Tujuan Pekerja Migran Kecamatan Anak Ratu Aji.....	81
6. Besaran Remiten Pekerja Migran Indonesia kepada Keluarga .....	84

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Ekonomi keluarga merupakan lingkup ekonomi yang berkaitan dengan pengeluaran rutin untuk kebutuhan konsumsi, pakaian, pendidikan, transportasi dan kebutuhan hidup lainnya. Dalam hal ini idealnya setiap keluarga mempunyai penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup anggotanya dan meningkatkan taraf kesejahteraannya.

Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh setiap keluarga adalah agar penghasilan yang masuk dapat mencukupi segala kebutuhan keluarga (baik saat sekarang maupun yang akan datang) atau menjaga keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran. Bagi hampir setiap keluarga hal ini menjadi masalah karena penghasilan memang kecil dibandingkan dengan kebutuhan yang begitu banyak.<sup>1</sup>

Pemenuhan kebutuhan berkaitan dengan pekerjaan sebagai sumber penghasilan. Semakin banyak anggota keluarga yang bekerja, maka semakin terpenuhi kebutuhan anggotanya. Status pekerjaan dan jumlah gaji yang diperoleh juga menjadi pendorong kemampuan keluarga untuk memenuhi kebutuhannya. Dengan semakin meningkatnya kebutuhan keluarga, maka tuntutan terhadap pekerjaan semakin tinggi, dan peran pencari nafkah tidak hanya bergantung kepada laki-laki sebagai kepala keluarga.

---

<sup>1</sup>T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Kanisius, 2008), h. 61

Tuntutan kebutuhan hidaup dan kesulitan memperoleh pekerjaan di dalam negeri, mendorong sebagian perempuan menjadi buruh migran di luar negeri. Tingginya tingkat pengangguran dan kualifikasi pendidikan yang tidak memenuhi syarat bekerja di dalam negeri juga mendorong sebagian perempuan bekerja sebagai buruh migran pada sektor domestik di luar negeri.

Orang bermigrasi karena berbagai alasan. Faktor pendorong antara lain perang, konflik, bencana alam, penganiayaan, kemiskinan dan pengangguran. Faktor penarik utama adalah kebutuhan tenaga kerja migran di negara tujuan. Banyak orang melihat migrasi sebagai satu-satunya cara untuk memperbaiki situasi sosial dan ekonomi mereka, dan terkadang mereka tidak melihat pilihan lain selain bermigrasi.<sup>2</sup>

Pasar dan ekonomi global yang berkembang pesat secara langsung berdampak terhadap terjadinya perubahan sosio-kultural masyarakat. Khususnya masyarakat di negara-negara yang lebih sejahtera, membutuhkan lebih banyak tenaga kerja murah untuk menggantikan peran-peran mereka dalam lapangan pekerjaan rendahan. Di antaranya ialah lapangan pekerjaan di ranah domestik.<sup>3</sup>

*Migrants move between countries for a variety of reasons, including family reunification, political protection, and employment. However, the opportunity for employment is one of the most important magnets attracting immigrants, including unauthorized immigrants, to countries. (Migran*

---

<sup>2</sup>Laurie Berg, *Migrant Rights at Work Law's Precariousness at the Intersection of Immigration and Labour*, (New York: Routledge, 2016), h. xi

<sup>3</sup>Sulistyowati Irianto, etl, *Akses Keadilan dan Migrasi Global: Kisah Perempuan Indonesia Pekerja Domestik di Uni Emirat Arab*, (Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), h 3

berpindah antar negara karena berbagai alasan, termasuk reunifikasi keluarga, perlindungan politik, dan pekerjaan. Namun, kesempatan kerja adalah salah satu magnet terpenting yang menarik imigran, termasuk imigran tidak resmi, ke negara-negara).<sup>4</sup>

Tingginya minat sebagai pekerja migran selalu dibaca sebagai fenomena ekonomi, misalnya karena upah kerja yang tinggi, keluarga, dan kurang dikaji bahwa keberanian dan keberdayaan penghasil devisa, meningkatkan kesejahteraan perempuan melintas batas norma-norma tradisional tersebut melewati proses yang panjang dengan peristiwa-peristiwa budaya yang berat untuk dilewati.<sup>5</sup>

Pekerja migran memiliki sumbangan yang besar dalam pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan melalui remitan yang dikirim ke daerah asal. Remitan yang dikirimkan ke daerah asal akan mampu mengangkat status ekonomi keluarga migran ke tingkat yang lebih baik apabila dikelola dengan baik. Remitan mempunyai nilai sosial ekonomi yang signifikan tidak hanya bagi mereka yang menerima namun juga bagi upaya pemerataan pembangunan suatu daerah. Bagi keluarga migran hal tersebut merupakan sumber penghasilan yang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya.

Seiring dengan perjalanan waktu terjadi dinamika dalam penempatan PMI, antara lain perubahan pilihan negara tujuan dan jenis pekerjaan yang dilakukan. Pada masa-masa awal pelaksanaan penempatan PMI melalui

---

<sup>4</sup>James Sensenbrenner, *Foreign Workers Information on Selected Countries' Experiences*, United States Government Accountability Office (GAO) Report, September 2006, h. 1

<sup>5</sup>Keppi Sukesni, etl, *Migrasi Perempuan, Remitansi dan Perubahan Sosial Ekonomi Perempuan*, (Malang: UB Press, 2017), h. 206

pengaturan pemerintah, Saudi Arabia dan negara-negara di kawasan Timur Tengah lainnya, seperti Kuwait, Qatar, dan Uni Emirat Arab menjadi daerah tujuan yang dominan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Badan Nasional Penempatan dan Perlindungan Tenaga Kerja Indonesia (BNP2TKI)', terlibat bahwa akhir-akhir ini negara-negara di Timur Tengah Lainnya tidak lagi menjadi daerah tujuan yang dominan para PMI.<sup>6</sup>

Mengutip Alam pengertian ilmu ekonomi, konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang atau jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Tujuan utama dari sebuah kegiatan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup secara langsung. Dalam penelitian ini selain berdampak pada peningkatan ekonomi keluarga pendapatan dari hasil bekerja diluar negeri juga berdampak pada perubahan perilaku konsumen dimasyarakat, perubahan gaya hidup. Sebelum bekerja ke luar negeri kehidupannya sederhana selayaknya orang, namun setelah kembali dari luar negeri pekerja migran cenderung mengalami perubahan tersebut, meliputi berubahnya cara berpenampilan, perubahan selera, timbulnya sifat konsumerisme terhadap *gadget* atau *fashion*.

Berdasarkan pra survey di kantor Kecamatan Anak Ratu Aji, diketahui latar belakang menjadi pekerja migran pada umumnya dikarenakan motif ekonomi, seperti sulit menemukan pekerjaan dan mendapatkan penghasilan

---

<sup>6</sup> Mita Noveria, et al, *Perlindungan Pekerja Migran Indonesia*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021), h.2

yang cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga, menabung dan mengembangkan usaha.

Hasil pra survei di atas memberikan informasi alasan di balik keputusan individu untuk mencari pekerjaan di luar negeri. Pekerja migran ingin meningkatkan penghasilan dan mengirim uang hasil kerja di luar negeri untuk memenuhi kebutuhan keluarga. Uang hasil kiriman (remitan) buruh migran dari bekerja di luar negeri digunakan untuk membangun rumah, membeli tanah, biaya pendidikan, modal membuka usaha, membeli kendaraan, membeli perhiasan, membeli ternak, dan membeli elektronik. Uang kiriman juga digunakan untuk membeli lahan pertanian.

Kondisi pekerja migran yang ada Kecamatan Anak Ratu aji rata-rata hasil dari mereka bekerja ekonomi menjadi naik. Menurut kasi kemasyarakatan jumlah pekerja migran Kecamatan Anak Ratu Aji, pada tahun 2020 sebanyak 55 orang, sedangkan pada tahun 2021 sebanyak 47 orang yang bekerja di berbagai negara, seperti Hongkong, Taiwan, Malaysia, Singapura, dan Korea. Peningkatan jumlah buruh migran didorong oleh keberhasilan sebagian buruh migran dalam meningkatkan perekonomian keluarga, dan memperoleh modal usaha, sehingga dapat membuka usaha setelah pulang dari luar negeri.<sup>7</sup>

Namun demikian peneliti melihat beberapa permasalahan dari perilaku konsumsi keluarga pekerja migran, seperti membeli keperluan rumah tangga,

---

<sup>7</sup>Wawancara dengan Sofyan Yusuf Kasi Kesra Kantor Kecamatan Anak Ratu Aji, Tanggal 19 September 2021

baik berupa peralatan elektronik, pakaian, maupun peralatan lain, yang tidak didasarkan pada kebutuhan, tetapi didasarkan pada keinginan, dan kecendrungan mengikuti penilaian orang lain. Hal ini terlihat dari pembelian beberapa barang yang dilakukan pembeli seringkali timbul dari hasil informasi orang lain menggunakan barang dengan merek tertentu yang dipandang menarik. Sehingga timbul keinginan membeli, padahal barang yang dibeli masih dimiliki dan masih layak pakai, walaupun beda mereknya saja<sup>8</sup>

Berdasarkan latar belakang yang telah dilakukan oleh peneliti, peneliti bermaksud mengadakan penelitian tentang dampak peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen dikecamatan anak ratu aji kabupaten lampung tengah (perspektif ekonomi Islam).<sup>9</sup>

## **B. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana dampak peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah?

---

<sup>8</sup>Wawancara Wawancara dengan Sofyan Yusuf Kasi Kesra Kantor Kecamatan Anak Ratu Aji, Tanggal 19 September 2021

<sup>9</sup>*Ibid*

2. Bagaimana dampak peningkatan status sosial pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah perspektif ekonomi Islam?

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

#### 1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah

- a. Mengetahui peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah.
- b. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam dalam peningkatan status sosial pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah.

#### 2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoretis diharapkan dapat menambah khazanah keilmuan ekonomi khususnya tentang peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen.
- b. Secara praktis dapat menjadi masukan bagi pekerja migran dan keluarga pekerja migran serta masyarakat Lampung Tengah tentang dampak peningkatan status sosial ekonomi terhadap perilaku konsumen.

### **D. Penelitian Relevan**

Penelitian tentang perubahan ekonomi dan perilaku sosial keluarga buruh migran telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya. Dalam pemaparan

ini akan dijelaskan beberapa penelitian relevan terdahulu, perbedaan fokus dan paradigma penelitian, serta sudut pandang teori yang digunakan, sehingga diketahui posisi penelitian ini dari penelitian sebelumnya.

Penelitian Jalaludin dengan judul “Tata Kelola Remitansi Buruh Migran: Kasus Buruh Migran Di Kabupaten Lombok Timur.”<sup>10</sup>

Hasil penelitian di atas menunjukkan masih diperlukannya mekanisme pengiriman remitansi yang aman dan murah, remitansi masih lebih digunakan untuk kebutuhan konsumsi, diperlukannya *capacity building* untuk membantu PMI memulai usaha, masih kentalnya budaya patriarki dalam pemanfaatan remitansi yang datang dari buruh migran perempuan..

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini terlihat dari kajian tentang peningkatan ekonomi keluarga buruh migran melalui remitan yang dikirim ke daerah asal. Adapun perbedaannya, penelitian di atas lebih menitik beratkan pada aspek perilaku usaha, dengan tumbuhnya semangat berusaha dan mengambil resiko dalam usaha. Sedangkan dalam penelitian ini, perilaku sebagai dampak perubahan ekonomi lebih dilihat dari aspek perilaku sosial yang nampak dari hubungan dengan anggota keluarga lain, tetangga dan lingkungan secara luas.

---

<sup>10</sup>Jalaludin, “Tata Kelola Remitansi Buruh Migran: Kasus Buruh Migran Di Kabupaten Lombok Timur, *Journal of Economics and Business* (2021)

Penelitian M. Annas dengan judul “Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal (Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi)”.<sup>11</sup>

Hasil penelitian di atas menunjukkan adanya korelasi antara remitan dengan pertumbuhan ekonomi yang ditunjukkan dengan peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) sangat erat dan signifikan. Pemanfaatan remitan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan buruh keluarga buruh migran, kesadaran memperbaiki tingkat pendidikan, penyerapan tenaga kerja baru, kesadaran akses informasi dan perubahan sosial seperti gaya hidup dan gengsi.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini terlihat dari kajian tentang perilaku buruh migran sebagai dampak dari peningkatan pendapatan. Adapun perbedaannya penelitian di atas lebih melihat pada aspek perilaku konsumtif, yang terlihat dari pola konsumsi berdasarkan keinginan, bukan lagi sebagai kebutuhan. Sedangkan dalam penelitian ini lebih melihat perilaku buruh migran dari segi hubungan sosial, keharmonisan dan perhatian kepada anggota keluarga serta hubungan dengan masyarakat di lingkungan.

Penelitian Aeni N dengan judul “Eksistensi Buruh Migran Perempuan Dan Gambaran Kemiskinan Kabupaten Pati”.<sup>12</sup> Hasil penelitian pertumbuhan buruh migran perempuan di Kabupaten Pati periode 2015-2016 adalah sekitar 24%.

---

<sup>11</sup> M. Annas, Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal (Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi), *Jurnal Pendidikan, Komunikasi, dan Pemikiran Hukum Islam* (2014)

<sup>12</sup> Aeni N, “Eksistensi Buruh Migran Perempuan Dan Gambaran Kemiskinan Kabupaten Pati” *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK* (2017)

Sebagian besar buruh migran tersebut bekerja di sektor domestik dengan destinasi utama Taiwan. Konsentrasi buruh migran tertinggi berada di Kecamatan Sukolilo dan terendah di Kecamatan Batangan.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian ini terlihat dari kajian tentang pendapatan buruh migran. Adapun perbedaannya penelitian di atas kurang melihat aspek hubungan sosial di masyarakat sebagai kajian perilaku buruh migran. Sedangkan dalam penelitian ini, selain melihat hubungan sosial antara anggota keluarga juga melihat gaya hidup buruh migran dan anggota keluarga buruh migran di masyarakat seperti perilaku hidup konsumtif.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Status Ekonomi Keluarga Pekerja Migran Indonesia (PMI)

##### 1. Status Ekonomi Keluarga

###### a. Pengertian Status Ekonomi Keluarga

Status ekonomi adalah kedudukan seseorang atau keluarga di masyarakat berdasarkan pendapatan per bulan. Status ekonomi dapat dilihat dari pendapatan yang disesuaikan dengan harga barang pokok. Status ekonomi keluarga adalah kemampuan perekonomian suatu keluarga dalam memenuhi setiap kebutuhan hidup seluruh anggota keluarga.<sup>1</sup>

Status ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang dalam masyarakat. Status sosial ekonomi adalah gambaran tentang keadaan seseorang atau masyarakat yang ditinjau dari segi sosial ekonomi, gambaran itu seperti tingkat pendidikan, pendapatan, dan sebagainya. Status ekonomi kemungkinan besar pembentuk gaya hidup keluarga.<sup>2</sup>

Status sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang yang ditentukan oleh jenis aktifitas ekonomi, pendapatan, dan pekerjaan.<sup>3</sup> Status sosial mengacu pada keadaan suatu unit sosial, sekurang-kurangnya terdiri dari suami, istri, dan anak-anak, yang secara sosial diatur dalam

---

<sup>1</sup>Sedarmayanti, et. al, *Knowledge Management*, (Surabaya: Cipta Publishing, 2021)h. 275.

<sup>2</sup>Marissa Grace Haque-Fawzi, et. al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, (Tangerang: Pascal Books, 2022), h. 320.

<sup>3</sup>Farida, F., et al, Hubungan Status Sosial Ekonomi Dan Subjective Well Being Pada Ibu Penderita Skizofrenia. *Jurnal Sains Psikologi*, 7(1), (2018). 107. <https://doi.org/10.17977/um023v7i12018p107-109>

posisi tertentu dalam struktur sosial yang menentukan hak-hak seseorang. dan tanggung jawab dalam masyarakat.<sup>4</sup>

Ekonomi keluarga merupakan keseluruhan kebutuhan ekonomi keluarga, yang terdiri dari kebutuhan ekonomi sehari-hari /pangan, kebutuhan pendidikan dan kesehatan.<sup>5</sup> Ekonomi keluarga adalah usaha-usaha seorang kepala keluarga untuk memenuhi kebutuhan rumah tangganya, sehingga kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dan tercukupi.<sup>6</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, ekonomi keluarga adalah upaya anggota keluarga untuk memenuhi kebutuhannya melalui aktivitas dan kegiatan ekonomi. Ekonomi keluarga (rumah tangga) pada umumnya berada pada sektor informal yang tidak memerlukan pendidikan formal sebagai persyaratan, karena ketrampilan yang dibutuhkan berasal dari pengalaman bekerja. Pendapatan diperoleh dari hasil kerja pada sektor padat karya, berdikari, dan hubungan kerja dengan majikan yang didasarkan pada asas kepercayaan.

Rumah tangga adalah pemilik berbagai faktor produksi yang tersedia dalam perekonomian. Sektor ini menyediakan tenaga kerja dan tenaga usahawan. Selain itu, sektor ini memiliki faktor produksi lain, yaitu barang- barang modal, kekayaan alam, dan harta tetap, seperti tanah dan

---

<sup>4</sup>Nurwati, dan Listari, Z. P. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Pendidikan Anak. *Share : Social Work Journal*, 11(1), 74. (2021). <https://doi.org/10.24198/share.v11i1.33642>

<sup>5</sup>Emilda Sulasmi, *Perempuan dalam Dinamika Sosial Modern*, (Yogyakarta: UMSU Press, 2021), h. 7

<sup>6</sup> Fidya Arie Pratama, (ed), *Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19*, (Cirebon: Insania, 2021), h. 211.

bangunan. Mereka menawarkan faktor-faktor produksi ini pada sektor perusahaan. Sebagai balas jasa terhadap penggunaan berbagai jenis faktor produksi, sektor perusahaan akan memberikan berbagai jenis pendapatan pada sektor rumah tangga. Tenaga kerja menerima gaji dan upah, pemilik alat-alat modal menerima bunga, pemilik tanah dan harta tetap lain menerima sewa, dan pemilik keahlian keusahawanan menerima keuntungan.<sup>7</sup>

Ekonomi keluarga merupakan bagian dari kegiatan ekonomi sektor informal yang menurut Hidayat dalam Sindung Haryanto memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Kegiatan usaha tidak terorganisasi dengan baik karena timbulnya unit usaha tidak mempergunakan fasilitas atau kelembagaan yang tersedia di sektor formal.
2. Pada umumnya, unit usaha tidak mempunyai izin usaha.
3. Pola kegiatan usaha tidak teratur, baik dalam arti lokasi maupun jam kerja.
4. Pada umumnya, kebijaksanaan pemerintah untuk membantu golongan ekonomi tidak sampai ke pedagang kaki lima.
5. Unit usaha mudah keluar masuk dari satu sub-sektor ke lain sub-sektor.
6. Teknologi yang digunakan bersifat primitif.
7. Modal dan perputaran usaha relatif sehingga skala operasi juga relatif kecil.
8. Pendidikan yang diperlukan untuk menjalankan usaha tidak memerlukan pendidikan formal karena pendidikan yang diperoleh dari pengalaman sambil bekerja.
9. Pada umumnya, unit usaha termasuk golongan *one-man enterprise* dan kalau mengerjakannya buruh berasal dari keluarga.
10. Sumber dana modal usaha yang umumnya berasal dari tabungan sendiri atau lembaga keuangan yang tidak resmi.
11. Hasil produksi atau jasa terutama dikonsumsi oleh golongan masyarakat desa-kota berpenghasilan rendah dan kadang-kadang juga yang berpenghasilan menengah.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Soekarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam.*, h. 21

<sup>8</sup>Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi*, (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), h. 232

Berdasarkan pendapat di atas, ekonomi keluarga merupakan sektor informal yang meliputi jenis pekerjaan yang sangat beragam. Dari segi legalitasnya, sektor ini terdapat jenis-jenis pekerjaan yang sah secara hukum. Dari segi lokasi geografis, sektor ini terdiri dari pekerjaan-pekerjaan yang dilakukan, baik di daerah pedesaan maupun perkotaan. Dari segi pelaku usaha, terdiri dari pria dan perempuan. Sektor informal sering dilihat sebagai refleksi pertumbuhan kesempatan kerja di negara berkembang yang tidak mampu ditampung oleh sektor formal. Motif ekonomi yang mendorong para pekerja masuk ke sektor ini terutama hanya sekadar mencari kesempatan kerja dan pendapatan daripada memperoleh keuntungan.

## **2. Jenis-jenis Kelas Status Sosial Ekonomi**

Kelas sosial di dalam masyarakat nampak dalam bentuk piramida terbalik, yaitu kelas-kelas yang tinggi berada pada posisi atas piramida, kelas menengah ada diantara kedua tingkat kelas ekstrem dan masyarakat.<sup>9</sup> Indikator status sosial antara lain pekerjaan dan pendidikan; sedangkan indikator status ekonomi antara lain pendapatan, pengeluaran, kepemilikan dan penguasaan tanah, ataupun pernilikan barang-barang berharga.<sup>10</sup>

Tingkat sosial ekonomi merupakan pengelompokan berdasarkan kesejahteraan seseorang dilihat dari pendapatan, tempat tinggal, dan harta kepemilikan. Tingkat sosial ekonomi dapat dikelompokkan menjadi 4, yaitu:

---

<sup>9</sup>Yulianthi, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 80

<sup>10</sup> Elly Malihah Setiadi, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 155

tingkat sosial ekonomi rendah, tingkat sosial ekonomi sedang, tingkat ekonomi menengah, dan tingkat ekonomi atas.<sup>11</sup>

Titik Wijayanti mengemukakan tingkat sosial ekonomi dapat dikelompokkan dalam banyak kelompok bergantung pada cara pandang dan persepsi mana yang digunakan. Pada umumnya tingkat sosial ekonomi digolongkan ke dalam 4 kelompok besar:

- a. Tingkat sosial ekonomi rendah atau SEC D (*socio-economic class*).
- b. Tingkat sosial ekonomi sedang atau SEC C.
- c. Tingkat sosial ekonomi menengah atau SEC B.
- d. Tingkat sosial ekonomi atas atau SEC A.<sup>12</sup>

Gambaran status sosial masyarakat secara kuantitatif terlihat dari pendapatan yang layak untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkan diri secara wajar dan secara kualitatif dapat menikmati kehidupan yang nyaman secara fisik dan spiritual. Bagi masyarakat daerah gambaran tersebut tentu sangat kontekstual dengan keadaan daerah yang bersangkutan.<sup>13</sup>

Besarnya penghasilan (pendapatan) menggambarkan ekonomi keluarga dalam masyarakat yang dapat dikategorikan dalam tiga kelompok yaitu pendapatan rendah, sedang, dan tinggi. Suatu keluarga pada umumnya terdiri dari suami, isteri, dan anak-anak, besarnya jumlah anggota keluarga akan

---

<sup>11</sup>Arief Rakhman Kurniawan, *Dasar-dasar Marketing*, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2018), h. 98

<sup>12</sup> Titik Wijayanti, *Marketing Plan! dalam Bisnis (Third Edition)*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2017), h. 28

<sup>13</sup> Hanif Nurcholis, *Teori&Praktik Pemerintahan&Otda*, (Grasindo.2005), h. 307

lebih banyak tersedia tenaga kerja untuk mencari pekerjaan agar memperoleh pendapatan.<sup>14</sup>

Menurut BKKBN dan Bapenas kelas sosial ekonomi terkait dengan tingkat kesejahteraan sebagai berikut:

- 1) Tahapan pra sejahtera; Adalah keluarga yang belum dapat memenuhi salah satu indikator tahapan Keluarga Sejahtera I.
- 2) Tahapan keluarga sejahtera I; Adalah keluarga yang baru dapat memenuhi indikator-indikator berikut:
  - a. Pada umumnya anggota keluarga makan dua kali sehari atau lebih;
  - b. Anggota keluarga memiliki pakaian yang berbeda untuk di rumah, bekerja/sekolah dan bepergian;
  - c. Rumah yang ditempati keluarga mempunyai atap, lantai, dinding yang baik;
  - d. Bila ada anggota keluarga sakit dibawa ke sarana kesehatan;
  - e. Bila pasangan usia subur ingin ber KB pergi ke sarana pelayanan kontrasepsi;
  - f. Semua anak umur 7-15 tahun dalam keluarga bersekolah.
- 3) Tahapan keluarga sejahtera II, Adalah keluarga yang sudah dapat memenuhi indikator Tahapan Keluarga Sejahtera I (indikator 1 s/d 6) dan indikator berikut;
  - a. Pada umumnya anggota keluarga melaksanakan ibadah sesuai dengan agama dan kepercayaan masing-masing;

---

<sup>14</sup>Ridwan, *Tingkat Pendapatan,...*, h. 13.

- a. Paling kurang sekali seminggu seluruh anggota keluarga makan daging/ikan/ telur;
- b. Seluruh anggota keluarga memperoleh paling kurang satu pasang pakaian baru dalam setahun;
- c. Luas lantai rumah paling kurang 8 m<sup>2</sup> untuk setiap penghuni rumah;
- d. Tiga bulan terakhir keluarga dalam keadaan sehat, sehingga dapat melaksanakan tugas/fungsi masing-masing;
- e. Ada seorang atau lebih anggota keluarga yang bekerja untuk memperoleh penghasilan;
- f. Seluruh anggota keluarga umur 10 - 60 tahun bisa baca tulisan latin;
- g. Pasangan usia subur dengan anak dua atau lebih menggunakan alat/obat kontrasepsi.<sup>15</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, status sosial ekonomi terlihat dari tingkat kesejahteraan yang dikategorikan menjadi tiga tahapan, yaitu pra sejahtera, sejahtera I dan sejahtera II. Pra sejahtera yaitu jika ada salah satu indikator sejahtera I belum dapat terpenuhi. Adapun indikator sejahtera I meliputi: makan dua kali sehari atau lebih, memiliki pakaian yang berbeda untuk di rumah, bekerja, sekolah dan bepergian rumah yang ditempai memiliki atap atau dinding, dan jika ada anggota keluarga yang sakit di bawa ke dokter.

Kategori sejahtera II menunjukkan tingkat kesejahteraan yang lebih baik dari sejahtera I, meliputi beberapa indikator, seperti makan daging, ikan, telur

---

<sup>15</sup>Direktorat Pelaporan dan Statistik BKKBN, *Profil Hasil Pendataan Keluarga Tahun 2012*, :Jakarta)Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional, 2013), h. 5

seminggu sekali, dapat membeli minimal satu pasang pakaian baru dalam setahun. Bagi masyarakat petani dengan penghasilan utama dari produk hasil pertanian, maka kualitas dan kuantitas hasil panen menentukan jumlah pendapatan yang diperoleh untuk memenuhi kebutuhannya, khususnya kebutuhan primer, seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal.

### **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi**

Dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia pada umumnya, faktor ekonomi merupakan ukuran status sosial yang paling penting. Orang yang relatif kaya akan memiliki gaya hidup dan kebiasaan yang berbeda dari orang yang tingkat keuangannya di bawah tingkat ini.<sup>16</sup>

Faktor ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat memegang peran penting dalam menentukan tingkat status sosial seseorang atau sekelompok orang di dalam lingkungannya. Pengelompokan tingkat sosial ekonomi ini berdasarkan tingkat sosial dan ekonomi yang dapat dicapai seseorang, ditentukan oleh banyak faktor kepemilikan. Faktor kepemilikan tersebut antara lain rumah, lokasi rumah, kepemilikan mobil, dan kepemilikan harta lainnya yang menunjang secara ekonomi. Faktor terpenting dan pengelompokan tingkat sosial ekonomi adalah faktor besar pendapatan keluarga atau seseorang.<sup>17</sup>

Pendapatan keluarga dapat bersumber dari pendapatan tetap dan pendapatan tidak tetap. Pendapatan tetap adalah pendapatan yang diterima

---

<sup>16</sup> Melis, M. Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i*, 5(1), (2018) 65–76. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v5i1.7908>

<sup>17</sup> Titik Wijayanti, *Marketing Plan*,..., h. 28

secara teratur setiap bulannya, contohnya seperti gaji TKI (remitansi). Sedangkan pendapatan tidak tetap adalah pendapatan yang bersifat tidak teratur/tidak pasti, contohnya uang bonus yang diberikan perusahaan, biaya perjalanan dinas dan lain sebagainya.<sup>18</sup>

Pendapatan dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu:

1. Pendapatan berupa uang yaitu segala penghasilan berupa uang yang sifatnya regular dan yang diterima biasanya sebagai balas jasa atau kontraprestasi.
2. Pendapatan berupa barang adalah segala pendapatan yang sifatnya reguler dan biasa, akan tetapi selalu berbentuk balas jasa dan diterima dalam bentuk barang dan jasa.
3. Pendapatan yang bukan merupakan pendapatan adalah segala penerimaan yang bersifat transfer *redistributive* dan biasanya membuat perubahan dalam keuangan rumah tangga.<sup>19</sup>

Remiten termasuk kategori pendapatan reguler yang diterima oleh PMI sebagai balas jasa atas kerjanya. Adapun pengiriman remiten kepada keluarga di rumah merupakan transfer pendapatan yang dapat berpengaruh terhadap perubahan keuangan rumah tangga. Pemanfaatan remitan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan buruh keluarga buruh migran, kesadaran memperbaiki tingkat pendidikan, penyerapan tenaga kerja

---

<sup>18</sup> Afridah Ikrimah, *Panduan Pengelolaan Remitansi pada Rumah Tangga untuk Kegiatan Ekonomi Produktif*, (Yogyakarta: Absolute Media, 2020), h. 1.

<sup>19</sup> Ridwan, *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalani Kerukunan Umat Beragama*, (Denpasar: Azka Pustaka, 2021), h. 14.

baru, kesadaran akses informasi dan komunikasi. Dan transformasi/perubahan sosial (misalnya: gaya hidup dan gengsi).<sup>20</sup>

Hasil remiten dapat memenuhi kebutuhan keluarga dan bahkan mampu mengakumulasi asset untuk dijadikan modal bahkan ke arah perubahan struktur agraria lokal. Perubahan kesejahteraan masyarakat menjadi makin baik yang pada akhirnya menyebabkan mobilitas sosial vertikal naik, termasuk upaya-upaya untuk melanjutkan kontrak menjadi pelaku migran, mendorong anggota keluarga dan komunitas menjadi pelaku migran.<sup>21</sup>

Besar penghasilan dan pendapatan mempunyai hubungan yang erat dengan standar kehidupan dan golongan sosio-ekonomi. Misalnya suatu keluarga tidak akan memilih standar kehidupan yang tak dapat tercapai oleh penghasilannya. Besarnya penghasilan biasanya sesuai dengan pekerjaan yang menentukan golongan sosio-ekonomi keluarga tersebut.<sup>22</sup>

Faktor-faktor yang mempengaruhi status sosial ekonomi:

- a. Tingkat pendidikan formal kepala rumah tangga
- b. Latihan keterampilan yang pernah diikuti kepala keluarga
- c. Luas lahan yang dikuasai
- d. Fasilitas kredit
- e. Sifat pekerjaan kepala keluarga

---

<sup>20</sup>M. Annas, Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal (Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Pendidikan, Komunikasi, Dan Pemikiran Hukum Islam*, VI(1), (2014). 44–62.

<sup>21</sup> M Sihaloho, et al, Perubahan Struktur Agraria, Kemiskinan, Dan Gerak Penduduk: Sebuah Tinjauan Historis. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 4 (1). (2016). <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i1.14406>

<sup>22</sup>Jemina S. Pulungan, *Efisiensi Kerja Dalam Pekerjaan Rumah Tangga*, (Jakarta: Prenada Media, 2013), h. 38

f. Lamanya bekerja per minggu.<sup>23</sup>

Sedarmayanti mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi status ekonomi keluarga, meliputi: pekerjaan (pekerjaan utama misalnya pekerjaan pertanian dan pekerjaan tambahan misalnya pekerjaan musiman), pendapatan keluarga (gaji, industri rumah tangga, pertanian pangan, non pangan, utang). kekayaan yang terlihat seperti tanah, jumlah ternak, perahu, mesin jahit, kendaraan. radio, TV, pengeluaran atau anggaran (pengeluaran untuk makan, pakauan, pendidikan, transportasi, rekreasi, hadiah/persembahan dan harga makanan yang tergantung pada pasar dan variasi musiman.<sup>24</sup>

Berdasarkan uraian di atas, status sosial ekonomi secara umum dipengaruhi oleh kemampuan keluarga memperoleh sumber ekonomi yang berperan dalam pemenuhan fungsi ekonomi terkait dengan konsumsi keluarga, pengelolaan keuangan, penyediaan perumahan, pendidikan, dana pensiun dan tabungan.

## **B. Pekerja Migran Indonesia**

### **1. Pengertian Pekerja Migran Indonesia**

Pekerja Migran adalah seseorang yang bermigrasi atau telah bermigrasi dan satu negara ke negara lain yang akan dipekerjakan oleh siapapun selain dirinya sendiri. Pekerja Migran Indonesia adalah setiap warga

---

<sup>23</sup>Suprihatin Guhardja, *Pengembangan Sumber Daya Keluarga*, (Bogor: Gunung Mulia, 1993), h. 68.

<sup>24</sup>Sedarmayanti, *Knowledge Management*, (Surabaya: Cipta Media Nusantara, 2021), h. 276

negara Indonesia yang akan, sedang, atau telah melakukan pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia.<sup>25</sup>

Pekerja atau buruh adalah orang yang bekerja dibawah perintah orang lain dan orang tersebut menerima upah sebagai imbalan atas pekerjaan yang mereka lakukan.<sup>26</sup> Menurut Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan Pasal 1 Ayat 2 “Tenaga Kerja adalah setiap orang yang mampu melakukan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>27</sup>

Menurut Undang-Undang No 18 Tahun 2017 tentang Perlindungan Pekerja Migran Pasal 1 ayat 2, pekerja atau buruh migran adalah setiap warga negara Indonesia yang akan, sedang atau telah melakukan pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia.<sup>28</sup> Pengertian tersebut sama halnya dengan yang diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 10 Tahun 2020 tentang Tata Cara Penempatan Pekerja Migran Indonesia Oleh Badan Pekerja Migran Indonesia.

Pemerintah Indonesia telah melakukan ratifikasi "*International Convention on the Protection of the Human Rights of All Migrant Workers and Member of Their Families*" atau Konvensi Buruh Migran 1990. Dalam

---

<sup>25</sup> Ira Patriani, *Optimalisasi Layanan Terpadu Satu Atap (Ltsa)-P2tki Pekerja Migran Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19*, (Surabaya: Scopindo Pustaka, 2022), h. 122.

<sup>26</sup> Sattar, *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, (Yogyakarta: Deepublish, 2017), h. 286

<sup>27</sup> Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 2

<sup>28</sup> Undang-Undang No 18 Tahun 2017 tentang Perlindungan Pekerja Migran Pasal 1 Ayat 2

konteks tersebut tenaga kerja luar negeri yang dikenal juga dengan sebutan migran memiliki makna secara global.

Tenaga kerja migran didefinisikan pada pasal 11 ayat (1) Bagian II dari konvensi pekerja migran (ketentuan tambahan) tahun 1975. Istilah pekerja migran tersebut berubah seiring dengan adanya kebutuhan perkembangan globalisasi yang menyebabkan migrasi pekerja lebih massif lagi. Pada Pasal 2 ayat (1) Konvensi Pekerja Migran tahun 1990 mendefinisikan pekerja migran sebagai seseorang yang akan, tengah atau telah melakukan pekerjaan yang dibayar dalam suatu negara dimana ia bukan menjadi warga negara.<sup>29</sup> Pengertian ini tegas memberi batas, bagi pekerja luar negeri. Termasuk di dalamnya pekerja luar negeri Indonesia. Buruh migran adalah, pekerja yang tidak berasal dari negara tempat bekerja. Pekerjaan yang ditekuni mendapatkan upah, bukan pekerjaan sosial. Kemudian yang bekerja bukan pengungsi, namun warga yang sengaja datang untuk tujuan bekerja di negara lain untuk mendapat upah.

Pada umumnya definisi dari pekerja migran atau buruh migran adalah orang yang bermigrasi atau berpindah dari wilayah yang satu atau wilayah kelahiran maupun lokasi tinggal menuju wilayah lain untuk keperluan bekerja dan bersifat menetap dalam kurun waktu tertentu. Buruh migran juga sering disebut sebagai "*a person who is to be engaged, is engaged or has been engaged in a remunerated activity in a State of which he or she is not a*

---

<sup>29</sup>Mohammad Hidayaturrehman, *Pengantar Ekonomi Politik Pembangunan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2021), h. 133

*national*. "Artinya pekerja migran adalah orang yang terlibat dalam kegiatan bekerja di sebuah negara yang bukan merupakan asal negara orang tersebut.<sup>30</sup>

Berdasarkan pengertian di atas dapat dipahami pekerja migran Indonesia adalah setiap warga negara Indonesia yang melakukan pekerjaan dengan menerima upah di luar wilayah Republik Indonesia. Artinya mereka berada di luar wilayah Indonesia yang telah bekerja dan menerima upah dari pemberi kerja baik sebagai buruh migran formal maupun Informal. Penyebutan pekerja migran Indonesia (PMI) dikarenakan adanya proses migrasi lintas negara oleh buruh migran Indonesia yang bekerja di luar negeri, dalam berbagai sektor, baik sektor formal, maupun in formal.

Pekerja migran mencakup dua tipe, yaitu pekerja internal dan pekerja migran internasional. Pekerja migran internal berkaitan dengan urbanisasi, sedangkan pekerja migran internasional tidak dapat dipisahkan dan globalisasi. Pekerja migran internal adalah orang yang bermigrasi dan tempat asalnya untuk bekerja di tempat lain yang masih termasuk dalam wilayah Indonesia. Karena perpindahan penduduk umumnya dan desa ke kota, maka pekerja migran internal seringkali diidentikkan dengan "orang desa yang bekerja di kota. Pekerja migran internasional adalah mereka yang meninggalkan tanah kelahirannya untuk bekerja di negara lain. Di Indonesia, pengertian ini menunjuk pada orang yang bekerja di luar negeri.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup>Veronica Putri, et. al., *Perjalanan Panjang Perlindungan Pekerja Migran di Asia Tenggara*, (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020 ), h. 119

<sup>31</sup>Iskandar Zulkarnaen, *Human Trafficking dalam Perspektif Yuridis dan Sosiologis Kemasyarakatan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 41.

Buruh migran Indonesia merupakan sebutan bagi pekerja warga Negara Indonesia yang bekerja di luar negeri dalam hubungan kerja dalam waktu tertentu dengan menerima upah. Globalisasi mendorong perpindahan tenaga kerja antar Negara, penduduk dunia bergerak meninggalkan tanah airnya menuju negara lain yang menawarkan pekerjaan.

## **2. Faktor-faktor Penyebab Menjadi Pekerja Migran**

Motif ekonomi menjadi alasan utama terjadinya migrasi. Motif ini sebagai pertimbangan ekonomi yang rasional, di mana migrasi memenuhi harapan, akan lapangan kerja dan memperoleh pendapatan yang tinggi dari pendapatan di daerah asal. Umumnya keputusan ini dibuat untuk orang-orang yang berada di bawah tekanan, seperti kesempatan kerja yang terbatas, infrastruktur yang terbatas, tingkat pendidikan, keterbatasan teknologi dan komunikasi, strategi pembangunan yang merugikan atau kebijakan pemerintah, keterbatasan fisik.<sup>32</sup>

Faktor penyebab menjadi pekerja migran dapat dilihat dari teori kebutuhan dan tekanan (*need and stress*). Artinya, setiap orang memiliki kebutuhan yang harus dipenuhi. Baik kebutuhan ekonomi, sosial dan psikologis. Ketika kebutuhan tersebut tidak terpenuhi maka terjadilah tekanan atau stres yang memutuskan melakukan migrasi.<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Primawati, A. Faktor Ekonomi Sebagai Alasan Migrasi Internasional ke Malaysia. *Jurnal Insani*, (11), (2011). 73–82.

<sup>33</sup> Nasirin, A. Profesionalisasi Buruh Migran Indonesia (BMI) dalam Revolusi Industri 4.0. *Jurnal MSDA (Manajemen Sumber Daya Aparatur)*, 8 (1), . (2020). 39–50. <https://doi.org/10.33701/jmsda.v8i1.1174>

Pada praktiknya migrasi penduduk sudah lama terjadi, Mobilitas tenaga kerja melintasi batas wilayah negara bukanlah fenomena baru di berbagai belahan dunia. Aktivitas kependudukan ini sudah dilakukan oleh banyak tenaga kerja dan berbagai negara, khususnya dan negara-negara berkembang, yang mempunyai keterbatasan kesempatan kerja, ke negara-negara maju yang kekurangan tenaga kerja untuk jenis-jenis pekerjaan tertentu. Globalisasi ekonomi yang melanda dunia disertai dengan kemudahan kemudahan yang diperoleh akibat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berakibat pada makin besarnya arus mobilitas tenaga kerja internasional dan menjangkau wilayah yang semakin luas pula.<sup>34</sup>

Globalisasi membawa konsekuensi bahwa setiap negara di dunia berpotensi untuk menjadi negara pengirim, negara tempat transit maupun negara tujuan dan para migran, sehingga semakin sulit untuk membedakan status negara-negara tersebut. Meskipun migrasi bukan merupakan faktor penentu utama globalisasi, faktor penentu utamanya adalah pergerakan bebas (*free migration*) barang dan modal, tetapi konsekuensi ekonomi dari migrasi penduduk ini, utamanya migrasi tenaga kerja sama pentingnya dengan konsekuensi ekonomi pergerakan barang dan modal, jika tenaga kerja bebas untuk bermigrasi melintasi batas negara..<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup>Mita Noveria, et al. *Perlindungan Pekerja Migran Indonesia* (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021), h. 1.

<sup>35</sup>Aswatini, *Migrasi Sebagai Investasi Untuk Peningkatan Daya Saing Pekerja Migran Indonesia di Pasar Kerja Global*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2020), h. 1

Pembangunan sosial ekonomi dan migrasi saling terkait dan dalam hubungan kausalitas timbal balik. Di satu sisi perkembangan sosial ekonomi dan masalah ekonomi adalah salah satu penyebab utama migrasi. Di sisi lain, emigrasi, terutama migrasi massal, secara langsung dan tidak langsung mempengaruhi perkembangan sosial dan ekonomi saat ini dan masa depan, dan dalam banyak kasus mendorong emigrasi lebih lanjut.<sup>36</sup>

Tingginya minat menjadi buruh migran selalu dibaca sebagai fenomena ekonomi, misalnya karena upah kerja yang tinggi, keluarga, dan kurang dikaji bahwa keberanian dan keberdayaan penghasil devisa, meningkatkan kesejahteraan melintas batas norma-norma tradisional tersebut melewati proses yang panjang dengan peristiwa-peristiwa budaya yang berat untuk dilewati.<sup>37</sup>

Peluang kerja di daerah asal relatif sedikit. Tingkat pendapatannya juga rendah. Akibatnya, penduduk tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Keduanya menyebabkan migrasi penduduk yang tinggi. Tingkat pengangguran yang tinggi di negara tertentu dapat mendorong tenaga kerja asing untuk mencari pekerjaan di negara lain dengan tingkat pengangguran yang lebih rendah. Negara-negara dengan ekonomi besar atau berkembang pesat menarik bagi pekerja asing-termasuk imigran tidak resmi.<sup>38</sup> Pengiriman tenaga kerja ke luar negeri dianggap mampu me- nyelesaikan permasalahan

---

<sup>36</sup>Audra Sipavičienė and Vlada Stankūnienė, *The social and economic impact of emigration on Lithuania, Coping with Emigration in Baltic and East European Countries*, (Paris: Oced Publishing, 2013), h.46

<sup>37</sup>Keppi Sukesi, etl, *Migrasi Perempuan*, h. 206

<sup>38</sup> United States Government Accountability Office, *Foreign Workers: Information on Selected Countries' Experiences* (GAO: 2006), h. 9

angka pengangguran dalam negeri. Di satu sisi, pengiriman tenaga kerja Indonesia memang sebagai upaya menyelesaikan permasalahan pengangguran.<sup>39</sup>

Makna dan arti pentingnya pekerjaan bagi setiap orang tercermin dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 27 ayat (2) menyatakan bahwa setiap Warga Negara Indonesia berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Namun pada kenyataannya, keterbatasan akan lowongan kerja di dalam negeri menyebabkan banyak warga negara Indonesia mencari pekerjaan ke luar negeri. Dan tahun ke tahun jumlah mereka yang bekerja di luar negeri semakin meningkat. Besarnya animo tenaga kerja yang akan bekerja ke luar negeri dan besarnya jumlah PMI yang sedang bekerja di luar negeri di satu segi mempunyai sisi positif, yaitu mengatasi sebagian masalah pengangguran di dalam negeri.

Beberapa motivasi perempuan untuk bekerja yaitu suami tidak bekerja, pendapatan rumah tangga rendah sedangkan jumlah tanggungan keluarga cukup tinggi, mengisi waktu luang, ingin mencari uang sendiri dan ingin mencari pengalaman.<sup>40</sup>

Cerita kesuksesan para pekerja migran yang telah berhasil meningkatkan taraf hidupnya dan keluarga di daerah asal, membuat

---

<sup>39</sup>Ana Sabhana Azmy, *Negara dan Buruh Migran Perempuan: Menelaah Kebijakan Perlindungan Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono 2004-2010*, (Jakarta: Yayasan Obor, 2012), h. 46

<sup>40</sup>Putu Martini Dewi, "Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga", *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Volume 5, No. 2, Tahun 2012, h. 119

masyarakat dan calon tenaga kerja Indonesia tertarik untuk mencoba mengikuti jejak mereka. Itu hanya beberapa alasan yang lumrah dan biasa yang digunakan oleh calon-calon pekerja migran untuk bisa bekerja ke luar negeri, agar memperoleh penghasilan yang lebih besar jika dibandingkan bekerja di dalam negeri. Bekerja di luar negeri diharapkan dapat memperbaiki taraf hidup pribadi dan keluarga.<sup>41</sup>

Migrasi yang dilakukan lebih banyak orang melihat sebagai fenomena demografis. Keputusan berpindah dan satu wilayah ke tempat lain merupakan konsekuensi perbedaan dalam nilai kefaedahan antar daerah asal dengan daerah tujuan. Perpindahan terjadi jika ada faktor pendorong dan tempat asal dan faktor penarik dan tempat tujuan. Faktor pendorong dan daerah asal seperti tekanan ekonomi di mana tidak terpenuhi kebutuhan kebutuhan, lapangan kerja kurang, sedangkan faktor penarik seperti pekerja yang sukses berhasil memenuhi kebutuhan keluarga daerah asal, walaupun ada juga pekerja yang gagal, tetapi daerah tujuan tetapi merupakan penarik bagi banyak orang.<sup>42</sup>

Berbagai faktor melatarbelakangi migrasi buruh migran ke luar negeri. Buruh migran bermigrasi memiliki semangat hidup yang lebih baik. Kajian *livelyhood strategies* menunjukkan, salah satu alasan buruh migran bermigrasi adalah upaya untuk bertahan karena ketidakmampuan kepala keluarga berperan sebagai pencari nafkah. Selain sebagai upaya ekonomis,

---

<sup>41</sup>Eli Karlina, "Pengaruh Bekerja di Luar Negeri Terhadap Tingkat Ekonomi dan Perceraian", *Jurnal Sosio Didaktika, Social Science Education Journal*, 2017, h. 55

<sup>42</sup>Iskandar Zulkarnaen, *Human Trafficking,...*, h. 40.

usaha buruh migran untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga juga dilakukan sebagai jalan untuk memperoleh nilai egalitarianisme dalam keluarga maupun dalam struktur sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat.<sup>43</sup>

Pasar dan ekonomi global yang berkembang pesat juga berdampak terhadap terjadinya perubahan sosio-kultural masyarakat. Khususnya masyarakat di negara-negara yang lebih sejahtera, membutuhkan lebih banyak tenaga kerja murah untuk menggantikan peran-peran mereka dalam lapangan pekerjaan rendahan. Di antaranya ialah lapangan pekerjaan di ranah domestik. Penempatan buruh migran di luar negeri menunjukkan adanya pengalihan gender dalam hal pekerjaan, yaitu perempuan desa memiliki kesempatan dan kualitas kerja yang lebih terbatas dibandingkan rekan mereka di kota. buruh migran pada umumnya terlibat dalam aktivitas sektor informal dan di sana ada bukti bahwa buruh migran di daerah perdesaan luput dari upaya perbaikan pendapatan ekonomi keluarga buruh migran.

### **3. Remiten Pekerja Migran**

Remitansi merupakan pengiriman atau transfer dana dari pengirim yang biasanya sedang atau berada di luar Negara Kesatuan Republik Indonesia. Biasanya, dana ini dikirimkan oleh para pekerja yang bekerja di luar negeri untuk keluarga yang tinggal di negara asalnya.<sup>44</sup>

“Hasil buruh migran bekerja ke luar negeri dikirimkan untuk keluarganya di Indonesia, kiriman ini disebut dengan remitan. Remitan yang

---

<sup>43</sup>Putri Asih Sulistiyo, “Dampak Remitan Ekonomi terhadap Posisi Sosial Buruh Migran Perempuan dalam Rumah Tangga”, *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 06, No. 03, h. 253.

<sup>44</sup>Afridah Ikrimah, *Panduan Pengelolaan*,..., h. 1.

masuk ke daerah asal akan meningkatkan perekonomian keluarga, serta pengetahuan dan kekuasaan buruh migran<sup>45</sup>

Dampak pendapatan migran (baik tunai maupun barang) pada neraca pembayaran negara pengirim tidak mudah untuk dinilai. Volume aliran remitansi tergantung pada banyak faktor, termasuk ukuran arus tenaga kerja, potensi penghasilan migran, durasi kerja di luar negeri, dan kemampuan mereka untuk menyimpan dan mengirim remitansi.<sup>46</sup>

Pendapatan yang dihasilkan sektor pekerjaan migran merupakan salah satu porsi pendapatan negara yang terbesar dalam perekonomian Indonesia. Remitansi resmi yang dikirim ke Indonesia sebesar satu miliar dolar AS per tahun sejak tahun 1999. Kontribusi pekerja migran resmi untuk ekonomi nasional yang mencapai 2,4 miliar dolar AS setahun, menjadikannya sumber pendapatan kedua terbesar di Indonesia setelah sektor migas. Pada kenyataannya, jumlah remitansi dari pekerja migran yang resmi diperkirakan besarnya berkali lipat. Ini membuat remitansi pekerja migran Indonesia merupakan sumber pendapatan negara yang terpenting.<sup>47</sup>

Beberapa studi memperkirakan dampak ekonomi makro remitan terhadap kondisi tenaga kerja di negara penerima. Dengan adanya keberhasilan anggota keluarga yang bermigrasi, akan meningkatkan minat dan partisipasi keluarga atau masyarakat sekitar di daerah migran untuk ikut

---

<sup>45</sup>Putri Asih Sulistiyo, *Dampak Remitan.*, h. 252

<sup>46</sup>Daniela Bobeva and Jean-Pierre Garson, *Overview of Bilateral Agreements and Other Forms of Labour Recruitment, Introduction Migration for Employment, Bilateral Agreements at Crossroads*, (Paris: OECD, 2004). h. 24

<sup>47</sup>Sulistyowati Irianto, etl, *Akses Keadilan dan Migrasi Global: Kisah Perempuan Indonesia Pekerja Domestik di Uni Emirat Arab*, (Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011), h. 8

bermigrasi. Hal ini akan meningkatkan jumlah tenaga kerja ke luar daerah/negara dan mengurangi pasokan tenaga kerja di daerah asalnya.<sup>48</sup>

Pendapatan buruh migran selama bekerja di luar negeri ditentukan oleh negara tujuan tempat mereka bekerja, lamanya mereka bekerja di luar negeri dan pekerjaan sampingan yang dilakukan ketika hari libur. Hal tersebut dapat menentukan besarnya kemampuan buruh migran untuk dapat meningkatkan ekonomi keluarganya, karena semakin besar pendapatan buruh migran maka akan semakin cepat bagi mereka untuk dapat mengubah ekonomi keluarga.

Arus tenaga kerja menimbulkan arus keuangan dalam arah yang berlawanan, yaitu dari negara penerima kembali ke negara pengirim. Transfer ini menguntungkan para migran dan keluarga mereka secara finansial, tetapi juga memberi mereka tingkat mobilitas sosial dan standar hidup yang lebih baik. Terlepas dari keuntungan materi dan finansial, ini pada akhirnya dapat memungkinkan para migran untuk berinvestasi dalam bentuk produksi yang menciptakan lapangan kerja dan menghasilkan kekayaan untuk wilayah asal mereka. Standar hidup yang lebih baik juga membantu memperluas basis pajak, khususnya melalui perpajakan tidak langsung. Sumber daya tambahan untuk anggaran lokal ini dapat digunakan untuk memodernisasi infrastruktur (misalnya air mengalir, sistem pembuangan limbah, jalan yang lebih baik) dan perumahan.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup>Keppi Sukei, etl, *Migrasi Perempuan, Remitansi dan Perubahan Sosial Ekonomi Pean*, (Malang: UB Press, 2017), h. 157

<sup>49</sup>Dana Diminescu, *Assessment And Evaluation Of Bilateral Labour Agreements Signed By Romania, Chapter 4 at Migration for Employment, Bilateral Agreements at Crossroads*, (Paris: OECD, 2004). h 72

Pendapatan PMI (buruh migran Indonesia) adalah gaji yang diperolehnya selama bekerja di luar negeri, baik gaji pokok, bonus dan pendapatan tambahan lainnya. Uang kiriman PMI adalah hasil kerja keras PMI di luar negeri berupa uang yang dikirimkan kepada keluarga di daerah asal. Uang kiriman tersebut merupakan harapan untuk memperbaiki ekonomi keluarga. Biasanya mereka mengirimkan remitan yang diperoleh dengan cara dikirim melalui bank, wasel pos, jasa pengiriman lain, ataupun dibawa ketika mereka pulang cuti ke kampung halaman.<sup>50</sup>

Remitan memberi pengaruh terhadap perubahan kondisi perumahan penduduk di daerah asal migran. Remitan yang diperoleh para migran yang bekerja di luar negeri sebagian besar (81,9%) dikontribusi untuk peningkatan kualitas permukiman, sedangkan sisanya sebesar 19,1% dimanfaatkan untuk kebutuhan lainnya seperti untuk biaya pendidikan dan modal usaha. Dampak positif dan remitansi adalah dapat membantu dalam pelaksanaan pembangunan dan peningkatan pendidikan dengan kemampuan ekonomi yang dimiliki, sedangkan dampak negatif adalah dapat terjadi proses pemaksaan perilaku kehidupan kota di desa asal yang sering tidak sesuai dengan nilai dan norma desa asal.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup>Keppi Sukesi, etl, *Migrasi Perempuan*, h. 218

<sup>51</sup>Keppi Sukesi, etl, *Migrasi Perempuan*,..., h. 157

**Tabel 1**  
Contoh Rerata Gaji PMI Per Bulan Berdasarkan Negara Tujuan<sup>52</sup>

No	Negara tujuan	Gaji rata-rata per bulan	
		Satuan Negara tujuan	Satuan Rupiah (Rp)
1	Hong Kong	3613 HK\$	6.200.000
2	Singapura	495 SGD\$	4.900.000
3	Taiwan	12.700 NT\$	5.500.000

Berdasarkan tabel di atas, gaji atau remitan PMI saat di luar negeri dapat berbeda-beda, tergantung pada negara tujuan tempat mereka bekerja. Remitan (pengiriman) merupakan sumber penting bagi pendapatan rumahtangga keluarga buruh migran. Aliran pengiriman uang tidak terlalu dipengaruhi oleh krisis ekonomi sehingga tetap menjadi sumber pendapatan yang stabil. Manfaat yang diperoleh dari kerja migran adalah pengalaman internasional, kesempatan meningkatkan keahlian, dan mengenal disiplin kerja dilingkungan yang berbeda. Remitan merupakan sumber penghasilan yang mampu memenuhi kebutuhan hidup rumahtangga.

Dampak pendapatan buruh migran dapat dilihat dari perubahan ekonomi keluarga sebagai berikut:

#### 1. Kondisi Tempat Tinggal

Rumah merupakan simbol dari status seseorang, kondisi fisik rumah dapat menggambarkan kehidupan sosial ekonomi keluarga PMI. Para buruh migran di luar negeri telah menemukan berbagai hal yang mungkin tidak ditemui di desanya. Pengaruh selama mereka bekerja di luar negeri,

---

<sup>52</sup>*Ibid*

kemudian diterapkan di desanya, buruh migran ingin memiliki rumah seperti yang dilihat di tempat kerjanya di luar negeri, membangun rumah dengan model yang tidak kalah dengan rumah-rumah yang mereka lihat selama ini. Adanya modal dari hasil kerja kerasnya bekerja di luar negeri, para buruh migran akan mengalokasikan pendapatannya untuk kebutuhan primer yaitu rumah.

## 2. Kepemilikan Lahan Pertanian

Dampak ekonomi lainnya dari kepergian buruh migran bekerja di luar negeri adalah kepemilikan lahan pertanian. Kepemilikan lahan pertanian menjadi opsi yang baik bagi para buruh migran untuk digarap atau dimanfaatkan oleh keluarga untuk usaha tani. Kepemilikan lahan pertanian menjadi identik di masyarakat pedesaan.

## 3. Kepemilikan Usaha Non Pertanian

Dampak ekonomi lainnya dari buruh migran adalah kepemilikan usaha non pertanian. Kepemilikan usaha non pertanian merupakan akibat dari semakin berkembang dan terbukanya pemikiran anggota keluarga PMI. Mereka mengalokasikan kiriman uang dari PMI untuk membuka usaha non pertanian, dimana mereka menganggap bahwa usaha tersebut lebih cepat menghasilkan keuntungan ataupun cepat mengembalikan modal.

#### 4. Kepemilikan Barang Berharga

Kepemilikan barang berharga merupakan salah satu dampak ekonomi bagi keluarga PMI (buruh migran internasional). Dengan memiliki barang berharga, maka akan menaikkan status sosialnya di masyarakat. Kepemilikan barang berharga dalam penelitian meliputi perhiasan, sepeda motor, mobil, ternak, dan barang elektronik (TV, mesin cuci, HP, tablet).<sup>53</sup>

Berdasarkan uraian di atas, perubahan ekonomi keluarga buruh migran dapat dilihat dari kondisi tempat tinggal, kepemilikan lahan pertanian, kepemilikan usaha non pertanian, kepemilikan barang berharga, dan status ekonomi keluarga. Pendapatan dari hasil bekerja di luar negeri dapat digunakan untuk membangun rumah, membiayai pendidikan anggota keluarga, membeli perhiasan, dan kendaraan, atau membuka mampu membuka usaha, di mana uang kiriman tidak hanya digunakan untuk hal yang konsumtif.

Secara umum pendapatan buruh migran dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, seperti kebutuhan konsumsi, pembangunan rumah, pertanian, perdagangan, pendidikan dan dapat melakukan investasi. Ketika suatu rumahtangga menerima remitan (pengiriman) di samping pendapatannya dari usaha, maka rumahtangga tersebut akan menggunakan remitan tersebut untuk konsumsi dan rekreasi

---

<sup>53</sup>*Ibid.*, h. 231-242

Alokasi penggunaan pendapatan PMI (buruh migran Indonesia) dibedakan menjadi 11 macam yaitu biaya pangan, membangun rumah, membeli tanah, biaya pendidikan, membayar hutang, modal membuka usaha, biaya pengobatan keluarga, membeli kendaraan, membeli perhiasan, membeli ternak, dan membeli elektronik. Berikut secara terperinci, alokasi penggunaan pendapatan PMI:

1. Biaya pangan (per bulan)
2. Membangun rumah
3. Membeli tanah
4. Biaya pendidikan
5. Membayar hutang
6. Modal membuka usaha
7. Biaya pengobatan
8. Membeli kendaraan
9. Membeli perhiasan
10. Membeli ternak
11. Membeli elektronik <sup>54</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, pemanfaatan pendapatan oleh keluarga PMI dialokasikan untuk kegiatan konsumsi baik konsumsi primer berupa pangan, sandang, dan papan ataupun konsumsi sekunder seperti kesehatan, pernikahan, pembayaran hutang, kegiatan produksi, investasi pendidikan, investasi ekonomi, dan investasi sosial. Pemanfaatan pendapat secara konsumtif bila pendapat dialokasikan tidak untuk memperbesar *output* atau keluaran dan penghasilan di kemudian hari. Pemanfaatan pendapatan secara konsumtif merujuk pada alokasi pendapatan untuk kegiatan yang tidak berkontribusi pada peningkatan output atau penghasilan di masa depan.

---

<sup>54</sup>*Ibid.*, h. 226

## C. Perilaku Konsumen

### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut James F Angel dalam Anwar Prabu Mangkunegara perilaku konsumen didefinisikan sebagai “tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, dan menggunakan barang-barang, jasa ekonomis, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan tersebut.”<sup>55</sup>

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari, menukar, menggunakan, menilai, mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumber daya yang terbatas seperti uang, waktu, dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya.<sup>56</sup>

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku ini termasuk suatu studi unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan konsumsi dan pembuatan barang dan jasa, pengalaman, serta ide.<sup>57</sup>

---

<sup>55</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, (Bandung: Refika Aditama, 2012), h. 5

<sup>56</sup>Soekarno Wibowo Dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro.*, h. 235

<sup>57</sup>Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen Strategi dan Teori*, (Medan: IOCS Publisher, 2021), h. 2

Perilaku konsumen adalah suatu aktivitas melibatkan langsung proses memperoleh, proses memakai, serta menilai apakah produk tersebut memiliki manfaat sesuatu dengan kebutuhan dan keinginan, di mana terkait pula dengan proses memutuskan apa yang didahulukan dan disusul oleh tindakan ini.<sup>58</sup>

Perilaku konsumen sendiri merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumen individual, kelompok dan anggota masyarakat yang terus menerus mengalami perubahan. Asosiasi Pemasaran Amerika mendefinisikan perilaku konsumen sebagai interaksi yang dinamis mengenai perasaan, kognisi, perilaku, dan Lingkungan dimana individu melakukan pertukaran dalam berbagai aspek di dalam kehidupannya.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat diambil pengertian bahwa perilaku konsumen adalah cara konsumen mengeluarkan sumber daya yang terbatas seperti uang waktu dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya. Perilaku tersebut menggambarkan motivasi kepuasan merupakan pemicu awal terbentuknya perilaku konsumen. Seseorang yang telah memiliki barang untuk dikonsumsi, masih terdorong untuk memiliki barang lain, walaupun jenisnya sama karena terdorong oleh keinginan yang belum terpuaskan dari barang yang pertama.

Perilaku konsumen merupakan perilaku keseharian setiap individu atau rumah tangga dalam menggunakan barang dan jasa guna memenuhi

---

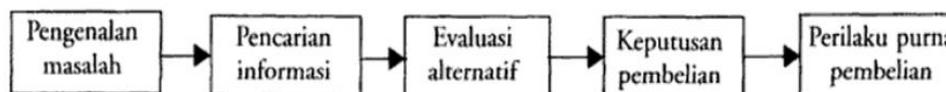
<sup>58</sup>Nana Triapnita Nainggolan, Perilaku Konsumen Di Era Digital, (Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020), h. 3

kebutuhan diri atau keluarga. Hal ini dapat berbentuk penggunaan satu jenis barang dan jasa untuk memenuhi khusus kebutuhan lahiriah dan dapat bersifat memenuhi khusus kebutuhan batiniah dan dapat pula bersifat memenuhi dua kebutuhan sekaligus, baik lahiriah maupun batiniah. Perilaku konsumen dapat berbentuk penggunaan berbagai jenis barang dan jasa seperti sandang, pangan, alat komunikasi dan lain-lain yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup sebagai makhluk biologis.

## 2. Proses Terbentuknya Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen dapat diamati dari keputusan pembelian suatu barang/jasa oleh konsumen yang biasanya akan melewati lima tahapan: (1) pengenalan kebutuhan, (2) pencarian informasi, (3) penilaian pilihan, (4) pengambilan keputusan pembelian, dan (5) perilaku konsumen pascapembelian.<sup>59</sup>

Gambar 1  
Tahap Keputusan Pembelian<sup>60</sup>



Uraian tentang tahap keputusan pembelian di atas dijelaskan sebagai berikut:

<sup>59</sup>Muhammad Ismail Yusanto, dan Widjajakusuma, *Menggagas bisnis Islami*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 163

<sup>60</sup>Morrison, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, h. 111

#### a. Pengenalan masalah

Proses dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Pembeli merasakan adanya perbedaan antara yang nyata dan yang diinginkan. Kebutuhan ini disebabkan karena adanya rangsangan internal maupun eksternal. Dari pengalaman sebelumnya orang telah belajar bagaimana mengatasi dorongan ini dan dimotivasi ke arah produk yang diketahuinya akan memuaskan dorongan ini.<sup>61</sup>

Berdasarkan uraian di atas, keputusan yang diambil oleh konsumen merupakan upaya konsumen dalam memecahkan masalah kebutuhan. Dalam proses pengambilan keputusan, konsumen memiliki sasaran atau perilaku mana yang ingin dilakukan untuk mencapai sasaran tersebut. Pada tahap pertama merupakan pemahaman adanya masalah. Selanjutnya terjadi evaluasi terhadap alternatif yang ada dan tindakan yang paling sesuai dipilih.

#### b. Pencarian informasi

Konsumen dapat mengetahui kualitas dan keistimewaan produk melalui pengumpulan informasi. Pada tahap awal sekumpulan merek yang ada akan dipertimbangkan sehingga akhirnya hanya sedikit merek yang akan dipilihnya atau menjadi sebuah kumpulan pilihan.

---

<sup>61</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 16

Terdapat empat sumber informasi yang dapat membantu konsumen menemukan produk yang layak dibeli untuk memenuhi tuntutan kebutuhannya.

*Pertama*, sumber komersial yang sifatnya lebih banyak memberitahukan hal-hal seputar produk. Iklan merupakan sumber informasi komersial yang potensial dalam meraih calon pembeli. *Kedua*, sumber personal. Sifatnya lebih banyak memberikan penilaian dan memperkuat informasi produk yang diterima calon pembeli. *Ketiga*, sumber publik, berupa kecenderungan publik dalam mengapresiasi suatu produk. Informasi yang diberikan biasanya melalui sebuah survei atau polling pendapat berkenaan dengan suatu jenis produk. *Keempat*, sumber pengalaman, berupa pengalaman sebelumnya berkaitan dengan penggunaan produk untuk memenuhi suatu kebutuhan. Pada beberapa orang, pengalaman lebih banyak memengaruhi pengambilan keputusan pembelian barang.<sup>62</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, keputusan pembelian oleh konsumen didasarkan pada perolehan informasi konsumen tentang produk yang akan dibeli. Sumber informasi seperti iklan komersial, sumber personal atau individu yang pernah menggunakan produk serupa, sumber publik yang diperoleh konsumen dari media dan pengalaman konsumen sendiri dalam menggunakan produk sejenis.

---

<sup>62</sup>Muhammad Ismail Yusanto, dan Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2002), h. 165

### c. Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan dan model-model yang terbaru memandang proses evaluasi konsumen sebagai proses yang berorientasi kognitif; mereka menganggap konsumen membentuk penilaian atas produk terutama secara sadar dan rasional. Beberapa konsep dasar yang akan membantu pemahaman proses evaluasi konsumen, yaitu konsumen berusaha memenuhi suatu kebutuhan, konsumen mencari manfaat tertentu dari solusi produk, dan konsumen memandang masing-masing produk sebagai sekumpulan atribut dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam membenkan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan itu.<sup>63</sup>

Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian.

### d. Keputusan pembelian

Sesudah pembelian terhadap suatu produk, konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Keputusan pembelian produk konsumsi sering kali terjadi di lokasi penjualan.

---

<sup>63</sup>Adi Haryadi, *Kiat membuat Promosi Penjualan secara Efektif dan Terencana*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), h. 22

Keputusan itu bahkan hampir bersamaan dengan tindakan pembelian yang sebenarnya.

Keputusan pembelian di lokasi penjualan sangat dipengaruhi oleh kemasan, pajangan, hadiah langsung, potongan harga yang langsung diketahui konsumen di lokasi penjualan yang akan mendorong pembelian yang sebenarnya.<sup>64</sup> Konsumen mendasarkan harapannya pada informasi yang mereka terima tentang produk. Jika, kenyataan yang mereka dapat berbeda dari yang diharapkan, maka mereka merasa tidak puas. Bila, produk tersebut memenuhi harapan konsumen maka mereka akan merasa puas.

#### e. Perilaku Purna Pembelian

Komunikasi purna beli adalah cara yang sangat tepat untuk mempertahankan pelanggan. Misalnya dengan sistem saran, mengirimkan sepucuk surat atau menelepon orang yang telah membeli produknya. Memahami kebutuhan konsumen dan proses pembelian adalah dasar bagi suksesnya pemasaran karena dengan demikian perusahaan dapat menyusun strategi yang efektif untuk mendukung penawaran yang menarik bagi pasar sasaran.<sup>65</sup>

Konsumen memberi penilaian terhadap produk yang dibelinya. Sikap konsumen pasca pembelian merupakan reaksi dari penilaian konsumen terhadap kualitas produk, dan terpenuhi atau tidaknya

---

<sup>64</sup>Morrison, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu.*, h. 113

<sup>65</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen.*, h. 20

kebutuhan. Secara umum, konsumen yang merasa tidak puas dapat mengambil tindakan. Oleh karena itu, penjual perlu mengetahui reaksi konsumen terhadap yang dibelinya, memperoleh informasi dan tanggapan konsumen sebagai umpan balik untuk meningkatkan layanan.

### 3. Jenis dan Ciri-ciri Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menggambarkan interaksi dan hubungan dinamis di antara perilaku, afeksi, kognisi, dan lingkungannya, yang mana manusia mampu melakukan aktivitas barter dalam hidup mereka. Perilaku konsumen secara umum terbagi menjadi dua, yaitu: Perilaku konsumen yang bersifat rasional dan irasional.

a. Ciri-ciri dan perilaku konsumen yang bersifat rasional:

- 1) Konsumen memilih barang berdasarkan kebutuhan
- 2) Barang yang dipilih konsumen memberikan kegunaan optimal bagi konsumen
- 3) Konsumen memilih barang yang mutunya terjamin
- 4) Konsumen memilih barang yang harganya sesuai dengan kemampuan konsumen.<sup>66</sup>

Perilaku konsumen yang bersifat rasional adalah tindakan perilaku konsumen dalam pembelian suatu barang dan jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu seperti tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama atau primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya.<sup>67</sup> Perilaku konsumen yang bersifat rasional biasanya konsumen

---

<sup>66</sup>Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen.*, h. 3.

<sup>67</sup>Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Perilaku Konsumen*, (Malang: Universitas Brawijaya Press, 2022), h. 7.

memilih barang yang berguna untuk kebutuhannya, mutu barangnya bagus dan berkualitas, dan konsumen membeli sesuai kemampuannya atau tidak memaksakan diri.

b. Perilaku Konsumen yang bersifat irrasional, antara lain:

- 1) Konsumen sangat cepat tertarik dengan iklan dan promosi di media cetak maupun elektronik
- 2) Konsumen memiliki barang-barang bermerk atau branded yang sudah dikenal luas
- 3) Konsumen memilih barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau *prestise*.<sup>68</sup>

Perilaku konsumen yang bersifat irasional adalah perilaku konsumen yang mudah terbujuk oleh iming-iming diskon atau *marketing* dan suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan. Di sisi lain, konsumen yang irasional biasanya tertarik dengan tawaran-tawaran iklan dan berbagai promosi yang dilaksanakan oleh perusahaan, membeli barang yang memiliki brand berdasarkan atas dorongan emosionalnya bukan kebutuhannya, diikuti oleh gengsi dan *prestise* dalam menggunakan barang tersebut.<sup>69</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yang bersifat rasional merupakan tindakan perilaku konsumen saat pembelian suatu barang dan jasa yang lebih mengutamakan aspek aspek konsumen secara umum, contohnya seperti tingkat kebutuhan yang

---

<sup>68</sup>Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen.*, h. 3.

<sup>69</sup>Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Perilaku Konsumen.*, h. 7.

mendesak, kebutuhan primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen. Selanjutnya adalah perilaku konsumen yang bersifat irrasional, merupakan perilaku konsumen yang gampang terpengaruh oleh rayuan-rayuan diskon dan sebuah produk tanpa mendahulukan aspek kebutuhan yang bersifat penting.

Pembuatan keputusan yang dilakukan konsumen berbeda-beda sesuai dengan tipe keputusan membeli, yang dibedakan menjadi empat tipe perilaku membeli konsumen, yaitu:

1. Perilaku membeli yang kompleks di mana para konsumen menjalani atau menempuh suatu proses membeli yang kompleks dan bila mereka semakin terlibat dalam kegiatan membeli dan menyadari perbedaan penting antara beberapa merek produk yang ada.
2. Perilaku membeli mengurangi keragu-raguan, kadang kadang konsumen sangat terlibat dalam kegiatan membeli sesuatu tapi dia hanya melihat sedikit perbedaan dalam merek.
3. Perilaku membeli berdasarkan kebiasaan yaitu perilaku konsumen yang tidak melalui sikap atau kepercayaan atau rangkaian perilaku biasa atau konsumen kurang terlibat dalam membeli dan tidak terdapat perbedaan nyata antar merek.
4. Perilaku membeli yang mencari keragaman yaitu keterlibatan konsumen rendah tapi ditandai oleh perbedaan merek yang nyata.<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup>Satriadi, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Samudra Biru, 2021), h. 42.

Tindakan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum yang sifatnya mendesak dan merupakan kebutuhan utama disebut dengan perilaku yang bersifat rasional. Selanjutnya perilaku konsumen yang bersifat irasional merupakan perilaku konsumen tanpa mengedepankan aspek kebutuhan dan kepentingan.

Pengambilan keputusan oleh konsumen akan berbeda menurut jenis keputusan pembelian. Terdapat empat tipe perilaku pembelian konsumen berdasarkan pada tingkat keterlibatan pembeli dan tingkat perbedaan di antara merek sebagai berikut:

a. Perilaku Membeli yang Rumit (*Complex Buying Behavior*)

Perilaku membeli yang rumit membutuhkan keterlibatan tinggi dalam pembelian. Perilaku ini menyingkapkan adanya perbedaan-perbedaan yang jelas di antara merek-merek yang ada. Perilaku membeli ini terjadi pada waktu membeli produk-produk yang mahal, tidak sering dibeli, berisiko dan dapat mencerminkan diri pembelinya, seperti mobil, televisi, pakaian, jam tangan, komputer pribadi, dan lain-lain.

b. Perilaku Membeli untuk Mengurangi Ketidakcocokan (*Dissonance Reducing Buying Behavior*)

Perilaku membeli mempunyai keterlibatan yang tinggi dan konsumen menyadari hanya sedikit perbedaan antara berbagai merek. Perilaku membeli ini terjadi untuk pembelian produk itu mahal, tidak sering

dilakukan, berisiko, dan membeli secara relatif cepat karena perbedaan merek tidak terlihat.

c. Perilaku Membeli Berdasarkan Kebiasaan (*Habitual Buying Behavior*)

Dalam hal ini, konsumen membeli suatu produk berdasarkan kebiasaan, bukan berdasarkan kesetiaan terhadap merek. Konsumen memilih produk secara berulang bukan karena merek produk, tetapi karena mereka sudah mengenal produk tersebut. Setelah membeli, mereka tidak mengevaluasi kembali mengapa mereka membeli produk tersebut karena mereka tidak terlibat dengan produk.

d. Perilaku Pembeli yang Mencari Keragaman (*Variety Seeking Buying Behavior*)

Perilaku ini memiliki keterlibatan yang rendah, namun masih terdapat perbedaan merek yang jelas. Konsumen berperilaku dengan tujuan mencari keragaman dan bukan kepuasan. Jadi merek dalam perilaku ini bukan merupakan suatu yang mutlak. Sebagai *market-leader*, pemasar dapat melakukan strategi seperti menjaga agar jangan sampai kehabisan stok atau dengan promosi-promosi yang dapat mengingatkan konsumen akan produknya.<sup>71</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, konsumen dikatakan berada dalam perilaku pembelian kompleks ketika ia terlibat dalam pembelian dan memiliki persepsi tentang perbedaan merek. Konsumen terlibat secara

---

<sup>71</sup>Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 101

mendalam ketika produk yang bersangkutan beresiko, jarang dibeli, mahal, dan menunjukkan ekspresi diri Konsumen harus mempelajari banyak hal tentang kategori produk yang bersangkutan. Oleh karena itu pembeli produk akan mulai melalui proses pembelajaran, yaitu mengembangkan keyakman untuk mengenal produk, sikap dan kemudian melakukan pilihan pembelian dengan penuh pertimbangan.

#### **4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Faktor adalah keadaan atau peristiwa yang menyebabkan timbulnya sesuatu. Faktor pembelian seseorang terhadap produk yang diinginkan juga tergantung dan banyak pertimbangan atau bisa saja tergantung motivasinya. Faktor itu seperti keuangan, kesehatan, kebutuhan hidup, kebahagiaan, keamanan, dan aktualisasi diri.<sup>72</sup>

Konsumen dalam upaya memperoleh dan memanfaatkan barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor eksternal, maupun faktor internal. “Faktor faktor yang memberi pengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor personal, dan faktor psikologis.”<sup>73</sup>

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi faktor-faktor sebagai berikut:

Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu kekuatan sosial budaya, dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial

---

<sup>72</sup>Wayan Weda Asmara Dewi, *Teori Perilaku.*, h. 11.

<sup>73</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2008), h, 6

budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan (*small reference group*) dan keluarga, sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap, dan keyakinan, gambaran diri (*self concept*).<sup>74</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi faktor budaya, tingkat sosial, kelompok anutan, dan faktor psikologis, seperti kepribadian, sikap dan keyakinan. Faktor-faktor tersebut mewakili faktor internal dalam diri konsumen, dan faktor eksternal di luar dirinya. Untuk lebih jelasnya faktor-faktor diuraikan sebagai berikut:

a. Sosial Budaya

Faktor sosial budaya merupakan faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. “Sebagai aspek terluas dari lingkungan sosial makro, kebudayaan memiliki pengaruh yang kuat pada konsumen.”<sup>75</sup>

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku. Dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat, kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, adat kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat.<sup>76</sup>

---

<sup>74</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *perilaku konsumen*, h. 39

<sup>75</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*, alih bahasa Damos Sihombing, dan Peter Remy Yossi Pasla, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2000), h. 30

<sup>76</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, h.39

Budaya adalah faktor penentu dari keinginan dan perilaku konsumen. Perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya, dipelajari dari lingkungan sekitarnya, sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen yang tinggal pada daerah tertentu, dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula. Hal ini menunjukkan bahwa cara konsumen memenuhi kebutuhannya sangat dipengaruhi oleh kultur yang dianutnya.

b. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Konsumen akan terdorong untuk mencari barang dan jasa yang menurutnya sesuai dengan kelas sosialnya, baik berkaitan dengan kualitas, harga, maupun citra dari produk yang dikonsumsi.

“Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.”<sup>77</sup> Kelas sosial kelas sosial dapat diartikan pula “susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama.”<sup>78</sup>

Menurut Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, kelas sosial didefinisikan sebagai “pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki status kelas yang berbeda, sehingga pada anggota setiap kelas

---

<sup>77</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, h.41

<sup>78</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset*, h. 7

secara relatif mempunyai status yang sama dan pada anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.”<sup>79</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, kelas sosial mengacu kepada keberadaan suatu kelompok sosial dalam masyarakat yang mempunyai minat, dan perilaku yang sama, yang berbeda dengan kelompok sosial lain. Kelas sosial dalam ekonomi menunjukkan adanya perbedaan cara perolehan barang dan jasa dan penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan.

Kelas sosial mengacu pada sekumpulan individu yang tinggal dalam satu komunitas, tetapi lebih didasarkan pada kesamaan perilaku konsumsi sebagai akibat kesamaan pendapatan, dan kesempatan memperoleh barang dan jasa yang diinginkan. Konsumen dapat terpengaruh oleh perilaku konsumsi orang lain di luar komunitas tempat tinggalnya, jika terdapat kesamaan minat, pendapatan, dan kesamaan dalam menilai satu produk atau jasa.

Perbedaan kelas sosial dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kelas sosial golongan atas memiliki kecenderungan membeli barang-barang yang mahal, membeli pada toko yang berkualitas dan lengkap, toko serba ada, supermarket, konservatif dalam konsumsi, barang-barang yang dibeli cenderung untuk menjadi warisan bagi keluarganya.

---

<sup>79</sup>Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumr Behavior (Perilaku Konsumen)*, alih bahasa Zoelkifli Kasip,

- 2) Kelas sosial golongan menengah cenderung membeli barang untuk menampakan kekayaannya. Membeli barang dengan jumlah yang banyak dan kualitasnya cukup memadai. Mereka berkeinginan membeli barang yang mahal dengan sistem kredit, misalnya membeli kendaraan, rumah mewah, dan perabot rumah tangga.
- 3) Kelas sosial rendah cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya. Pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari. Memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.<sup>80</sup>

Mengacu keutipan di atas, kelas sosial dapat dikelompokkan dalam tiga kelompok sosial, yaitu kelompok sosial tinggi, menengah, dan rendah. Tiap kelas sosial menunjukkan karakteristiknya dalam hal cara perolehan barang dan jasa. Kelas sosial yang tinggi memiliki kecenderungan untuk membeli barang dan jasa yang tanpa mempersoalkan harga, dan lebih berorientasi kepada kualitas. Sedangkan kelas sosial menengah, walaupun berorientasi kepada kualitas, tetapi tetap mempertimbangkan harga, seperti dengan cara kredit dan angsuran. Adapun kelas sosial rendah orientasinya lebih kepada kuantitas barang dan jasa, bukan pada kualitas. Bagi kelas sosial rendah, hal yang mendesak dilakukan adalah pemenuhan kebutuhan pokok sehari, dengan mempertimbangkan harga sesuai dengan kemampuan daya beli mereka. Hal ini mendorong kelas sosial rendah memanfaatkan penjualan barang-barang yang diobral atau penjualan dengan harga promosi.

---

<sup>80</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, h. 43

c. Kelompok Anutan (*Small Reference Group*)

Perilaku konsumen dalam memperoleh barang dan jasa sering dipengaruhi oleh perilaku konsumen lain. Pada dasarnya setiap konsumen membutuhkan informasi yang memadai dalam mengambil keputusan konsumsi. Dalam hal ini konsumen dapat merujuk kepada kelompok anutan (rujukan) yang dianggap pernah menggunakan dan mengetahui manfaat barang dan jasa yang diinginkan konsumen.

Kelompok rujukan adalah kelompok yang merupakan titik perbandingan melalui tatap muka atau interaksi tak langsung dalam pemebentukan sikap seseorang. Orang sering dipengaruhi oleh kelompok rujukan dimana ia tidak menjadi anggotanya. Pemasar dalam hal ini berupaya mengidentifikasikan kelompok rujukan dari pasar sasarnya. Kelompok ini dapat mempengaruhi pada perilaku dan gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek yang akan dipilih seseorang.<sup>81</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, kelompok anutan (*small reference group*) merupakan kumpulan individu yang menjadi acuan atau perbandingan konsumen dalam keputusan konsumsi yang diambilnya. Kelompok anutan dapat didefinisikan pula sebagai “setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar pembanding (rujukan) bagi

---

<sup>81</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset.*, h.. 88

seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku.”<sup>82</sup>

Kelompok referensi merupakan kelompok yang memiliki pengaruh langsung ataupun tidak langsung pada sikap dan perilaku konsumen. Kelompok ini mempengaruhi perilaku seseorang dalam pembelian, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak laku. Anggota kelompok referensi sering menjadi penyebab dan pengaruh dikalangan masyarakat dalam hal selera konsumsi sehingga menyebabkan sebagian kalangan masyarakat mengikuti selera mereka, dan menimbulkan keseragaman dalam perilaku konsumsi di kalangan masyarakat.<sup>83</sup>

Memahami pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa keputusan konsumsi oleh konsumen tidak terlepas dari aspek rasionalitas konsumen dalam memilih dan memanfaatkan barang atau jasa. Oleh karena itu, konsumen akan mencari informasi yang dapat meyakinkan dirinya sebelum mengambil keputusan membeli. Dalam hal ini, kelompok anutan dapat dijadikan rujukan bagi konsumen dengan asumsi bahwa kelompok anutan tersebut merupakan kelompok yang pernah menggunakan barang atau jasa yang sedang dicari konsumen. Di sisi lain, kelompok anutan seperti tokoh atau figur yang dikenal luas, dimanfaatkan oleh produsen untuk mempromosikan barang dan jasa, sebagaimana salah satu strategi pemasaran.

---

<sup>82</sup> Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumr Behavior (Perilaku Konsumen)*, alih bahasa Zoelkifli Kasip, (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), h. 107

<sup>83</sup> Soekarno Wibowo, *Ekonomi Mikro*, h. 235

#### d. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian dapat menjadi variabel yang berguna dalam menganalisis perilaku konsumen jika berbagai tipe kepribadian dapat dikelompokkan dan terdapat suatu hubungan kuat antara tipe kepribadian tertentu dengan pilihan produk atau merek. Sedangkan konsep diri banyak mempengaruhi keputusan membeli konsumen. Karena konsep diri merupakan pandangan seseorang tentang dirinya sendiri, sehingga konsumen tersebut yang mengetahui posisi dirinya sendiri. Seorang konsumen yang memosisikan dirinya berkepribadian tinggi, tentunya akan menginginkan produk yang sesuai dengan kepribadiannya.<sup>84</sup>

Kepribadian merupakan faktor internal dalam diri konsumen yang mempengaruhi perilaku dan tindakan konsumen dalam memperoleh barang dan jasa. Unsur penting dalam kepribadian yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen adalah persepsi konsumen terhadap citra produk, atau jasa, dan seberapa kuat konsumen merespon stimulus konsumtif di luar dirinya.

“Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.”<sup>85</sup> Kepribadian didefinisikan sebagai ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang merespon terhadap lingkungannya.”<sup>86</sup>

---

<sup>84</sup>Nora Anisa Br. Sinulingga, *Perilaku Konsumen.*, h. 10.

<sup>85</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, h. 46

<sup>86</sup>Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumr Behavior (Perilaku Konsumen)*, h.

Stimulus konsumtif di luar diri konsumen tidak akan selalu terwujud dalam bentuk perilaku konsumtif, jika tidak mendapat respon dalam diri konsumen. Untuk dapat terwujud menjadi perilaku konsumtif, maka stimulus dari luar, seperti sosial budaya, dan kelompok anutan perlu mendapat respons dari diri konsumen, sehingga menjadi keputusan konsumsi.

e. Kepercayaan dan sikap

Faktor kepercayaan dan sikap merupakan faktor dari dalam diri konsumen yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Sikap konsumen terhadap suatu produk, dan cara konsumen dalam mempersepsikan penting atau tidaknya suatu produk, juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen.

“Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk dan pelayanan.”<sup>87</sup>Melalui tindakan dan proses belajar, calon konsumen akan memperoleh kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilakunya. “Kepercayaan dapat berupa pengetahuan, dan pendapat. Kepercayaan inilah yang akan membentuk citra produk, dan merek. Sedangkan sikap menuntun orang untuk berperilaku secara relatif konsisten terhadap objek yang sama.”<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup>Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, h. 47

<sup>88</sup>Bilson Simamora, *Panduan Riset*, h.14

Berdasarkan kutipan di atas, kepercayaan dan sikap konsumen terhadap produk atau jasa mempengaruhi perilaku konsumen tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Kepercayaan konsumen berisi pengetahuan dan informasi yang diperolehnya terhadap produk dan jasa, sehingga apabila konsumen tidak memperoleh informasi yang memadai tentang produknya, maka dapat mempengaruhi keputusannya untuk membeli produk tersebut.

Sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk atau merek, dapat diubah melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen. Kondisi tersebut dapat dimanfaatkan oleh produsen dengan memberikan informasi terus menerus melalui iklan, pameran, atau strategi pemasaran lain, sehingga memiliki sikap sesuai yang diinginkan produsen.

## **5. Prilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam**

Perilaku konsumen dalam ekonomi Islam berbeda dengan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, konsumen muslim tidak hanya dipandang sebagai *homo economicus*, yang menitik beratkan pada kepuasan materi saja, tetapi dipandang pula sebagai *homo Islamicus*, yang motivasi konsumsinya didasarkan pada keimanan dan kepuasan spiritual.

Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Pergerakan dirinya yang berbentuk

belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir. Gaya hidupnya selamat baik didunia maupun diakhirat.<sup>89</sup>

Bagi konsumen muslim setiap konsumsi bertujuan untuk mendukung kegiatan ibadah. Barang dan jasa merupakan karunia Allah, sebagaimana hidup manusia juga karunia Allah. Oleh karena itu, pemanfaatan barang dan jasa harus memiliki keterkaitan dengan tujuan hidup dan penciptaan manusia, yaitu untuk beribadah kepada Allah.

Perilaku konsumen muslim bukan hanya menghabiskan manfaat barang atau jasa, tetapi sebagai sarana manusia untuk mewujudkan tugasnya sebagai khalifah Allah di muka bumi, yang diberi kewenangan mengatur dan memanfaatkan karunia Allah. Pemanfaatan barang dan jasa harus selaras dengan tujuan penciptaan manusia, yaitu untuk beribadah kepada Allah. Hal ini berarti bahwa tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah untuk mendukung manusia dalam rangka beribadah kepada Allah.

“Konsumen harus puas akan perilaku konsumsinya dengan mengikuti norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.”<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Muhammad Muflih *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006),h. 4

<sup>90</sup>Andi Bahri S., *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, h. 352

Perilaku konsumen muslim bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan dengan memanfaatkan barang dan jasa, tetapi menekankan pula proses pemenuhan kebutuhan tersebut dan tujuannya yang harus sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, barang dan jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan adalah barang dan jasa yang halal, dan dipergunakan untuk tujuan yang halal.

Memahami kutipan di atas, perilaku konsumen dalam ekonomi Islam tidak dapat dipisahkan dari keimanan, sehingga seluruh tindakan ekonomi dalam memenuhi kebutuhan tidak hanya disandarkan kepada hubungan konsumen dengan barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi juga didasari oleh hubungan konsumen dengan Allah. Berdasarkan hubungan tersebut, konsumen muslim meyakini bahwa keberhasilan dirinya dalam memperoleh barang dan jasa, merupakan karunia Allah yang harus disyukuri.

Keyakinan bahwa terpenuhinya barang dan jasa merupakan karunia Allah, akan mendorong seluruh perilaku konsumen muslim dijalankan atas dasar perintah Allah, seperti tidak berlebihan, tidak boros, dan tergerak untuk membelanjakan harta di jalan Allah. Hal ini sebagaimana dipahami dari ayat sebagai berikut:

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا إِنَّ الْمُبْذِرِينَ  
كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya pemboros-

pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.(Q.S. al-Isra` : 26-27) <sup>91</sup>

Konsumsi dalam ekonomi Islam tidak sebatas *utility* (nilai guna) barang dan jasa, tetapi mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam proses memperoleh barang dan jasa, maupun menggunakannya. Acuan syariah dalam konsumsi Islam mengandung arti bahwa konsumen merupakan subjek ekonomi yang dapat diberi beban tanggung jawab dalam mengelola harta, dan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia, untuk kepentingan dirinya, dan lingkungannya.

Islam sebagai *rahmatan lil alamin* menjamin agar sumberdaya dapat terdistribusi secara adil. Salah satu upaya untuk menjamin keadilan distribusi sumberdaya adalah mengatur agar pola konsumsi sesuai dengan syariah Islam yang telah ditetapkan oleh Al-Quran dan As-Sunnah. Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki.

Orientasi konsumsi Islam lebih didasarkan pada aspek keseimbangan antara parameter kepuasan ruhani dan jasmani. Konsumsi dalam Islam tidak sebatas melihat manfaat barang atau jasa, tetapi bagaimana memanfaatkan barang dan jasa tersebut agar sesuai dengan tuntutan Allah Swt sebagai pemebri nikmat.

Perilaku menghamburkan harta, dan boros merupakan perilaku konsumtif yang dilarang oleh Allah. Islam melarang umatnya melakukan

---

<sup>91</sup>Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemahnya, (Bandung: Pantja Cemerlang, 2010), h. 284

konsumsi secara berlebihan. Sebab konsumsi diluar dari tingkat kebutuhan adalah pemborosan. Pemborosan adalah perbuatan yang sia-sia dan menguras sumber daya alam secara tidak terkendali.

Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan material, tetapi lebih menonjolkan aspek spiritual. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dijelaskan bahwa perilaku konsumsi yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen menurut Islam yaitu barang-barang yang dikonsumsi haruslah halal dan suci menurut syariat. Dalam hal perilaku atau gaya harus pula dalam batas wajar dalam arti tidak berlebih-lebihan (*isyraf*) atau boros (*tabzir*) walaupun konsumen tergolong hidup kaya atau mampu.

Perilaku konsumen muslim dibatasi dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a) Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual.
- b) Anjuran-anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.

- c) Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal, yaitu (a) barang-barang keperluan pokok, (b) barang-barang keperluan kesenangan dan (c) barang-barang keperluan kemewahan. Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam al-maqāṣid al-syarī'ah dengan istilah *darūriyyah*, *hājjiyah* dan *taḥsīniyyah*.
- d) Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap moderat dalam pola konsumsi yang dituntun oleh sikap yang mementingkan bersama konsumen muslim yang lain.<sup>92</sup>

Memahami pendapat di atas, bahwa dalam konsumsi dalam Islam berupaya membebaskan diri dari pengaruh kenikmatan barang dan jasa yang dapat mengganggu tercapainya tujuan spiritual konsumen muslim. Dalam ekonomi Islam, konsumsi bukan tujuan utama, tetapi hanya sebatas sarana untuk mencapai tujuan spiritual yang membutuhkan dukungan kekuatan fisik dari konsumsi. Karena tujuan utama konsumsi Islam adalah spiritual, maka setiap perilaku konsumtif yang bertentangan dengan nilai-nilai spiritual Islam harus dihindari.

Perilaku konsumen dalam Islam, juga dibatasi dengan prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas. Prinsip-prinsip tersebut mengandung arti adanya tanggung

---

<sup>92</sup>*Ibid.*, h. 353

jawab sosial dalam perilaku konsumen muslim. Setiap konsumen muslim dituntut untuk menyadari bahwa semua harta dan kekayaan yang dimilikinya adalah amanah dari Allah, yang diminta pertanggung jawaban. Sebagai bentuk amanah, maka harta harus dikelola sesuai dengan perintah dari Allah Swt, Pemberi Amanah, di antaranya dengan memenuhi prinsip keadilan, kemurahan hati dan prinsip moralitas.

Dalam Islam konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolok ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi, dan sangat mempengaruhi sifat kuantitas dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.<sup>93</sup>

Landasan keimanan dalam konsumsi Islam menggambarkan keseimbangan sebagai konsep konsumsi yang tidak hanya berorientasi pada parameter kepuasan duniawi, tetapi juga berorientasi pada ukhrawi. Konsumsi dalam Islam menuntut adanya filter moral yang bertujuan menjaga kepentingan individu dan sosial. Konsumen muslim dilarang memborong seluruh barang di pasar yang mengakibatkan konsumen lain tidak dapat memenuhi kebutuhannya. Perilaku dan pola konsumsi seorang muslim tidak boleh mengedepankan sikap individualistis dengan mengabaikan kepentingan sosial, dan dampak negatif dari pola konsumsinya.

---

<sup>93</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen.*, h.12

Perilaku konsumen dalam Islam menunjukkan sisi lemah manusia yang kelangsungan hidupnya ditentukan oleh kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan. Selain itu mengandung arti bahwa manusia memiliki ketergantungan terhadap karunia Allah di muka bumi. Dalam Al-Quran disebutkan perintah Allah kepada manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar manusia, sebagaimana disebutkan dalam Surah al-Saba` ayat 15 sebagai berikut:

لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكِنِهِمْ آيَةٌ جَنَّتَانِ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ طَلَّوْا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ  
وَأَشْكُرُوا لَهُمْ بَلَدَةٌ طَيِّبَةٌ وَرَبُّ غَفُورٌ

"Makanlah olehmu dari rezki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya. (Negerimu) adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan yang Maha Pengampun". (Q.S. as-Saba`; 15) <sup>94</sup>

Berkaitan dengan ayat di atas, Al-Ghazali mengatakan “untuk mendukung aktivitas sehari-hari, Allah Swt, menyuruh kita untuk mengonsumsi makanan yang *thayyibat* (sehat dan bergizi). Ada yang berpendapat, *thayyibat* adalah makanan yang halal.”<sup>95</sup>

Allah memerintahkan manusia untuk memakan makanan dan bersyukur nikmat Allah. Perintah Allah untuk memakan makanan yang halal, mengandung arti bahwa konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi

<sup>94</sup>Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, (Bandung: Pantja Cemerlang, 2010), h. 419

<sup>95</sup>Al-Ghazali, *Al-Halal wal Haram*, Alih Bahasa Iwan Kurniawan, (Bandung: Mizan Pustaka, 2007), h. 11

kebutuhan fisik, tetapi mengandung nilai ibadah yang ditunjukkan dari zat yang dikonsumsi dan cara memperolehnya harus halal.

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern. Pengertian mengenai konsumsi Islam yang tidak terbatas pada larangan-larangan tetapi lebih luas daripada itu. Islam memandang manusia seutuhnya tidak hanya sebatas makhluk ekonomi (*homo economicus*).<sup>96</sup>

Berdasarkan kutipan di atas, dalam memenuhi kebutuhan, baik itu berupa barang maupun dalam bentuk jasa atau konsumsi, menurut ekonomi Islam harus sesuai syariat. Konsumsi dalam Islam bukan berarti memenuhi keinginan biologis saja, tetapi harus disertai dengan niat supaya bernilai ibadah. Dalam Islam, manusia bukan *homo economicus* tapi *homo Islamicus*. Homo Islamicus yaitu manusia ciptaan Allah SWT yang harus melakukan segala sesuatu sesuai dengan syariat Islam, termasuk perilaku konsumsinya.

Konsumen muslim bukan hanya memenuhi kebutuhan fisik, dan biologis saja, tetapi sebagai sarana untuk beribadah kepada Allah Swt. Hubungan antara ekonomi dengan ibadah menunjukkan bahwa ekonomi bukan hanya sekedar menikmati manfaat barang atau jasa, tetapi juga ditindak lanjuti dengan rasa syukur yang diwujudkan dalam bentuk ibadah.

Konsumsi bukan hanya sebatas membelanjakan sesuai keinginan anggota keluarga, tetapi ada tujuan spiritual yang hendak dicapai:

---

<sup>96</sup> Soekarno Wibowo Dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 243

1. Pembentukan jiwa syukur akan karunia Allah. Dalam pandangan seorang konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realisasi rasa syukur kepada Allah.
2. Pembentukan ahli ibadah yang bersyukur. Seorang konsumen muslim yang telah mengonsumsi berbagai barang konsumsi sekaligus mampu merasakannya sebagai nikmat karunia Allah, akan berkontribusi besar dalam mengaksesnya untuk senantiasa menunaikan ibadah dengan berlandaskan atas syukur akan nikmat karunia Allah.<sup>97</sup>

Berdasarkan kutipan di atas, Konsumsi dalam keluarga Islam berkaitan erat dengan rasa syukur atas karunia Allah, karena dapat memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Pemanfaatan barang dan jasa sebagai pilar utama ekonomi tidak terlepas dari motivasi ibadah. Motivasi ibadah tersebut didasari oleh kesadaran bahwa semua anugerah dan kenikmatan dari segala sumberdaya yang diterima, merupakan ciptaan dan milik Allah secara mutlak dan akan kembalikepada-Nya.

Islam memberikan kesempatan luas bagi pemenuhan kebutuhan sesuai perkembangan ekonomi yang dinamis. “Segala bentuk *muamalah* adalah diperbolehkan kecuali ada ketentuan lain yang menentukan sebaliknya. Prinsip ini berkaitan dengan kehalalan sesuatu yang dijadikan objek dalam kegiatan ekonomi.”<sup>98</sup> Penerapan prinsip kehalalan dalam

---

<sup>97</sup> Andi Bahri S. *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember 2014, h. 364

<sup>98</sup>Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) , h. 28

memenuhi kebutuhan, bertujuan melindungi pihak-pihak yang terlibat dalam aktivitas ekonomi dari perbuatan dosa, dan pencapaian harta yang haram.

Islam sangat memperhatikan kualitas dan kesucian barang konsumsi yang bermanifestasi dalam Al-Quran dan Hadist, selain bersifat transendental juga keduniawian. Islam sangat memperhatikan kesucian dan kebersihan dari barang konsumsi. Paradoks ini mendorong pada pemahaman bahwa kepuasan seorang muslim sangat ditentukan oleh kadar kehalalan dan keharaman barang konsumsi.<sup>99</sup>

Prinsip-prinsip ekonomi Islam di atas juga mengeskakan bahwa keluarga muslim dalam memperoleh dan membelanjakan harta terikat dengan norma-norma Islam, sehingga kualitas tindakan ekonomi bukan hanya dilihat dari kuantitas ketersediaan barang dan jasa, tetapi bagaimana agar pemnfaatn barang dan jasa tersebut agar sesuai dengan Syariah Islam.

Aktivitas ekonomi dalam Islam selalu memperhatikan halal-haram, komitmen dan konsekuendengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum syariat yang mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan dan mencegah penyelewengan dan dampak *mudharat* baik bagi dirinya maupun orang lain. Oleh karena itu, konsumsi dalam Islam dilandasi oleh prinsip-prinsip sebagai berikut:

---

<sup>99</sup> Soekarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro*,h. 245

1. Asas *maslahat* dan manfaat. Membawa *maslahat* dan manfaat bagi jasmani dan rohani dan sejalan dengan nilai *maqashid syariah* termasuk dalam hal ini kaitan konsumsi dengan halal dan *thoyib*.
2. Asas kemandirian, ada perencanaan, ada tabungan, mengutang adalah kehinaan.
3. Asas kesederhanaan, sifat *qana'ah*, tidak mubazir.
4. Anjuran berinfaq.<sup>100</sup>

Memahami kutipan di atas, tindakan ekonomi dalam Islam didasarkan pada asas *maslahat* dan manfaat. Asas *maslahat* dalam memenuhi kebutuhan menunjukkan bahwa parameter kepuasan dalam konsumsi bukan hanya didasarkan pada parameter kepuasan fisik, dan materi, tetapi meliputi pula parameter kepuasan ruhani. Konsep asas *maslahat* dan manfaat dalam konsumsi mengandung arti bahwa pemanfaatan barang dan jasa tidak berakhir dengan habisnya barang dan jasa yang dikonsumsi, tetapi ada pertanggungjawaban ruhani dan sosial. Pertanggungjawaban ruhani tersebut menuntut konsumen untuk memperoleh barang dan jasa yang halal dan *thayib*, sedangkan pertanggungjawaban sosial menuntut konsumen untuk berinfak dan bershodaqoh kepada orang lain.

Mengacu kepada asas *maslahat* dan manfaat dalam konsumsi, maka setiap pemenuhan kebutuhan keluarga muslim harus memperhatikan kehalalan barang dan jasa yang dikonsumsi, baik dari segi cara

---

<sup>100</sup>Mohamad Hisham Shalihin, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 417

memperolehnya, maupun menggunakannya. Menurut Thohir Luth pemenuhan kebutuhan dalam Islam hendaknya mengacu kepada ketentuan sebagai berikut:

- a. Segala makanan, minuman, pakaian termasuk papan atau perumahan, kendaraan dan lain-lain harus halal. Halal jenis bendanya maupun cara memperolehnya.
- b. Segala jenis kebutuhan harus baik dan memberikan dampak positif bagi manusia sebagai pemakainya.
- c. Seluruh jenis pendapatan, baik berupa makanan, minuman, pakaian, perumahan, kendaraan dan lain-lain yang tidak dibenarkan agama harus ditolak atau diharamkan, termasuk jenis benda dan cara memperolehnya.
- d. Menghindarkan diri dari *mubazir* (pemborosan), karena perbuatan tersebut tergolong sebagai perbuatan setan.
- e. *Last but not least* adalah syukur sebagai kebutuhan spiritual juga harus dilakukan sebagai bukti terimakasih terhadap Pemberi nikmat, Allah Swt, sekaligus menjadikan ketahanan ruhani yang kuat dan kokoh untuk menatap berbagai problem kehidupan.<sup>101</sup>

Berdasarkan pendapat di atas, prinsip utama dalam memenuhi pemenuhan kebutuhankeluarga adalah prinsip kehalalan, dan manfaat yang diperoleh dari barang atau jasa yang dibutuhkan. Prinsip kehalalan tersebut

---

<sup>101</sup>Thohir Luth, *Antara Perut dan Etos Kerja dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2009).h. 18

bukan hanya halal dari segi zatnya benda saja, tetapi juga meliptui halal dalam proses atau cara memperolehnya.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis dan sifat Penelitian

##### 1. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu: “penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan statistik atau cara kuantifikasi lainnya.”<sup>1</sup> “Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya”<sup>2</sup>

Lokasi penelitian adalah Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah, dengan objek penelitian adalah dampak perubahan ekonomi terhadap sikap dan perilaku keluarga buruh migran.

##### 2. Sifat Penelitian

Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, yaitu “mengadakan deskripsi untuk memberi gambaran yang lebih jelas tentang situasi sosial.”<sup>3</sup> Berdasarkan sifat penelitian tersebut, maka penelitian ini berupaya mendeskripsikan secara sistematis dan faktual dampak perubahan ekonomi terhadap sikap dan perilaku keluarga buruh migran didasarkan pada data yang terkumpul selama penelitian dan dituangkan dalam bentuk laporan atau uraian.

---

<sup>1</sup>Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet-1. h. 6

<sup>2</sup>Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 49

<sup>3</sup>S. Nasution, *Metode Research*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 24

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang ingin mencaai ban secara mendasar tentang sebab akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya atau munculnya suatu fenomena tertentu.<sup>4</sup> Penelitian ini berupaya mendeskripsikan dan menganalisis dampak perubahan ekonomi terhadap sikap dan perilaku keluarga buruh migran.

## **B. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder dengan uraian sebagai berikut:

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

Sumber data primer adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>5</sup> Penentuan informan sebagai sumber primer, menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu: “teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan.”<sup>6</sup>

Berdasarkan teknik di atas, peneliti memilih mantan pekerja migran Indonesia dan anggota keluarga pekerja migran, di Kecamatan Anak Ratu Aji. Data yang dicari dari sumber primer adalah data yang berkaitan dengan dampak peningkatan status sosial ekonomi pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen.

---

<sup>4</sup>Mohammad Nazir, *Metode Penelitian.*, h. 58

<sup>5</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 62

<sup>6</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif.*, h. 55

## 2. Sumber Data Sekunder

Sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.<sup>7</sup> Sumber sekunder yang berasal dari dokumen dan literatur adalah buku-buku yang membahas tentang tenaga kerja wanita, sikap dan perilaku, seperti buku karya Keppi Sukesu, etl, *Migrasi Perempuan, Remitansi dan Perubahan Sosial Ekonomi Pean*, buku karya Ana Sabhana Azmy, *Negara dan Buruh Migran Perempuan*, buku karya Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi*, buku karya Sulistyowati Irianto, etl, *Akses Keadilan dan Migrasi Global*, buku karya Sarlito Wirawan Sarwono, dan buku-buku lain yang relevan dengan penelitian ini.

## C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Wawancara (*Interiew*)

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu data tertentu.<sup>8</sup> Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview*. Pelaksanaannya lebih bebas apabila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuannya adalah

---

<sup>7</sup>*Ibid.*, h. 62

<sup>8</sup>Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2014), h. 207

menemukan permasalahan secara lebih terbuka. Dalam melakukan wawancara, peneliti perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat yang dikemukakan responden.<sup>9</sup>

Wawancara ditunjukkan kepada mantan pekerja migran, anggota keluarga pekerja migran, di Kecamatan Anak Ratu Aji. Data yang dicari dari wawancara tersebut adalah data yang berkaitan dengan dampak peningkatan status sosial ekonomi pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen.

## 2. Observasi

Metode observasi adalah pemilihan, pengubahan, pencatatan dan pengkodean serangkaian perilaku dan suasana yang berkenaan dengan organisme sesuai dengan tujuan-tujuan empiris.<sup>10</sup> Obyek penelitian yang diobservasi dalam penelitian kualitatif dinamakan situasi sosial yang terdiri atas tiga komponen, yaitu *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas).<sup>11</sup> Berdasarkan pendapat di atas, objek yang diobservasi dalam penelitian ini adalah sikap dan perilaku buruh migran serta anggota keluarga buruh migran di Kecamatan Anak Ratu Aji.

---

<sup>9</sup>*Ibid.*, h. 208

<sup>10</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian.*, h. 64.

<sup>11</sup>*Ibid.*, h.68.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, legger, agenda dan sebagainya.<sup>12</sup>

Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mencari data dokumen profil Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah, keadaan penduduk dan jumlah buruh migran di tersebut.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Analisa data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, dampakisasi, penafsiran dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.<sup>13</sup> Dikarenakan data dalam penelitian ini termasuk jenis data kualitatif, maka analisa terhadap data tersebut tidak harus menunggu sampai selesainya pengumpulan data.

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles and Huberman sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, Aktivitas dalam analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisa data, yaitu *data reduction*, *data display* dan *conclusion/verivication*.<sup>14</sup>

Setelah data terkumpul, dipilih dan disajikan, maka langkah selanjutnya adalah menarik kesimpulan dengan menggunakan metode induktif, yaitu analisis yang dilakukan berdasarkan fakta-fakta khusus pada suatu lokasi

---

<sup>12</sup>*Ibid*, h. 274

<sup>13</sup>*Ibid*, h. 191

<sup>14</sup>*Ibid.*, h. 91

tertentu untuk mendapat kesimpulan-kesimpulan, tentang obyek, orang, situasi, peristiwa, dan makna, di balik situasi dan peristiwa yang terjadi.<sup>15</sup> Alur analisis bersifat memaparkan fakta-fakta khusus tentang sikap dan perilaku keluarga buruh migran di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah yang kemudian diambil kesimpulan.

---

<sup>15</sup>I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, (Bandung: Nilacakra, 2018), h. 10

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Lokasi Penelitian

##### 1. Kondisi Geografis Kecamatan Kecamatan Ratu Aji

Kecamatan Ratu Aji secara definitif terbentuk sejak tahun 2005, berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Tengah Nomor 06 Tahun 2005 Tentang Pembentukan Kecamatan Anak Ratu Aji. Pembentukan kecamatan tersebut didasarkan pada pertimbangan meningkatnya jumlah penduduk, volume kegiatan pembangunan maka untuk memperpendek rentang kendali dan memperlancar pelaksanaan tugas dibidang pemerintahan dan pembangunan guna meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat dipandang perlu membentuk kecamatan baru dalam Wilayah Kabupaten Lampung Tengah sesuai dengan Kepmendagri Nomor 4 Tahun 2000 tentang Pedoman Pembentukan Kecamatan.<sup>129</sup>

Kecamatan Anak Ratu Aji terdiri dari 6 Desa yaitu: Desa Bandar Putih Tua, Gedung Ratu, Gedung Sari, Karang Jawa, Sri Mulyo, dan Sukajaya, dengan total luas wilayah 71,30 km<sup>2</sup>, dan jumlah penduduk 16.921 jiwa.<sup>130</sup> Kecamatan Anak Ratu di sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Lampung Utara, dan sebelah Selatan berbatasan dengan Kecamatan Padang Ratu.

---

<sup>129</sup>Peraturan Daerah Kabupaten Lampung Tengah Nomor 06 Tahun 2005 Tentang Pembentukan Kecamatan Anak Ratu Aji

<sup>130</sup>Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah, *Kecamatan Anak Ratu Aji Dalam Angka*, (Gunung Sugih: Badan Pusat Statistik Kabupaten Lampung Tengah, 2021), h. 3.

## 2. Keadaan Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji

Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji berjumlah 16.610 jiwa dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 2**  
Data Jumlah Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji  
Tahun 2022<sup>131</sup>

No	Jenis Kelamin	Jumlah
2	Laki-laki	8.408 Jiwa
3	Perempuan	8.202 Jiwa
4	Total	16.110 Jiwa

**Tabel 3**  
Data Jumlah Penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji  
Berdasarkan Desa Tahun 2022<sup>132</sup>

No	Desa	Jumlah
1	Gedung Sari	3.317 jiwa
2	Bandar Putih Tua	1.672 jiwa
3	Karang Jawa	3.742 jiwa
4	Suka Jaya	3.091 jiwa
5	Sri Mulyo	3.065 jiwa
6	Gedung Ratu	1.723 jiwa
	Jumlah	1.6610 jiwa

Berdasarkan tabel di atas, jumlah penduduk Kecamatan Anak Ratu Aji tahun 2022 sebanyak 16.610 jiwa dengan perincian laki-laki 8408 jiwa dan perempuan 8202 jiwa. Adapun dilihat dari desa maka Desa Karang Jawa memiliki jumlah penduduk terbanyak, yaitu: 3.742 jiwa.

---

<sup>131</sup>Data Dasar Wilayah Kecamatan Anak Ratu Aji 2022

<sup>132</sup>Data Dasar Wilayah Kecamatan Anak Ratu Aji 2022

### 3. Keadaan Pekerja Migran di Kecamatan Ratu Aji

Pekerja migran di Kecamatan Ratu Aji berasal dari berbagai desa yang ada di Kecamatan tersebut, dengan perincian sebagai berikut:

**Tabel 4**  
Data Pekerja Migran Kecamatan Anak Ratu Aji  
Berdasarkan Desa<sup>133</sup>

No	Desa	Jumlah
1	Gedung Sari	16 orang
2	Bandar Putih Tua	8 orang
3	Karang Jawa	27 orang
4	Suka Jaya	22 orang
5	Sri Mulyo	18 orang
6	Gedung Ratu	12 orang
	Jumlah	103 orang

Berdasarkan tabel di atas, jumlah pekerja migran luar negeri di Kecamatan Anak Ratu Aji sebanyak 103 orang atau 16,1% dari keseluruhan penduduk.

**Tabel 5**  
Data Negara Tujuan Pekerja Migran  
Kecamatan Anak Ratu Aji<sup>134</sup>

No	Negara Tujuan	Jumlah
1	Malaysia	19 orang
2	Singapura	20 orang
3	Hongkong	35 orang
4	Taiwan	29 orang
	Jumlah	103 orang

---

<sup>133</sup>Data Pekerja Migran Wilayah Kecamatan Anak Ratu Aji

<sup>134</sup>Data Pekerja Migran Wilayah Kecamatan Anak Ratu Aji

## **B. Dampak Peningkatan Status Sosial Ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) Terhadap Perilaku Konsumen**

Peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) memiliki dampak terhadap perilaku pembelian PMI dan anggota keluarga. Melalui peningkatan pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan di luar negeri, PMI dan keluarganya menjadi memiliki daya beli yang lebih besar. Hal ini berdampak pada perubahan pola konsumsi dan alokasi penggunaan pendapatan. PMI dan keluarga memiliki akses yang lebih baik terhadap produk-produk berkualitas, barang-barang mewah, atau layanan tambahan yang meningkatkan kualitas hidup mereka.

Selain itu, peningkatan pendapatan PMI juga dapat mendorong mereka untuk berinvestasi dalam aset produktif atau memulai usaha sendiri, yang pada gilirannya dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi lokal dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat. Dengan demikian, peningkatan status sosial ekonomi PMI berkontribusi pada perubahan perilaku konsumen yang lebih mapan dan berkembang, membuka peluang untuk peningkatan ekonomi yang lebih luas di masyarakat.

Sumber ekonomi keluarga pekerja migran berasal dari pendapatan yang dihasilkan dari bekerja di luar negeri yang dikirimkan kepada anggota keluarga di daerah asal. Pendapatan yang diperoleh dari hasil bekerja di luar negeri berdampak pada status sosial ekonomi keluarga. Pemaparan tentang dampak peningkatan status sosial ekonomi keluarga pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen merupakan temuan hasil penelitian di lapangan yang

diperoleh dari hasil wawancara dengan mantan pekerja migran, anggota keluarga, perangkat desa dan tokoh masyarakat. Uraian tentang hasil wawancara dijelaskan berdasarkan pokok-pokok wawancara sebagai berikut:

Peningkatan status sosial ekonomi pekerja migran berasal dari pendapatan sebagai gaji yang diperolehnya selama bekerja di luar negeri, baik gaji pokok bonus dan pendapatan tambahan lainnya. Pendapatan pekerja migran adalah hasil kerja keras di luar negeri berupa uang yang kemudian dikirimkan kepada keluarga di daerah asal. Biasanya pekerja migran mengirimkan remitan yang diperoleh dengan cara dikirim melalui transfer di bank ataupun dibawa ketika mereka pulang cuti ke kampung halaman.

Hlm mantan buruh migran yang bekerja di Hongkong mengatakan selama bekerja di Hongkong Rk hampir setiap bulan mengirim uang ke rumah untuk biaya sekolah anak dan kebutuhan sehari-hari. Besarnya kiriman antara Rp.2.000.000,00- hingga Rp. 3.000.000,00- Namun jika ada kebutuhan khusus maka besarnya kiriman bisa bertambah.<sup>135</sup>

Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), mengatakan bahwa gaji yang diperoleh setiap bulannya sekitar Rp. 8.000.000,00-. Selama bekerja di luar negeri Ika dua atau tiga bulan sekali mengirim uang ke rumah, sesuai dengan kebutuhan keluarga. Namun jika ada kebutuhan maka jumlahnya bisa lebih besar, seperti DP pembelian rumah, Ika mengirim uang sebesar Rp. 50.000.000,00- untuk pembelian rumah seharga Rp. 150.000.000,00-<sup>136</sup>

---

<sup>135</sup>Wawancara dengan Hlm (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

<sup>136</sup>Wawancara dengan Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

Rk salah satu PMI yang bekerja di Singapura juga mengatakan bahwa selama bekerja di Singapura Rk hampir setiap bulan mengirim uang ke rumah untuk biaya sekolah anak dan kebutuhan sehari-hari.<sup>137</sup> Demikian pula menurut Als anak dari Rk ketika ibunya bekerja di Hongkong sering mengirim uang ke rumah.<sup>138</sup> Menurut Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong rata-rata remiten ke rumah sebesar Rp. 1.500.000,00-s.d Rp.4000.000,00-. Sedangkan apabila ada kebutuhan khusus seperti untuk pembelian tanah Dn mengirim uang sebesar Rp. 50.000.000,00-.<sup>139</sup>

Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), menunjukkan bahwa kiriman remiten ke rumah dilakukan sesuai kebutuhan. Walaupun tidak setiap bulan namun remiten menjadi salah satu pemasukan utama bagi keluarga, karena pendapatan suami tidak menentu. Jika tidak ada kebutuhan besar maka besaran kiriman sekitar Rp. 1.500.000,00- sampai dengan Rp. 2.000.000,00-<sup>140</sup>

Tabel 6.  
Besaran Remiten Pekerja Migran Indonesia kepada Keluarga<sup>141</sup>

No	Negara	Rata-rata remitan yang dikirim pada keluarga (Rp)	
		1 s/d 3 bulan	Tidak tentu
1	Singapura	1.500.000,00- 3.000.000,00-	4.000.000,00- s.d 30.000.000,00-
2	Hongkong	1.500.000,00-s.d .4000.000,00-	5.000.000,00 s.d 50.000.000,00-

<sup>137</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Singapura), tanggal 10 Desember 2022

<sup>138</sup>Wawancara dengan als (anak dari mantan PMI Hongkong) tanggal 12 Desember 2022

<sup>139</sup>Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

<sup>140</sup>Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

<sup>141</sup>Diolah dari hasil Wawancara dengan informan

3 Taiwan 1.500.000,00- 3.500.000,00- 3.000.000,00- s.d 50.000.000,00-

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata remitan yang dikirim pekerja migran berbeda setiap negara tujuan. Remitan yang dikirim oleh pekerja migran yang bekerja di Hongkong sebesar 1.500.000,00-s.d .4000.000,00- untuk satu sampai dengan 3 bulan,dan tidak: tentu mencapai Rp 5.000.000,00- s.d 50.000.000,00-. Remitan yang dikirim pekerja migran yang bekerja di Singapura adalah Rp 1.5000.000,00- 3.000.000,00- setiap satu sampai dengan tiga bulan hingga tidak tentu sebesar 4.000.000,00- s.d 30.000.000,00-. Begitu pula dengan pekerja migranyang bekerja di Taiwan, remitan yang dikirim sebesar Rp 1.5000.000,00- 3.500.000,00- untuk satu sampai dengan tiga bulan hingga tidak tentu Rp 5.000.000,00- s.d 50.000.000,00-. Remitan yang dikirim oleh pekerja migran biasanya disesuaikan dengan kebutuhan keluarga dan tujuan penggunaan. Tujuan penggunaan yang dimaksud seperti biaya pendidikan, biaya pengobatan keluarga yang sakit, membangun rumah, membeli tanah dan membuka usaha.

Pendapatan PMI (Pekerja Migran Indonesia) di luar negeri memiliki keterkaitan yang signifikan dengan peningkatan status sosial ekonomi di masyarakat dari aspek ekonomi. Status sosial ekonomi adalah kedudukan atau posisi seseorang yang ditentukan oleh jenis aktifitas ekonomi, pendapatan, dan pekerjaan.<sup>142</sup> Status sosial mengacu pada keadaan suatu unit sosial, sekurang-kurangnya terdiri dari suami, istri, dan anak-anak, yang secara sosial diatur

---

<sup>142</sup>Farida, F., et al, Hubungan Status Sosial Ekonomi Dan Subjective Well Being Pada Ibu Penderita Skizofrenia. *Jurnal Sains Psikologi*, 7(1), (2018). 107. <https://doi.org/10.17977/um023v7i12018p107-109>

dalam posisi tertentu dalam struktur sosial yang menentukan hak-hak seseorang dan tanggung jawab dalam masyarakat.<sup>143</sup>

PMI yang bekerja di luar negeri, mendapatkan upah yang lebih tinggi dibandingkan dengan pekerjaan di dalam negeri. Pendapatan yang lebih tinggi ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan ekonomi keluarga PMI dan mempengaruhi status sosial mereka di masyarakat. Dengan pendapatan yang lebih tinggi, PMI dapat meningkatkan daya beli mereka, memenuhi kebutuhan dasar, serta memperbaiki kualitas hidup mereka dan keluarga di Indonesia.

Keluarga PMI memiliki kemampuan untuk mengakses pendidikan yang lebih baik, perumahan yang lebih layak, layanan kesehatan yang lebih baik, dan meningkatkan taraf hidup secara keseluruhan. Hal ini secara langsung dapat mempengaruhi kelas sosial mereka dan memberikan kesempatan untuk meningkatkan status sosial mereka dalam masyarakat.

Kelas sosial di dalam masyarakat nampak dalam bentuk piramida terbalik, yaitu kelas-kelas yang tinggi berada pada posisi atas piramida, kelas menengah ada diantara kedua tingkat kelas ekstrem dan masyarakat.<sup>144</sup> Indikator status sosial antara lain pekerjaan dan pendidikan; sedangkan indikator status ekonomi antara lain pendapatan, pengeluaran, pemilikan dan penguasaan tanah, ataupun pemilikan barang-barang berharga.<sup>145</sup>

---

<sup>143</sup>Nurwati, dan Listari, Z. P. Pengaruh Status Sosial Ekonomi Keluarga Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Pendidikan Anak. *Share : Social Work Journal*, 11(1), 74. (2021). <https://doi.org/10.24198/share.v11i1.33642>

<sup>144</sup>Yulianthi, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Yogyakarta: Deepublish, 2015), h. 80

<sup>145</sup>Elly Malihah Setiadi, *Pengantar Sosiologi Politik*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 155

Tingkat sosial ekonomi merupakan pengelompokan berdasarkan kesejahteraan seseorang dilihat dari pendapatan, tempat tinggal, dan harta kepemilikan.<sup>146</sup> Status sosial masyarakat secara kuantitatif terlihat dari pendapatan yang layak untuk memenuhi kebutuhan hidup dan mengembangkan diri secara wajar dan secara kualitatif dapat menikmati kehidupan yang nyaman secara fisik dan spiritual. Bagi masyarakat daerah gambaran tersebut tentu sangat kontekstual dengan keadaan daerah yang bersangkutan.

Faktor terpenting dalam pengelompokan tingkat sosial ekonomi adalah faktor besar pendapatan keluarga atau seseorang.<sup>147</sup> Besarnya penghasilan (pendapatan) menggambarkan ekonomi keluarga dalam masyarakat.<sup>148</sup> PMI memperoleh pendapatan dari gaji yang diperolehnya selama bekerja di luar negeri, baik gaji pokok, bonus dan pendapatan tambahan lainnya.

Motif ekonomi menjadi alasan utama terjadinya migrasi PMI. Motif ini sebagai pertimbangan ekonomi yang rasional, di mana migrasi memenuhi harapan, akan lapangan kerja dan memperoleh pendapatan yang tinggi dari pendapatan di daerah asal. Umumnya keputusan ini dibuat untuk orang-orang yang berada di bawah tekanan, seperti kesempatan kerja yang terbatas, infrastruktur yang terbatas, tingkat pendidikan, keterbatasan teknologi dan komunikasi, strategi pembangunan yang merugikan pemerintah.<sup>149</sup>

---

<sup>146</sup>Arief Rakhman Kurniawan, *Dasar-dasar Marketing*, (Yogyakarta : Anak Hebat Indonesia, 2018), h. 98

<sup>147</sup> Titik Wijayanti, *Marketing Plan dalam Bisnis*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012), h. 28

<sup>148</sup>Ridwan, *Tingkat Pendapatan,...*, h. 13.

<sup>149</sup>Primawati, A. Faktor Ekonomi Sebagai Alasan Migrasi Internasional ke Malaysia. *Jurnal Insani*, (11), (2011). 73–82.

Temuan di lapangan menunjukkan rata-rata remitan yang dikirim pekerja migran berbeda setiap negara tujuan. Remitan yang dikirim oleh pekerja migran yang bekerja di Hongkong sebesar 1.500.000,00-s.d .4000.000,00- untuk satu sampai dengan 3 bulan, dan tidak: tentu mencapai Rp 5.000.000,00- s.d 50.000.000,00-. Remitan yang dikirim pekerja migran yang bekerja di Singapura adalah Rp 1.5000.000,00- 3.000.000,00- setiap satu sampai dengan tiga bulan hingga tidak tentu sebesar 4.000.000,- s.d 30.000.000,00-. Begitu pula dengan pekerja migran yang bekerja di Taiwan, remitan yang dikirim sebesar Rp 1.5000.000,00- 3.500.000,00- untuk satu sampai dengan tiga bulan hingga tidak tentu Rp 5.000.000,00- s.d 50.000.000,00-. Remitan yang dikirim oleh pekerja migran biasanya disesuaikan dengan kebutuhan keluarga dan tujuan penggunaan.

Pendapatan yang bersumber dari remiten merupakan faktor terpenting dalam melihat peningkatan status sosial ekonomi keluarga pekerja migran. Remiten termasuk kategori pendapatan reguler yang diterima oleh PMI sebagai balas jasa atas kerjanya. Adapun pengiriman remiten kepada keluarga di rumah merupakan transfer pendapatan yang dapat berpengaruh terhadap perubahan keuangan rumah tangga.

Pemanfaatan remitan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan buruh keluarga buruh migran, kesadaran memperbaiki tingkat

pendidikan, penyerapan tenaga kerja baru, kesadaran akses informasi dan komunikasi, dan perubahan sosial (misalnya: gaya hidup dan gengsi).<sup>150</sup>

Hasil remiten dapat memenuhi kebutuhan keluarga dan bahkan mampu mengakumulasi asset untuk dijadikan modal bahkan ke arah perubahan struktur agraria lokal. Perubahan kesejahteraan masyarakat menjadi makin baik yang pada akhirnya menyebabkan mobilitas sosial vertikal naik.<sup>151</sup>

Dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia pada umumnya, faktor ekonomi merupakan ukuran status sosial yang paling penting. Orang yang relatif kaya akan memiliki gaya hidup dan kebiasaan yang berbeda dari orang yang tingkat keuangannya di bawah tingkat ini.<sup>152</sup>Peningkatan kesejahteraan yang didorong oleh peningkatan pendapatan merupakan unsur penting dalam peningkatan status sosial yang didasarkan pada aktifitas ekonomi keluarga PMI yang dapat mendorong timbulnya gaya hidup baru.

Peningkatan pendapatan melalui remiten dapat mengubah stratifikasi sosial keluarga PMI berdasarkan kriteria ekonomi. Stratifikasi tersebut membedakan warga masyarakat menurut penguasaan dan pemilikan materi. Pendapatan, kekayaan, dan pekerjaan akan membagi anggota masyarakat ke dalam berbagai lapisan atau kelas-kelas sosial dalam masyarakat.

---

<sup>150</sup>M. Annas, Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal (Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Pendidikan, Komunikasi, Dan Pemikiran Hukum Islam*, VI(1), (2014). 44–62.

<sup>151</sup>M Sihaloho, et al, Perubahan Struktur Agraria, Kemiskinan, Dan Gerak Penduduk: Sebuah Tinjauan Historis. *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 4(1). (2016). <https://doi.org/10.22500/sodality.v4i1.14406>

<sup>152</sup> Melis, M. Keterlekatan Ekonomi Terhadap Kehidupan Sosial. *Salam: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-i*, 5(1), (2018) 65–76. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v5i1.7908>

Menurut Max Weber, stratifikasi sosial berdasarkan kriteria ekonomi membagi masyarakat ke dalam kelas yang didasarkan pada kepemilikan tanah dan benda-benda. Kelas-kelas tersebut adalah kelas atas (*upper class*), kelas menengah (*middle class*), dan kelas bawah (*lower class*). Stratifikasi sosial berdasarkan kriteria ekonomi ini bersifat terbuka. Artinya, memungkinkan seseorang yang berada pada kelas bawah untuk naik ke kelas atas, dan sebaliknya memungkinkan seseorang yang berada pada kelas atas untuk turun ke kelas yang lebih rendah.<sup>153</sup>

Migrasi pekerja migran didorong oleh semangat memperoleh taraf hidup yang lebih baik. Kajian *livelyhood strategies* menunjukkan, salah satu alasan buruh migran bermigrasi adalah upaya untuk bertahan karena ketidakmampuan kepala keluarga berperan sebagai pencari nafkah.<sup>154</sup> Selain sebagai upaya ekonomis, usaha buruh migran untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga juga dilakukan sebagai jalan untuk memperoleh nilai egaliterianisme dalam keluarga maupun dalam struktur sosial yang lebih besar, yaitu masyarakat. Dengan adanya pendapatan setiap bulan PMI berhasil memenuhi kebutuhan keluarga daerah asal melalui remiten yang dialokasikan untuk kebutuhan konsumtif dan non konsumtif.

---

<sup>153</sup>Ciek Julyati Hisyam, *Sistem Sosial Budaya Indonesia*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), h. 165.

<sup>154</sup>Putri Asih Sulistiyo, "Dampak Remitan Ekonomi terhadap Posisi Sosial Buruh Migran Perempuan dalam Rumah Tangga", *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 06, No. 03, h. 253.

## 1. Dampak terhadap Pemenuhan Kebutuhan Pokok, Pendidikan dan Kesehatan

Rk mantan buruh migran yang bekerja di Hongkong mengatakan uang kiriman dipergunakan untuk berbagai kebutuhan, terutama untuk mencukupi kebutuhan pokok sehari dan biaya pendidikan anak. Hal ini karena jika mengandalkan pemasukan dari keluarga di rumah masih belum mencukupi. Untuk setiap pengiriman dimusyawarahkan penggunaannya berdasarkan prioritas kebutuhan.<sup>155</sup>

Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), mengatakan penggunaan remiten lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, dan membantu biaya pendidikan adiknya yang masih sekolah. Dalam setiap pengiriman remiten biasanya sudah ada target yang akan dibelanjakan, terutama jika berkaitan dengan penggunaan dana yang besar.<sup>156</sup>

Rk salah satu PMI yang bekerja di Singapura juga mengatakan bahwa uang kiriman ke rumah digunakan untuk biaya sekolah anak dan kebutuhan sehari-hari.<sup>157</sup> Menurut Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong penggunaan remiten ditujukan untuk biaya konsumsi sehari-hari dan pendidikan anak.<sup>158</sup>

Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), menunjukkan bahwa kiriman remiten ke rumah selain untuk kebutuhan

---

<sup>155</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

<sup>156</sup>Wawancara dengan Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

<sup>157</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Singapura), tanggal 10 Desember 2022

<sup>158</sup> Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

sehari-hari juga untuk biaya pendidikan anak, pembayaran BPJS dan pengobatan anggota keluarga.<sup>159</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, PMI dan keluarga menggunakan uang kiriman remiten untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Selain itu, mereka juga mengalokasikan sebagian dana tersebut untuk biaya pendidikan anak-anak mereka. Beberapa di antara mereka juga menggunakan kiriman remiten untuk membantu biaya kesehatan dan pengobatan anggota keluarga. Pentingnya penggunaan remiten dengan bijak dan berdasarkan prioritas kebutuhan tercermin dalam pengaturan penggunaan dana yang melibatkan musyawarah dan penetapan target pengeluaran..

Aspek ekonomi yang terlihat dari peningkatan status sosial ekonomi keluarga pekerja migran Indonesia di Kecamatan Anak Ratu Aji adalah kemampuan PMI dan anggota keluarga dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, biaya pendidikan dan kesehatan. Dengan adanya pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan di luar negeri, keluarga pekerja migran dapat memiliki kemampuan finansial yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari mereka. Mereka dapat membeli makanan, sandang, dan papan dengan lebih baik, serta memperbaiki standar hidup keluarga secara keseluruhan.

---

<sup>159</sup>Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

Pemenuhan kebutuhan pokok keluarga menjadi target utama jangka pendek dalam pengelolaan remiten PMI. Ekonomi keluarga merupakan keseluruhan kebutuhan ekonomi keluarga, yang terdiri dari kebutuhan ekonomi sehari-hari, pangan, kebutuhan pendidikan dan kesehatan.<sup>160</sup>

Pendapatan yang diperoleh oleh PMI dari pekerjaan di luar negeri digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, dan kebutuhan dasar lainnya. Peningkatan kelas sosial keluarga PMI dapat tercapai melalui pemenuhan kebutuhan pokok ini, karena mereka dapat mengalokasikan pendapatan tersebut untuk memastikan keluarga mereka memiliki kehidupan yang layak. Dalam jangka pendek, fokus utama adalah memberikan stabilitas dan keamanan finansial bagi keluarga PMI dengan memastikan bahwa kebutuhan dasar mereka terpenuhi melalui pengelolaan remitan yang efektif.

Pendapatan yang diperoleh PMI juga digunakan untuk membiayai pendidikan anggota keluarga. PMI dan keluarganya dapat mengakses pendidikan yang lebih baik, termasuk biaya sekolah, buku, dan perlengkapan pendidikan lainnya. Hal ini memberikan kesempatan bagi anggota keluarga untuk meningkatkan kualifikasi pendidikan mereka dan potensi kesuksesan di masa depan.

Pemanfaatan remitan berdampak pada pertumbuhan ekonomi, peningkatan pendapatan buruh keluarga buruh migran, kesadaran

---

<sup>160</sup>Emilda Sulasmi, *Perempuan dalam Dinamika Sosial Modern*, (Yogyakarta: UMSU Press, 2021), h. 7

memperbaiki tingkat pendidikan, penyerapan tenaga kerja baru, kesadaran akses informasi dan komunikasi. Dan transformasi/perubahan sosial.<sup>161</sup> Melalui pendapatan yang diperoleh dari pekerjaan di luar negeri, PMI dapat mengalokasikan sebagian pendapatan mereka untuk biaya pendidikan anak-anak dan anggota keluarga lainnya. Hal ini membuka peluang bagi mereka untuk mengakses pendidikan yang lebih baik, seperti pendidikan formal yang berkualitas, pelatihan vokasional, atau pendidikan tinggi.

Meningkatnya kesadaran akan pentingnya pendidikan mendorong keluarga PMI mengutamakan pendidikan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kualitas hidup mereka dan meraih kelas sosial yang lebih baik. Dengan demikian, pemanfaatan remitan secara positif memengaruhi kesadaran dan komitmen dalam memperbaiki tingkat pendidikan, membuka peluang untuk generasi mendatang dalam mencapai kemajuan sosial dan ekonomi yang lebih baik.

## 2. Dampak terhadap Pengembangan Usaha dan Pertanian

Sebagian remitan yang diterima oleh keluarga migran dapat digunakan untuk investasi, baik berupa pemukiman maupun investasi produktif seperti lahan pertanian dan modal usaha.

Rk mantan PMI yang pernah bekerja di Hongkong selama 6 tahun, mengatakan selain dari gaji pokok, Rk juga memperoleh bonus dari majikan. Pendapatan yang diperoleh digunakan untuk membangun rumah, dan

---

<sup>161</sup>M. Annas, Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal (Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi). *Jurnal Pendidikan, Komunikasi, Dan Pemikiran Hukum Islam*, VI(1), (2014). 44–62.

membeli sawah. Sawah yang dibelinya dibayar 2 kali angsuran. Menurut Rk memilih membeli sawah, karena harganya akan naik ketika dijual kembali.<sup>162</sup>

Dampak lain dari perubahan ekonomi PMI juga terlihat dari usaha non pertanian. PMI mengirimkan uang untuk membuka usaha keluarga di rumah. Khf mantan PMI yang pernah bekerja di Taiwan mengatakan ketika pulang pertama dulu membuka warung sembako di Pasar Karang Jawa yang dikelola suami dan anaknya. Tujuannya agar ada penghasilan tambahan bagi keluarga di rumah selain kiriman dari luar negeri.<sup>163</sup>

Infomasi yang sama dikatakan oleh Dn (mantan PMI di Hongkong) yang mengatakan penghasilan dari bekerja sebagai PMI digunakan untuk modal usaha bersama dengan saudaranya membeli mobil yang digunakan untuk menunjang usaha gorden, photo shooting melayani acara pernikahan, dan khitanan.<sup>164</sup>

Berdasarkan hasil wawancara di atas, PMI memanfaatkan pendapatan yang mereka peroleh dari bekerja di luar negeri untuk melakukan investasi dan membuka usaha di tanah air. Beberapa di antara mereka memilih untuk membeli aset seperti rumah, sawah, atau mobil sebagai bentuk investasi jangka panjang yang diharapkan dapat memberikan keuntungan di masa depan. Selain itu, PMI juga membuka usaha non pertanian, seperti warung

---

<sup>162</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

<sup>163</sup>Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

<sup>164</sup> Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

sembako, usaha gorden, dan jasa fotografi, sebagai sumber penghasilan tambahan bagi keluarga di rumah.

Kepemilikan lahan pertanian menjadi opsi yang baik bagi para pekerja migran untuk digarap atau dimanfaatkan oleh keluarga untuk usaha tani. Kepemilikan lahan pertanian menjadi identik di masyarakat pedesaan. Pengalokasian dana untuk lahan pertanian dan membuka usaha menunjukkan kesadaran PMI dan keluarganya tentang pentingnya investasi di masa depan. Penghasilan seama bekerja menjadi PMI lama kelamaan akan habis untuk kebutuhan konsumtif sehari-hari, sehingga diperlukan adanya penghasilan lain setelah tidak menjadi PMI.

Perilaku konsumen keluarga pekerja migran Indonesia dapat dipahami dari paradigma perilaku sosial yang memusatkan perhatian pada persoalan tingkah laku dan pengulangan tingkah laku. Dalam paradigma ini, perilaku manusia dalam interaksi sosial dilihat sebagai respons atau tanggapan (reaksi mekanis yang berstifat otomatis) dari sejumlah stimulus atau rangsangan yang muncul dalam interaksi tersebut.<sup>165</sup> Pendapatan yang diperoleh memberi stimulus sosialisasi di masyarakat yang menunjukkan keberhasilannya dari hasil bekerja di luar negeri. Selain itu memunculkan kesadaran usaha dan etos kerja baru baru yang ditandai dengan semangat berwirausaha dengan mengalokasikan hasil pendapatan untuk membuka usaha.

---

<sup>165</sup>I.B. Wirawan, *Teori-teori Sosial dalam Tiga Paradigma: Fakta Sosial, Definisi Sosial, dan Perilaku Sosial*, (Jakarta: Kencana, 2015), h. 169

Temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa PMI memikirkan masa depan karena tidak selamanya mereka akan terus bekerja di luar negeri. Dampak ekonomi juga akan terasa bagi seluruh anggota dengan membuka usaha non pertanian. Hal ini karena apabila mendapat keuntungan anggota keluarga ikut merasakan manfaatnya, kondisi tersebut mengilustrasikan kegunaan migrasi yang dapat memutus rantai kemiskinan, terutama kemiskinan struktural.

### 3. Dampak terhadap Renovasi Rumah, Pembelian Kendaraan, Perhiasan dan Perabotan Rumah Tangga

Dampak ekonomi lainnya dari remiten pekerja migran adalah kepemilikan usaha non pertanian, seperti renovasi rumah, pembelian kendaraan, perhiasan dan perabotan rumah tangga. Kepemilikan barang berharga merupakan salah satu dampak ekonomi bagi keluarga pekerja migran. Dengan memiliki barang berharga, maka akan menaikkan status sosialnya di masyarakat. Kepemilikan barang berharga dalam penelitian meliputi perhiasan, sepeda motor, mobil, ternak, dan barang elektronik (TV, mesin cuci, HP, tablet) dan sebagainya.

Dari hasil bekerja di Taiwan, Th dapat membeli tanah dan memperbaiki rumahnya. Th mengatakan sebelum berangkat ke Taiwan, kehidupan ekonominya serba kekurangan. Bahkan tidak dapat membeli perhiasan. Namun setelah bekerja di Taiwan ia dapat membeli perhiasan, dan handphone.<sup>166</sup>

---

<sup>166</sup>Wawancara dengan Th (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 25 Juni 2019

Als salah satu informan mengatakan uanga kiriman ibunya, digunakan untuk membeli handphone dan sepeda motor yang digunakannya untuk sekolah.<sup>167</sup>Ika salah satu PMI yang bekerja di Taiwan dari hasil bekerja di luar negeri tersebut dapat memberli rumah, handphone, perhiasan, elektronik dan kendaraan.<sup>168</sup>

Informasi yang sama juga dikatakan oleh Rk salah satu PMI yang bekerja di Hongkong dari hasil bekerja di luar negeri tersebut dapat memperbaiki rumah, membuka warung, membeli perhiasan, peralatan elektronik dan kendaraan. Selama bekerja di Hongkong Rk hampir setiap bulan mengirim uang ke rumah untuk biaya sekolah anak dan kebutuhan sehari-hari.<sup>169</sup>

Yn suami dari Th mengatakan dari hasil tabungan istrinya bekerja di Taiwan, sebagian digunakan untuk membeli tanah, merenovasi rumah, membeli sepeda motor dan perlengkapan rumah tangga. Menurut Yn renovasi rumah dilakukan agar kelihatan ada hasil kerja di luar negeri. Yn mengatakan setelah menjadi PMI istrinya menunjukkan keinginan mandiri, tetap bekerja dan punya penghasilan sendiri. Dalam membeli pakaian, dan perlengkapan rumah tangga, pilihannya sudah pada kualitas dan merk. Padahal dulu hanya asal dapat membeli saja.<sup>170</sup>

---

<sup>167</sup>Wawancara dengan Als anggota keluarga PMI tanggal 8 Desember 2022

<sup>168</sup>Wawancara dengan Ika (PMI yang masih bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

<sup>169</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

<sup>170</sup>Wawancara dengan Yn (suami dari PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 10 Desember 2022

Infomasi yang sama dikatakan oleh Dn (mantan PMI di Taiwan) yang mengatakan kiriman digunakan untuk memperbaiki rumah dan membeli kendaraan. Setelah tidak menjadi PMI, Dn membuka usaha *shooting photo* untuk acara pernikahan dan khitanan. Menurut Rst, dengan adanya modal usaha dan pengalaman bekerja di luar negeri, ia dapat berperan menjalankan usaha sendiri, dan membuka lapangan kerja bagi orang lain. Dn mengatakan dulu hanya memiliki televisi tabung 14 inch. Tetapi setelah bekerja di Hongkong uang hasil kiriman digunakan untuk membeli televisi LED 36 inch.<sup>171</sup>

Begitu pula dengan Khf mantan PMI di Taiwan yang mengatakan sebelum menjadi PMI, handphone yang digunakannya belum android, tetapi setelah bekerja di Taiwan membeli handphone Android. Khf juga mengatakan setelah pulang dari Taiwan ia ingin merubah citranya yang dulu hanya sebagai ibu rumah tangga biasa, menjadi wiraswasta yang memiliki penghasilan sendiri dan tidak bergantung pada pemberian suami. Keinginan tersebut diwujudkan dengan membuka warung sembako di Pasar Karang Jawa.<sup>172</sup>

Berdasarkan wawancara di atas, peningkatan status sosial ekonomi keluarga PMI terlihat dari perubahan kondisi rumah yang lebih baik dibandingkan sebelum berangkat menjadi pekerja migran. Perubahan

---

<sup>171</sup>Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

<sup>172</sup>Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

ekonomi juga terlihat dari kepemilikan lahan pertanian kendaraan, dan perlengkapan rumah tangga. Renovasi rumah merupakan prioritas dalam pengalokasian dana oleh keluarga PMI. Hal ini didorong oleh keinginan untuk menunjukkan keberhasilannya selama bekerja di luar negeri. Selain itu didorong oleh anggapan masyarakat yang mengukur keberhasilan PMI dari kondisi rumahnya, sehingga mempengaruhi PMI dalam mengalokasikan penghasilannya.

Wawancara di atas menunjukkan bahwa sebagian besar informan PMI atau keluarganya mengalokasikan pendapatan atau remitan pada renovasi rumah, pembelian kendaraan, perhiasan dan perabotan rumah tangga. Kepemilikan barang elektronik berupa TV dan HP menjadi suatu target keluarga PMI. Selain memudahkan komunikasi dalam beraktivitas, mempunyai TV dapat mengetahui informasi dunia luar. Pekerja migran juga memilih mengalokasikan pendapatan atau remitan untuk membeli kendaraan sepeda motor guna memudahkan dalam beraktivitas. Mereka yang memiliki mobil, sudah dianggap sangat sukses bekerja di luar negeri.

Perilaku individu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi akibat adanya rangsangan (stimulus), baik dari dalam dirinya (internal) maupun dari luar diri individu (eksternal). Pada hakekatnya perilaku individu mencakup perilaku yang tampak (*overt behavior*) dan atau perilaku yang tidak tampak (*innert behavior* atau *covert behavior*).<sup>173</sup>

---

<sup>173</sup>Sunaryo, *Psikologi untuk Keperawatan*, (Jakarta: Buku Kedokteran EGC, 2002), h. 2

Rumah merupakan simbol dari status seseorang, kondisi fisik rumah dapat menggambarkan kehidupan sosial ekonomi keluarga PMI. Kepemilikan lahan pertanian menjadi opsi yang baik bagi para perempuan PMI untuk digarap atau dimanfaatkan oleh keluarga untuk usaha tani. Kepemilikan lahan pertanian menjadi identik di masyarakat pedesaan.<sup>174</sup>

Bagi keluarga PMI kondisi rumah atau tempat tinggal dapat menaikkan status ekonomi keluarganya. Hal ini didukung ketika mereka memiliki tempat tinggal yang lebih layak huni dengan perabotan rumah yang baru, Selain itu status ekonomi semakin meningkat ketika uang kiriman dari PMI dapat digunakan untuk membeli rumah selain rumah yang sudah dimiliki.

Faktor Ekonomi dalam kehidupan bermasyarakat memegang peran penting dalam menentukan tingkat status sosial seseorang atau sekelompok orang di dalam lingkungannya. Pengelompokan tingkat sosial ekonomi ini berdasarkan tingkat sosial dan ekonomi yang dapat dicapai seseorang, ditentukan oleh banyak faktor kepemilikan. Faktor kepemilikan tersebut antara lain rumah, lokasi rumah, kepemilikan mobil, dan kepemilikan harta lainnya yang menunjang secara ekonomi. Faktor terpenting dan pengelompokan tingkat sosial ekonomi adalah faktor besar pendapatan keluarga atau seseorang.<sup>175</sup>

---

<sup>174</sup>Keppi Sukesu, etl, *Migrasi Perempuan, Remitansi dan Perubahan Sosial Ekonomi Pedesaan*, (Malang: UB Press, 2017),h. 234

<sup>175</sup>Titik Wijayanti, *Marketing Plan*,..., h. 28

PMI dan keluarga juga mengalokasikan remiten untuk membeli perhiasan. Perhiasan yang dimiliki dapat meningkatkan status ekonomi anggota keluarga PMI. Mereka yang mengalokasikan kiriman uang dari PMI untuk membeli perhiasan sebagai investasi keluarga. Kepemilikan perhiasan atau barang berharga perempuan PMI dipandang investasi yang dapat dijual kembali untuk kebutuhan hidup.

Temuan di lapangan juga menunjukkan bahwa bagi PMI lahan pertanian dipandang sebagai alokasi remitan yang penting karena harga tanah akan selalu naik. Apabila terjadi sesuatu yang mendesak, lahan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari harga sewaktu membeli. Lahan pertanian juga dapat digarap atau disewakan kepada orang, sehingga apabila telah panen menghasilkan pendapatan tambahan untuk kebutuhan keluarga.

Umumnya jenis lahan yang dimiliki para PMI adalah lahan tegal dan sawah. PMI yang memilih membeli lahan merupakan PMI yang bekerja lebih dari 6 tahun dari segi lama bekerja, uang gaji yang mereka peroleh banyak dan cukup untuk membeli lahan pertanian. Hal ini karena selama bekerja di luar negeri, PMI berhemat dan mendapat pendapatan tambahan dari uang lembur ataupun bonus dari majikan yang diperoleh.

PMI yang dulunya sebagai buruh tani atau tidak memiliki lahan, maka setelah bermigrasi ke luar negeri mereka mampu menjadi pemilik lahan. Dengan memiliki lahan pertanian maka akan menaikkan status sosialnya di masyarakat. Bahkan ada pula yang mampu mempekerjakan saudara dan masyarakat di lingkungannya. Lahan pertanian juga dipandang

sebagai alokasi remitan yang sangat penting karena harga tanali akan selalu naik. Apabila terjadi sesuatu yang mendesak, lahan dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dari harga sewaktu membeli. Sementara itu, Lahan pertanian mereka dapat digarap atau disewakan kepada orang sehingga apabila telah panen menghasilkan pendapatan tambahan untuk kebutuhan keluarga.

### **C. Dampak Peningkatan Status Sosial Pekerja Migran Indonesia Terhadap Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam**

Ekonomi Islam memandang bahwa perilaku konsumsi bukan hanya didasarkan pada pemenuhan kebutuhan fisik saja, tetapi juga memperhatikan kebutuhan spiritual. Terkait dengan hal tersebut, maka pekerja migran hendaknya juga menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung atau diinfaqkan, sehingga tidak habis untuk memenuhi kebutuhan fisik dan materi saja.

#### **1. Dampak terhadap Kegiatan Sosial dan Keagamaan**

Rk mantan buruh migran yang bekerja di Hongkong menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung, untuk mengantisipasi ada kebutuhan mendadak yang perlu dana besar, seperti untuk berobat atau kebutuhan sekolah anak. RK juga mengikuti arisan di Desa bersama dengan masyarakat lain pada umumnya.<sup>176</sup>

Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong mengatakan hasil remiten tidak seluruhnya dihabiskan untuk kebutuhan sehari-hari dan

---

<sup>176</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

pembelian konsumtif lainnya, tetapi juga untuk tabungan masa depan. Selain itu, Dn juga berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan keagamaan seperti sumbangan ke masjid, dan santunan anak yatim.<sup>177</sup>

Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), mengatakan ikut berpartisipasi dalam pembangunan masjid. Ika berpesan kepada salah satu anggota keluarganya untuk menyisihkan sebagian kirimannya ke masjid.<sup>178</sup> Demikian pula Khf (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), ikut berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan keagamaan di Desa, seperti rukun kematian, dan infaq untuk pembangunan pesantren di Desa<sup>179</sup>.

Memahami hasil wawancara di atas, dapat dikemukakan bahwa pada dasarnya alokasi penggunaan remiten pekerja pekerja migran atau keluarganya sudah disertai dengan kesadaran pentingnya menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung atau diinfaqkan. Praktik menabung yang dilakukan untuk mengantisipasi kebutuhan mendadak jangka panjang. Adapun infaq walaupun tidak rutin, tetapi dilakukan dengan berpartisipasi pada program yang diadakan, seperti memberi santunan untuk anak yatim, rukun kematian dan pembangunan masjid atau pesantren.

Perubahan taraf ekonomi PMI dan pengalaman selama hidup di luar negeri merupakan stimulus yang berpengaruh terhadap perilaku sosial PMI

---

<sup>177</sup> Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

<sup>178</sup> Wawancara dengan Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

<sup>179</sup> Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

di masyarakat. Dalam konteks sosial perilaku manusia berstifat situasional, dan kondisional, yang berarti perilaku manusia akan berbeda pada situasi dan kondisi yang berbeda. Perubahan kondisi ekonomi dan situasi sosial yang dirasakan oleh PMI ketika bekerja di luar negeri mendorong terbentuknya perilaku campuran dari faktor ekonomi dan sosial.

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, perilaku ekonomi tidak terlepas dari motivasi ibadah. Motivasi ibadah tersebut didasari oleh kesadaran bahwa semua anugerah dan kenikmatan dari segala sumberdaya yang diterima, merupakan ciptaan dan milik Allah secara mutlak dan akan kembali kepada-Nya. Perilaku ekonomi dan sosial dalam Islam tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan material dan sosial, tetapi bertujuan pula memenuhi kebutuhan spiritual. Oleh karena itu, perilaku yang hanya memenuhi kebutuhan materi tidak sejalan dengan ekonomi Islam, karena pemenuhan kebutuhan lebih didasarkan pada parameter fisik dan materi saja, dan kurang mempertimbangkan aspek spiritual.

Perilaku individual dimotivasi oleh pemuasan kepentingan atau hasrat diri (*self-interest*). Namun demikian, harmoni sosial dan ekonomi masyarakat akan mewujudkan jika pemuasan hasrat diri mengikuti syariat Islam. Dalam ekonomi Islam, syariat merepresentasi perilaku manusia sebagaimana adanya, sehingga jika seseorang bertindak sesuai al-Quran dan

sunnah Nabi Muhammad Saw, maka dia telah memositifkan syariat Islam sebagai perilaku ekonomi alami.<sup>180</sup>

Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modern. Pengertian mengenai konsumsi Islam yang tidak terbatas pada larangan-larangan tetapi lebih luas daripada itu. Islam memandang manusia seutuhnya tidak hanya sebatas makhluk ekonomi (*homo economicus*).<sup>181</sup>

Dalam konteks alokasi remiten oleh PMI dalam kegiatan sosial dan keagamaan, pernyataan di atas menggarisbawahi pentingnya pengurangan kelebihan keinginan materi dalam Islam. Dalam pola konsumsi Islam, penggunaan remiten tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan materi pribadi, tetapi juga untuk memberikan kontribusi dalam kegiatan sosial dan keagamaan.

PMI dapat mengalokasikan sebagian dari remiten mereka untuk membantu masyarakat yang membutuhkan, seperti memberikan bantuan kepada yatim piatu, fakir miskin, atau mendukung kegiatan keagamaan yang bermanfaat. Hal ini mencerminkan nilai-nilai solidaritas sosial dan komitmen terhadap pengembangan spiritual dalam Islam. Dengan

---

<sup>180</sup> Arif Hoetoro, *Ekonomi Mikro Islam: Pendekatan Integratif*, (Malang: UB Press, 2018), h. 32

<sup>181</sup> Soekarno Wibowo Dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 243

demikian, alokasi remiten dalam kegiatan sosial dan keagamaan merupakan implementasi prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam yang mengutamakan aspek spiritual dan berbagi dengan sesama.

## 2. Memperhatikan Prinsip *maslahat* dan Manfaat serta Menghindari Pembelian tak Terencana

Salah satu tantangan yang dihadapi PMI dan keluarga akibat peningkatan pendapatannya adalah kesempatan pembelian yang lebih luas. Pekerja migran berada di negara dengan banyak pilihan belanja dan promosi penjualan yang menggiurkan. Mereka dapat tergoda oleh berbagai penawaran diskon atau promosi yang mengarah pada pembelian tak terencana, dan kurang memperhatikan aspek manfaat. Demikian pula anggota keluarga menghadapi tantangan budaya konsumsi dan status sosial baru yang mengarah pada lingkungan yang berorientasi pada mempertahankan citra yang diinginkan dalam masyarakat.

Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) mengatakan dorongan pembelian tak terencana sering muncul saat masih bekerja di Hongkong, terutama karena faktor banyak pilihan belanja dan promosi penjualan yang menarik. Ia mengaku terkadang tergoda oleh berbagai penawaran diskon atau promosi yang mengarah pada pembelian tak terencana. Namun ia tetap membuat daftar prioritas untuk membedakan kebutuhan yang harus segera dipenuhi dari keinginan yang dapat ditunda

atau diabaikan. Fokuskan pengeluaran pada kebutuhan yang mendesak dan penting terlebih dahulu.<sup>182</sup>

Th (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), mengatakan sebagai pekerja migran seringkali merasakan kesepian dan rindu akan keluarga dan tanah air. Untuk mengatasi perasaan tersebut, ia kadang menggunakan belanja sebagai bentuk penghiburan atau mengadakan acara bersama PMI lain yang berujung pada pembelian tak terencana dan kurang memperhatikan aspek manfaatnya.<sup>183</sup>

Ika (PMI yang masih bekerja di Taiwan), menyadari pentingnya aspek maslahat dan manfaat dalam perilaku belanja, namun ia mengaku pengaruh teman atau rekan kerja saat menjadi PMI sering mendorong pembelian di luar prioritas dan kebutuhan. Selain itu PMI memiliki akses yang lebih luas ke teknologi dan media sosial yang memperlihatkan produk-produk baru, tren, atau ulasan tentang barang-barang tertentu. Hal ini dapat memicu keinginan untuk memiliki barang-barang tersebut dan memicu pembelian tak terencana.<sup>184</sup>

Rk mengatakan saat masih bekerja di Hongkong menyaksikan budaya belanja yang aktif dengan banyak penawaran diskon, penjualan, atau promosi khusus. Misalnya, diskon besar-besaran saat musim liburan, penjualan gudang, atau promosi. Saat musim liburan, banyak toko

---

<sup>182</sup> Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

<sup>183</sup> Wawancara dengan Th (mantan PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 25 Juni 2019

<sup>184</sup> Wawancara dengan Ika (PMI yang masih bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

menawarkan diskon besar-besaran untuk menarik konsumen. Banyak PMI yang tergoda untuk memanfaatkan penawaran ini dan melakukan pembelian atas dasar harga yang lebih murah, meskipun barang tersebut tidak benar-benar dibutuhkan.<sup>185</sup>

Tantangan pembelian tak terencana juga dihadapi oleh anggota keluarga PMI sebagai akibat dari remitan yang sudah mencukupi kebutuhan pokok. Keluarga buruh migran memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kiriman remiten yang diterima dari anggota keluarga yang bekerja di luar negeri. Yn salah satu anggota keluarga migran mengatakan remiten digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, membayar tagihan, atau membeli barang-barang tertentu. Namun, dalam beberapa kasus, Yn menggunakan dana tersebut untuk pembelian yang tidak sesuai dengan prioritas keuangan yang seharusnya.<sup>186</sup>

Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong mengatakan terkadang ada salah paham dalam penggunaan remiten. Dn mengakui dalam beberapa situasi, komunikasi dan keterlibatan antara dengan anggota keluarga di rumah terbatas. Ini menyebabkan ketidakpahaman tentang penggunaan yang seharusnya dari kiriman remiten yang diterima. Pada saat bekerja di Hongkong ia tidak memiliki kontrol penuh

---

<sup>185</sup> Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Hongkong), tanggal 8 Desember 2022

<sup>186</sup> Wawancara dengan Yn (suami dari PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 10 Desember 2022

atas cara penggunaan dana tersebut, sehingga pembelian tak terencana terjadi tanpa ia ketahui.<sup>187</sup>

Anggota keluarga yang menerima kiriman remiten merasa tekanan sosial untuk menunjukkan kesuksesan dan status ekonomi dengan melakukan pembelian-pembelian yang menunjukkan kiriman remiten. Als anggota keluarga PMI merasa perlu membeli barang-barang mewah, seperti gadget terbaru, pakaian merek ternama, atau kendaraan, sebagai cara untuk menunjukkan prestise dan keberhasilan keluarga PMI.<sup>188</sup>

Pernyataan di atas menggambarkan beberapa tantangan yang dihadapi oleh pekerja migran (PMI) terkait dengan penerapan prinsip *maslahat* dan manfaat serta menghindari pembelian tak terencana. Dorongan kuat untuk memanfaatkan berbagai penawaran diskon dan promosi, pengaruh lingkungan sosial, keinginan untuk memenuhi ekspektasi masyarakat, serta keterbatasan komunikasi dengan anggota keluarga di rumah dapat menyebabkan pembelian impulsif yang tidak selalu memperhatikan kebutuhan dan manfaat yang lebih utama.

Islam memberikan kesempatan luas bagi pemenuhan kebutuhan sesuai perkembangan ekonomi yang dinamis. Segala bentuk *muamalah* adalah diperbolehkan kecuali ada ketentuan lain yang menentukan

---

<sup>187</sup>Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

<sup>188</sup>Wawancara dengan Als anggota keluarga PMI tanggal 8 Desember 2022

sebaliknya. Prinsip ini berkaitan dengan kehalalan sesuatu yang dijadikan objek dalam kegiatan ekonomi.<sup>189</sup>

Ekonomi Islam berdiri di atas pilar akhlak yang menuntun dan membentuk para pelakunya berakhlâqul karimah dalam segala tindakan ekonominya.<sup>190</sup> Ekonomi Islam tidak menonjolkan standar kepuasan dari sebuah perilaku sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional, seperti utilitas dan kepuasan material, tetapi lebih menonjolkan aspek spiritual. Kepuasan dari sebuah perilaku menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri.

Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Inilah yang tidak didapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Pergerakan dirinya yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir. Gaya hidupnya selamat baik didunia maupun diakhirat.<sup>191</sup>

Demikian pula pembelian kendaraan oleh PMI bukanlah hal yang dilarang, asalkan tidak melampaui batas dan tidak mengesampingkan kebutuhan spiritual. Motif pembelian kendaraan buruh migran pertama adalah kenyamanan, efisiensi, dan mobilitas. Dalam konteks ini, Islam

---

<sup>189</sup>Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009) , h. 28

<sup>190</sup> Bustami, *Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (Perspektif Ekonomi Islam)*, (Serang: Penerbit A-Empat, 2015), h. 41.

<sup>191</sup>Muhammad Muflih *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006),h. 4

mendorong untuk menghindari pemborosan, dan mempertimbangkan kebutuhan yang lebih penting.

Motif pembelian peralatan elektronik oleh buruh migran didasarkan pada kualitas, keandalan, dan kebutuhan komunikasi. Dalam konteks ini, Islam mendorong untuk menggunakan teknologi dengan bijak, menghindari pemborosan, dan tidak semata-mata didasarkan pilihan gaya hidup yang mengesampingkan kebutuhan spiritual dan sosial.

Tindakan ekonomi dalam Islam didasarkan pada asas maslahat dan manfaat. Asas maslahat dalam memenuhi kebutuhan menunjukkan bahwa parameter kepuasan dalam konsumsi bukan hanya didasarkan pada parameter kepuasan fisik, dan materi, tetapi meliputi pula parameter kepuasan ruhani.<sup>192</sup>

Dalam perspektif ekonomi Islam, individu muslim, termasuk buruh migran, seharusnya mempertimbangkan prinsip-prinsip seperti keadilan, keseimbangan, kecukupan, dan keberkahan dalam setiap transaksi ekonomi. Hal ini melibatkan kesadaran akan dampak sosial, keberlanjutan, dan spiritualitas dalam setiap keputusan konsumsi. Selain memenuhi kebutuhan material dan sosial, perilaku ekonomi dalam Islam juga harus mendorong kebaikan, pengembangan diri, dan kontribusi sosial yang bermanfaat bagi masyarakat.

---

<sup>192</sup>Mohamad Hisham Shalihin, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), h. 417

Ditinjau dari ekonomi Islam, alokasi pendapatan perlu diarahkan pada kegiatan ekonomi yang berstifat produktif, disertai dengan etos kerja yang tinggi. Kerja sebagai salah satu upaya memanfaatkan karunia Allah Swt. di muka bumi dan upaya mencari rezeki yang halal. Dalam hal ini, setiap muslim dianjurkan memiliki etos kerja yang tinggi, yang mendorong tumbuhnya produktivitas, dan kinerja yang baik. Etos kerja tersebut mencerminkan keinginan untuk mencari karunia Allah SWT. dan menggunakannya untuk kemaslahatan di muka bumi.

Ekonomi Islam memerintahkan pekerjaan yang baik dan bermanfaat bagi manusia, agar setiap pekerjaan mampu memberi nilai tambah dan mengangkat derajat manusia baik secara individu maupun kelompok. Bekerja merupakan pengamalan dari perintah syariat Islam. Karenanya, bila dilakukan dengan cara yang benar (halal) untuk mengerjakan sesuatu yang juga halal, bekerja bukan hanya akan menghasilkan harta, melainkan juga mendapatkan pahala dari Allah SWT.<sup>193</sup> Hal ini merupakan pesan keimanan yang berorientasi nilai spiritual. Hasil yang diperoleh dari pekerjaan yang dapat digunakan untuk kepentingan ibadah, termasuk di dalamnya menghidupi ekonomi keluarga.

---

<sup>193</sup>Muhammad Ismail Yusanto, dan Muhammad Karebet Wijayakusuma, *Menggagas Bisnis Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2008),h. 26

### 3. Kemandirian, Menghindari Boros dan Menabung

PMI dan anggota keluarganya pada umumnya menyadari pentingnya menciptakan sumber pendapatan yang berkelanjutan dan mengurangi ketergantungan pada remiten. Hasil wawancara menunjukkan bahwa PMI dan keluarganya memiliki kekhawatiran tentang masa depan ekonomi keluarga, walaupun memiliki penghasilan dari kerja di luar negeri. Hal ini mendorong mereka harus memperhatikan prioritas penggunaan dana, rencana usaha, serta menyisihkan sebagian untuk ditabung.

Wawancara dengan Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), menunjukkan bahwa meskipun memiliki penghasilan sebagai PMI di luar negeri, ia menyadari bahwa situasi ekonomi bisa berubah dan tidak menjamin keberlangsungan pendapatan yang stabil dalam jangka panjang. Ika menganggap penghasilan dari bekerja sebagai PMI tidak menjadi jaminan keuangan masa depan, sehingga ia mempertimbangkan risiko dan mengantisipasi kemungkinan perubahan ekonomi yang dapat mempengaruhi pendapatan mereka di masa depan. Namun demikian, Ika mengakui adanya peningkatan pembelian dari hasil kerja sebagai PMI. Tingkat konsumsi yang lebih tinggi, dirasakan untuk memenuhi keinginan pribadi dan sebagai bentuk penghargaan atas kerja keras yang dilakukannya sebagai PMI.<sup>194</sup>

---

<sup>194</sup> Wawancara dengan Ika (PMI yang bekerja di Taiwan), tanggal 8 Desember 2022

Als (anak dari PMI Hongkong) menyadari pentingnya mengelola dana dengan bijak dan memprioritaskan penggunaannya. Menurutnya remiten perlu dikelola dengan hati-hati, termasuk merencanakan pengeluaran dan peluang usaha. Selain itu, ia juga menyadari perlunya menabung sebagai langkah jangka panjang untuk mempersiapkan masa depan yang lebih stabil dan memiliki cadangan dana dalam situasi darurat.<sup>195</sup>

Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong (menyadari pentingnya merencanakan penggunaan remiten dengan baik. Ia tetap melakukan perencanaan untuk memastikan dana digunakan secara efektif. Bagi Khf harus ada tanggung jawab dan komitmen dalam penggunaan keuangan keluarga. Khf mengalihkan fokus dari ketergantungan pada kiriman uang dari luar negeri dengan membuka warung sembako di Pasar Karang Jawa yang dikelola suami dan anaknya.<sup>196</sup>

Dn berkonsultasi dengan keluarga dalam melihat peluang usaha dan mengajak anggota keluarga dalam pengelolaan remiten. Dn melibatkan anggota keluarga, terutama dalam pengambilan keputusan terkait usaha dan penggunaan remiten.<sup>197</sup>

---

<sup>195</sup> Wawancara dengan als (anak dari mantan PMI Hongkong) tanggal 12 Desember 2022

<sup>196</sup> Wawancara dengan Khf (mantan PMI yang bekerja di Hongkong) tanggal 15 Desember 2022

<sup>197</sup> Wawancara dengan Dn mantan pekerja migran yang bekerja di Hongkong tanggal 10 Desember 2022

Rk (mantan PMI yang bekerja di Singapura), mengatakan hasil bekerja di luar negeri sebagian digunakan untuk memulai usaha pertanian di kampung. Ia membeli lahan pertanian dan memulai budidaya tanaman seperti sayuran. Remiten tersebut digunakan untuk membeli benih, pupuk, dan biaya pengelolaan lahan.<sup>198</sup>

Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, individu diharapkan untuk bekerja keras dan menggunakan potensi dan keterampilan yang dimilikinya untuk mencari penghidupan yang halal. Kemandirian ekonomi mendorong individu untuk mengembangkan usaha mandiri, memperoleh pendidikan dan keterampilan yang dibutuhkan, serta tidak bergantung secara berlebihan pada kiriman atau bantuan dari pihak lain.

Ekonomi Islam menekankan menghindari perilaku hidup boros. Dalam Islam, individu dianjurkan untuk mempertimbangkan kebutuhan yang esensial dan penting dalam pengeluaran mereka, serta menghindari pemborosan dalam konsumsi yang berlebihan atau tidak perlu. Prinsip ini mendorong kesadaran terhadap pengeluaran yang masuk akal dan pencegahan terhadap pemborosan yang tidak bertanggung jawab.

Setiap individu memiliki hak untuk menikmati hak miliknya, menggunakannya secara produktif, memindahkannya dan melindungi dari penyia-penyiaan (pemubaziran). Tetapi, haknya itu dibatasi oleh sejumlah limitasi. Ia tak boleh menggunakannya secara berhambur-

---

<sup>198</sup>Wawancara dengan Rk (mantan PMI yang bekerja di Singapura), tanggal 10 Desember 2022

hamburan, juga tak boleh menggunakannya semena-mena dan dilarang untuk tujuan bermewah mewahan. Dengan kata lain, setiap individu, tentu saja bebas memiliki kekayaan, tetapi harus tunduk pada paksaan moral. Hak itu disertai dengan sejumlah kewajiban tertentu.<sup>199</sup>

Salah satu hal yang menjadi tolak ukur boleh tidaknya dalam bebas melakukan sesuatu berkenaan dengan halal-haram. Ketika umat Islam memahami konsep halal-haram tentu dalam melakukan kegiatan berdasarkan hukum tersebut, yang nantinya akan berdampak pada kehati-hatian membuat keputusan dan bertindak baik dalam ibadah maupun muamalah.<sup>200</sup>

Pernyataan di atas menekankan bahwa setiap individu memiliki hak untuk memiliki dan menggunakan harta miliknya dengan produktif dan melindunginya dari pemborosan. Namun, hak ini juga memiliki batasan moral yang mengharuskan individu untuk tidak menggunakannya secara berlebihan, semena-mena, atau untuk tujuan keme-wahan yang berlebihan. Dalam Islam, konsep halal-haram menjadi pedoman dalam menentukan keabsahan tindakan ekonomi. Pemahaman terhadap konsep ini memberikan pengaruh yang kuat dalam pengambilan keputusan dan perilaku individu dalam ibadah dan aktivitas ekonomi. Dengan memperhatikan kewajiban moral dan mengikuti prinsip halal-

---

<sup>199</sup>Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langi! dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Jakarta: Penebar Plus, 2012), h. 113.

<sup>200</sup>Agung Anggoro Seto, *Ekonomi Syariah Di Indonesia*, (Jambi: Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), h. 40.

haram, individu diharapkan dapat bertindak dengan hati-hati dan bijaksana dalam pengelolaan harta mereka.

Berlebih-lebihan (*al-Tabdzir*) termasuk sesuatu yang sangat ditentang oleh Islam, hal ini terbukti dengan pemakaian kata-kata (*ikhwân al-shayâtin*) yang berarti saudara setan. Pemborosan itu sangat terkait dengan kadar ketaatan kita kepada Allah. Semakin boros seseorang maka semakin lemah tingkat ketaatannya kepada Allah, demikian pula sebaliknya. Itulah sebabnya orang yang boros disebut sebagai saudara setan, karena setan tidak memiliki ketaatan kepada Allah. Pendapat tersebut berarti bahwa orang yang boros berada dalam jalan yang sama dengan setan. Keduanya berada pada jalur pembangkangan terhadap Allah.<sup>201</sup>

Ekonomi Islam sangat menentang perilaku pemborosan dan mengaitkannya dengan kurangnya ketaatan kepada Allah. saudara setan digunakan untuk menggambarkan orang yang boros, karena tidak taat kepada Allah. Dalam pandangan ini, orang yang boros dianggap sejalan dengan setan karena keduanya berada dalam jalur yang melawan perintah Allah. Dengan demikian, pandangan tersebut menekankan pentingnya menghindari pemborosan dan mempertahankan ketaatan kepada Allah sebagai bentuk pengabdian yang lebih baik.

---

<sup>201</sup>Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 188

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

1. Dampak peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah terlihat dari pemenuhan kebutuhan pokok, pendidikan dan kesehatan, pengembangan usaha non pertanian dan pertanian, renovasi rumah, pembelian kendaraan, perhiasan dan perabotan rumah tangga. PMI dan keluarga menggunakan uang kiriman remiten untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari, seperti makanan dan kebutuhan sehari-hari lainnya. Selain itu, kepemilikan lahan pertanian menjadi opsi bagi PMI untuk digarap atau dimanfaatkan oleh keluarga.
2. Dampak peningkatan status sosial pekerja migran Indonesia terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah dalam perspektif ekonomi Islam terlihat dari kontribusi pada kegiatan sosial dan keagamaan, peningkatan belanja dengan memperhatikan prinsip *maslahat* dan manfaat serta menghindari pembelian tak terencana. Selain itu terlihat pula dari alokasi remiten untuk menunjang kemandirian, dan menabung. Alokasi penggunaan remiten pekerja migran atau keluarganya pada umumnya disertai dengan kesadaran pentingnya menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung atau diinfaqkan. Praktik menabung yang dilakukan untuk mengantisipasi kebutuhan mendadak jangka panjang.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dampak peningkatan status sosial ekonomi Pekerja Migran Indonesia (PMI) terhadap perilaku konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan:

1. Pentingnya pembinaan literasi keuangan. Dalam konteks penggunaan remiten, perlu dilakukan pembinaan literasi keuangan kepada PMI dan keluarga untuk memastikan pengelolaan keuangan yang bijaksana. Ini meliputi pembelajaran mengenai pengaturan anggaran, investasi yang tepat, dan pentingnya menabung untuk keperluan masa depan. PMI juga hendaknya diberikan pendampingan dalam mengembangkan usaha non-pertanian dan pertanian yang berkelanjutan. Ini melibatkan penyediaan pelatihan kewirausahaan, bantuan modal usaha, dan akses ke pasar yang lebih luas.
2. Penekanan pada prinsip ekonomi Islam: Dalam pengelolaan remiten, penting untuk memperhatikan prinsip-prinsip ekonomi Islam, termasuk kontribusi pada kegiatan sosial dan keagamaan, mempertimbangkan prinsip maslahat dan manfaat, serta menghindari pembelian tak terencana. Dalam menghadapi kebutuhan mendadak jangka panjang, penting bagi PMI dan keluarga untuk mengembangkan kebiasaan menabung. Pembinaan dan edukasi mengenai manfaat menabung serta penyediaan produk perbankan yang sesuai perlu diperhatikan untuk membantu mereka dalam merencanakan masa depan yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abi Abdillah Muhammad bin Ismail Al-bukhari, *Shahih Al-Bukhari, Juz 2*, Kairo: Maktabah Salafiah, 1403 H
- Aeni N, “Eksistensi Buruh Migran Perempuan Dan Gambaran Kemiskinan Kabupaten Pati” *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK* 2017
- Afridah Ikrimah, *Panduan Pengelolaan Remitansi pada Rumah Tangga untuk Kegiatan Ekonomi Produktif*, Yogyakarta: Absolute Media, 2020
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2001
- Ahmad Rajafi ed, *Progres Hukum Keluarga Islam Di Indonesia Pasca Reformasi Dimensi Hukum Nasional - Fiqh Islam - Kearifan Lokal*, Yogyakarta: Istana Agency, 2020
- Al-Ghazali, *Al-Halal wal Haram*, Alih Bahasa Iwan Kurniawan, Bandung: Mizan Pustaka, 2007
- Ana Sabhana Azmy, *Negara dan Buruh Migran Perempuan: Menelaah Kebijakan Perlindungan Masa Pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono 2004-2010*, Jakarta: Yayasan Obor, 2012
- Andi Bahri S. *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember 2014
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Bandung: Refika Aditama, 2012
- Aswatini, *Migrasi Sebagai Investasi Untuk Peningkatan Daya Saing Pekerja Migran Indonesia di Pasar Kerja Global*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2020
- Audra Sipavičienė and Vlada Stankūnienė, *The social and economic impact of emigration on Lithuania, Coping with Emigration in Baltic and East European Countries*, Paris: Oced Publishing, 2013
- Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen* Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2008
- Boedi Abdullah, dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2014

- Dana Diminescu, *Assessment And Evaluation Of Bilateral Labour Agreements Signed By Romania, Chapter 4 at Migration for Employment, Bilateral Agreements at Crossroads*, Paris: OECD, 2004
- Daniela Bobeva and Jean-Pierre Garson, *Overview of Bilateral Agreements and Other Forms of Labour Recruitment, Introduction Migration for Employment, Bilateral Agreements at Crossroads*, Paris: OECD, 2004
- Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya*, Bandung: Panjta Cemerlang, 2010
- Eli Karlina, “Pengaruh Bekerja di Luar Negeri Terhadap Tingkat Ekonomi dan Perceraian”, *Jurnal Sosio Didaktika, Social Science Education Journal*, 2017
- Emilda Sulasmi, *Perempuan dalam Dinamika Sosial Modern*, Yogyakarta: UMSU Press, 2021
- Fidya Arie Pratama, ed, *Peningkatan Ekonomi Masyarakat menuju Era Society 5.0 Ditengah Pandemi Covid-19*, Cirebon: Insania, 2021
- Frederic S. Mishkin, *Ekonomi Uang, Perbankan, dan Pasar Keuangan*, alih bahasa Lana Soelistianingsih dan Beta Yualinitia G. Jakarta: Salemba Empat, 2008
- Gunarsa, *Psikologi Praktis Anak dan Remaja*, Jakarta: Gunung Mulia, 2004
- Herien Puspitawati, et al, *Modul Ketahanan Keluarga Pekerja Migran Indonesia*, Bogor: IPB Press, 2019
- I Wayan Suwendra, *Metodologi Penelitian Kualitatif dalam Ilmu Sosial, Pendidikan, Kebudayaan, dan Keagamaan*, Bandung: Nilacakra, 2018
- Ickhsanto Wahyudi, *Ekonomi Syariah*, Padang: Get Press, 2022
- Ira Patriani, *Optimalisasi Layanan Terpadu Satu Atap Ltsa-P2tki Pekerja Migran Indonesia Di Masa Pandemi Covid-19*, Surabaya: Scopindo Pustaka, 2022
- Iskandar Zulkarnaen, *Human Trafficking dalam Perspektif Yuridis dan Sosiologis Kemasyarakatan*, Yogyakarta: Deepublish, 2015 .
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior Perilaku Konsumen dan Strtaegi Pemasaran*, alih bahasa Damos Sihombing, dan Peter Remy Yossi Pasla, Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 2000
- Jalaludin, “Tata Kelola Remitansi Buruh Migran: Kasus Buruh Migran Di Kabupaten Lombok Timur, *Journal of Economics and Business* 2021

- James Sensenbrenner, *Foreign Workers Information on Selected Countries' Experiences*, United States Government Accountability Office GAO Report, September 2006
- Jemina S. Pulungan, *Efisiensi Kerja Dalam Pekerjaan Rumah Tangga*, Jakarta: Prenada Media, 2013
- Keppi Sukesni, etl, *Migrasi Perempuan, Remitansi dan Perubahan Sosial Ekonomi Pean*, Malang: UB Press, 2017
- Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009
- Laurie Berg, *Migrant Rights at Work Law's Precariousness at the Intersection of Immigration and Labour*, New York: Routledge, 2016
- Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumr Behavior Perilaku Konsumen*, alih bahasa Zoelkifli Kasip, Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008
- Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009
- M. Annas, Dampak Remitan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Daerah Asal Studi Kasus di Kecamatan Muncar, Cluring, dan Purwoharjo Kabupaten Banyuwangi, *Jurnal Pendidikan, Komunikasi, dan Pemikiran Hukum Islam* 2014
- Marissa Grace Haque-Fawzi, et. al, *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*, Tangerang: Pascal Books, 2022
- Mary A. McEwen Nies dan Melanie McEwen, *Community and Family Health Nursing - 1st Indonesian Edition*, Ni Made Riasmini, et. al ed, Singapura: Elsevier Health Sciences, 2018
- Mita Noveria, et al, *Perlindungan Pekerja Migran Indonesia*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2021
- Mohamad Hisham Shalihin, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006
- Mohammad Hidayaturrahman, *Pengantar Ekonomi Politik Pembangunan*, Surabaya: Unitomo Press, 2021
- Muhammad Muflih *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006

- Nurul Huda, *Ekonomi Pembangunan Islam*, Jakarta: Prenada Media, 2017
- Putri Asih Sulistiyo, “Dampak Remitan Ekonomi terhadap Posisi Sosial Buruh Migran Perempuan dalam Rumah Tangga”, *Sodality: Jurnal Sosiologi Pedesaan*, Vol. 06, No. 03
- Putu Martini Dewi, “Partisipasi Tenaga Kerja Perempuan dalam Meningkatkan Pendapatan Keluarga”, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, Volume 5, No. 2, Tahun 2012
- Rhenal Kasali, *Membidik Pasar Indonesia, Segmentasi, Targeting, dan Positioning*, Jakarta: Gramedia, 2007
- Ridwan, *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjalin Kerukunan Umat Beragama*, Pasaaman: Azka Pustaka, 2021
- S. Nasution, *Metode Research*, Jakarta: Bumi Aksara, 2011
- Sattar, *Buku Ajar Pengantar Bisnis*, Yogyakarta: Deepublish, 2017
- Sedarmayanti, et. al, *Knowledge Management*, Surabaya: Cipta Publishing, 2021 .
- Sindung Haryanto, *Sosiologi Ekonomi*, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011
- Soekarno Wibowo Dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Sukarno Wibowo, dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia , 2013
- Sulistyowati Irianto, etl, *Akses Keadilan dan Migrasi Global: Kisah Perempuan Indonesia Pekerja Domestik di Uni Emirat Arab*, Jakarta, Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2011
- T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi Makro*, Yogyakarta: Kanisius, 2008
- Thohir Luth, *Antara Perut dan Etos Kerja dalam Perspektif Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 2009
- Tim Redaksi Kanisius, *Pengantar Ilmu Ekonomi Bagian Makro*, Jakarta: Kanisius, 1992
- Undang-Undang No 18 Tahun 2017 tentang Perlindungan Pekerja Migran Pasal 1 Ayat 2

Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003 Pasal 1 Ayat 2

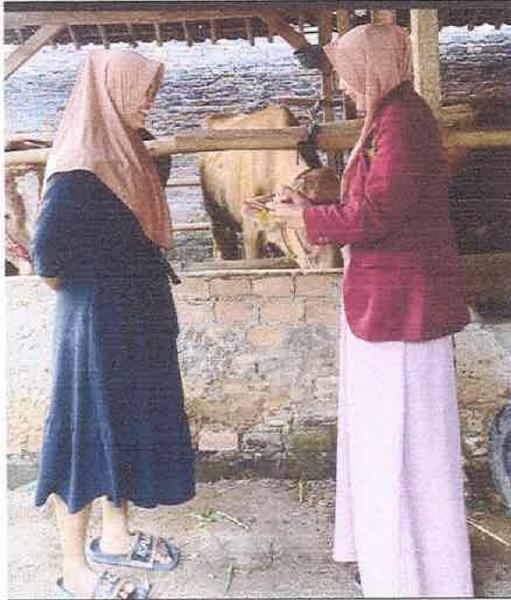
United States Government Accountability Office, *Foreign Workers: Information on Selected Countries' Experiences* GAO: 2006

Veronica Putri, et. al., *Perjalanan Panjang Perlindungan Pekerja Migran di Asia Tenggara*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka

**FOTO-FOTO PENELITIAN**



Mantan PMI yang membuka  
Usaha Furniture



Mantan PMI yang membuka Usaha Peternakan



Mantan PMI yang membuka Toko

**DAMPAK PENINGKATAN STATUS SOSIAL EKONOMI KELUARGA  
PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU  
KONSUMEN PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah)**

**KISI-KISI WAWANCARA**

No	Aspek	Indikator	Jumlah Soal
1	Status Ekonomi Keluarga	Pendapatan per bulan dari hasil remiten	2
		Kesejahteraan seseorang dilihat dan pendapatan, tempat tinggal, dan harta kepemilikan	3
		Faktor yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi	2
2	Perilaku Konsumen (Perspektif Ekonomi Islam)	<i>Maslahat</i> dan manfaat	1
		Kemandirian, ada perencanaan, tabungan	3
		Kesederhanaan, sifat <i>qana'ah</i> , tidak <i>mubazir</i>	1
		Berinfag	1

## **ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)**

### **A. Wawancara**

1. Apakah anggota keluarga yang bekerja di luar negeri rutin mengirim uang ke rumah?
2. Berapa rata-rata kiriman uang (remiten) dari anggota keluarga yang bekerja di luar negeri?
3. Apakah hasil remiten mencukupi untuk kebutuhan pokok anggota keluarga di rumah?
4. Bagaimana dampak hasil remiten untuk memenuhi kebutuhan pendidikan anggota keluarga?
5. Bagaimana dampak hasil remiten untuk memenuhi kesehatan anggota keluarga?
6. Bagaimana dampak hasil remiten untuk kebutuhan kepemilikan kendaraan anggota keluarga?
7. Apakah hasil remiten digunakan untuk membeli lahan pertanian atau pekarangan?
8. Dalam pola konsumsi apakah anda memperhatikan prinsip *maslahat* dan manfaat bagi kepentingan jasmani dan rohani?
9. Dalam menggunakan barang apakah anda memperhatikan agar tidak mubazir ?
10. Apakah hasil remiten digunakan untuk membeli barang-barang mewah, perlengkapan rumah tangga, alat komunikasi, alat transportasi yang mahal?. Jika ya, apa alasannya? Jika tidak, apa alasannya?
11. Apakah anda memiliki perencanaan dalam memenuhi kebutuhan konsumsi?
12. Bagaimana anda mengelola hasil remiten untuk usaha mandiri?
13. Apakah anda menyisihkan sebagian penghasilan untuk ditabung ?
14. Apakah anda menyisihkan sebagian penghasilan untuk diinfaqkan?

## B Observasi

### Lembar Observasi

No	Hal-hal yang diobservasi	Indikator
1	Status Ekonomi Keluarga	Kondisi rumah
		Penghasilan/pendapatan keluarga <ul style="list-style-type: none"><li>• Alat komunikasi</li><li>• Perabotan rumah tangga (TV, Kulkas, dll)</li><li>• Kepemilikan kendaraan</li></ul>
2	Perilaku konsumen (Perspektif Ekonomi Islam)	Pembelian dan kepemilikan: <ul style="list-style-type: none"><li>• Lahan pertanian/pekarangan</li><li>• Kepemilikan perhiasan</li></ul>

## C. Dokumentasi

### Pedoman Dokumentasi

1. Dokumentasi tentang profil Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah
2. Dokumentasi jumlah pekerja migran di Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah

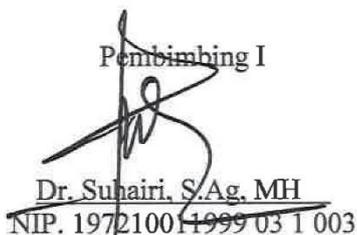
Metro, 5 Desember 2022

Penulis



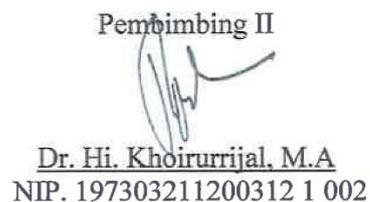
Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Pembimbing I



Dr. Suhairi, S.Ag. MH  
NIP. 197210011999031003

Pembimbing II



Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 1973032112003121002

**DAMPAK PENINGKATAN STATUS SOSIAL EKONOMI PEKERJA MIGRAN  
INDONESIA (PMI) TERHADAP PERILAKU KONSUMEN  
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM  
(Studi di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah)**

**Outline**

**HALAMAN SAMPUL**

**HALAMAN JUDUL**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**HALAMAN ABSTRAK**

**HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN**

**HALAMAN MOTTO**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

**HALAMAN KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**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. Status Sosial Ekonomi
  - 1. Pengertian Status Sosial Ekonomi
  - 2. Jenis-jenis Kelas Status Sosial Ekonomi
  - 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Status Sosial Ekonomi
- B. Pekerja Migran Indonesia (PMI)
  - 1. Pengertian Pekerja Migran Indonesia
  - 2. Faktor-faktor Penyebab Menjadi Pekerja Migran
  - 3. Remiten Pekerja Migran

### **C. Perilaku Konsumen**

1. Pengertian Prilaku Konsumen
2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen
3. Perilaku Konsumen dalam Islam

### **BAB III METODE PENELITIAN**

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

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

- A. Deskripsi Lokasi Penelitian
  1. Gambaran Umum Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah
  2. Keadaan Penduduk Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah
  3. Keadaan Pekerja Migran diKecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah
- B. Temuan Khusus
  1. Dampak Peningkatan Status Sosial Ekonomi Pekerja Migran Indonesia Terhadap Prilaku Konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah.
  2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Dampak Peningkatan Status Sosial Ekonomi Pekerja Migran Indonesia Terhadap Prilaku Konsumen di Kecamatan Anak Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah.

## **BAB V PENUTUP**

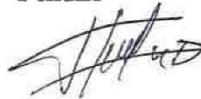
- A. Kesimpulan
- B. Saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

Metro, 28 September 2022

Penulis



Kiki DwiLarasati

NPM. 14118544

Pembimbing I



Prof. Dr. Suhatri, S.Ag. MH  
NIP. 197210011999 03 1 003

Pembimbing II



Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 1973032112003121002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : VI/2023

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 26/1-2023 16	✓	- Ate Bab IV - V - Ate untuk diujikan	

Mahasiswa

Kiki dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhairi, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999 03 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : VI/2023

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 22/03/23	✓	- BAB IV sub B & C sejalan dengan pelayanan penelitian dan layanan keagamaan dengan teori. Pakar subang - perolehan keagamaan Analisis + sub pokok sub fokus + sub B & C layak di revisi analisis - Keipula sejalan dan pelayanan penelitian keagamaan	

Mahasiswa

Kiki dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhaini, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email: iain@metro metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : VI/2023

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 15/ - 23 06	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Setiap data termasuk tabel / gambar buat dalam bentuk footnote bukan bodynote.</li><li>- Cermat dengan cara analisis: perbandingan konsumsi termasuk pertimbangan? Dalam pembelian &amp; keputusan membeli produk seperti kendor, perabot, pakaian, dll!</li><li>- Analisis kaitan dengan pasar &amp; prinsip perbandingan</li></ul>	

Mahasiswa

Kiki dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhaini, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa, 6/12-22	✓	- <del>Aspek</del> APD - Dibayarkan pengisian dan laporan	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhairi, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)  
Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Jumat, 2/12	✓	- Tambah paragraf uraian sesuai caption & uraian dipertahankan  - Kisi-kisi observasi dipertahankan sesuai caption ✓	

Mahasiswa

Kiki dwiLarasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhairi, S.Ag. M.H.  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu 12/10/22	✓	Revisi BAB I - III - Ditanyakan penyusunan APD. Dalam menyusun Perumusan <sup>2</sup> APD politer perumusan penul. lain	

Mahasiswa

Kiki dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suhairi, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999-03 1 003



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email: iain@metro.metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Selasa 09/10-22	✓	- Susunan redaksi judul & paragraf - Landasan teori & per bincangan sesuai bab 1 & paparan landasan teori, selanjutnya dengan judul & sub judulnya	

Mahasiswa

✓  
Kiki dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing I

Prof. Dr. Suharti, S.Ag. M.H  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iring Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email: iain@metro.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Senin, 26/09/22	✓	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perbaiki redaksi judul sesuai labrak</li><li>- Perbaiki outline sesuai labrak</li><li>- Perbaiki UBM, pernyataan tujuan, manfaat penelitian</li><li>- Perbaiki job konsultasi, wawancara atau observasi</li><li>- Sertakan foto &amp; foto dokumentasi</li></ul>	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag. MH  
NIP. 197210011999031003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 07/04-22	✓	- Ape unuh & semu waly - Perubahn & pengesahan dega fokus perubahn cetek semu propon	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Pembimbing I

  
Dr. Sulain, S.Ag, MH

NIP. 197210011999 03 1 003



FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Rabu, 23/12/18	✓	- Pertanyaan penelitian dibidang sejarah Cakupan, oki leon, penelitian relevan, - leon. disesuaikan termasuk tujuan penelitian	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag. MH  
NIP. 197210011999 03 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iimng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email: iain@metro.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing I	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
	Kamis, 7/2-22	✓	- Fokus penelitian / peminatan penelitian di proposal tesis sub- temanya sama dengan Skripsi S1. - Agar dicari aspek yang berbeda fokus penelitian	

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Putri Swastika, M.I.F  
NIP. 19861030201802 2 000

Pembimbing I

Dr. Suhairi, S.Ag., MH  
NIP. 197210011999031003



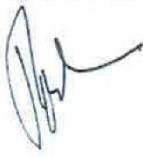
KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : VI/2023

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	<i>b. Bahasa kesimpulan harus fokus. c. Saran nomor 1 ditujukan kepada kesimpulan nomor 1, sedangkan saran nomor 2 ditujukan kepada kesimpulan nomor 2. d. Lengkapi Daftar Pustaka e. Lengkapi Daftar Isi f. Lengkapi Abstrak. g. Lengkapi Lampiran.</i>	
8.	Selasa, 30 Mei 2023	✓	<i>Acc Bab IV - V, konsultasikan ke Pembimbing I.</i>	

Mahasiswa



Kiki Dwi Larasati  
Npm. 2071040007

Pembimbing II



Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 19730321 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : VI/2023

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
5.	Senin, 17 Oktober 2022	✓	Perbaiki APD ✓ Dalam membuat pedoman wawancara merujuk kepada indikator yang ada di Landasan Teori. ✓ Buatlah Lembar Observasi terkait hal-hal apa saja yang akan diobservasi.	
6.	Rabu, 16 November 2022	✓	Acc APD, konsultasikan ke Pembimbing I.	
7.	Senin, 27 Maret 2023	✓	Revisi Bab IV - V a. Perhatikan dalam penulisan angka, jangan salah meletakkan titik dan kelebihan penulisan nol. Tolong dicek kembali penulisan angka yang benar.	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
Npm. 2071040007

Pembimbing II

Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 19730321 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
		✓	<i>b. Bahasa kesimpulan harus fokus. c. Saran nomor 1 ditujukan kepada kesimpulan nomor 1, sedangkan saran nomor 2 ditujukan kepada kesimpulan nomor 2. d. Lengkapi Daftar Pustaka e. Lengkapi Daftar Isi f. Lengkapi Abstrak. g. Lengkapi Lampiran.</i>	
8.	Selasa, 30 Mei 2023	✓	<i>Acc Bab IV - V, konsultasikan ke Pembimbing I.</i>	

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. M. Irpan Nurhab, M.Si  
NIP. 19880909 201801 1 001

Pembimbing II

Dr. Hi. Khorrurrijal, M.A  
NIP. 19730321 200312 1 002



**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
5.	Senin, 17 Oktober 2022	✓	Perbaiki APD ✓ Dalam membuat pedoman wawancara merujuk kepada indikator yang ada di Landasan Teori. ✓ Buatlah Lembar Observasi terkait hal-hal apa saja yang akan diobservasi.	
6.	Rabu, 16 November 2022	✓	Acc APD, konsultasikan ke Pembimbing I.	
7.	Senin, 27 Maret 2023	✓	Revisi Bab IV - V a. Perhatikan dalam penulisan angka, jangan salah meletakkan titik dan kelebihan penulisan nol. Tolong dicek kembali penulisan angka yang benar.	

Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Dr. M. Irpan Nurhab, M.Si  
NIP. 19880909 201801 1 001

Pembimbing II

Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 19730321 200312 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO**  
**PROGRAM PASCASARJANA (PPs)**

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro metrouniv.ac.id

**FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN TESIS**

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : III/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Rabu, 13 Juli 2022	✓	Acc Outline	

Mahasiswa



Kiki Dwi Larasati  
Npm 2071040007

Pembimbing II



Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 1973032112003121002



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO  
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)

Jl. Ki. Hajar Dewantara, 15 A Iirng Mulyo Kota Metro Lampung Tlp. 0725-41507  
Website: www.metrouniv.ac.id. email:iain@metro.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL TESIS

Nama Mahasiswa : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007

Program Studi : Esy  
Semester/TA : IV/2022

No	Hari Tanggal	Pembimbing II	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan
3.	Kamis, 18 Agust 2022	✓	Perbaiki Bab I - III ✓ Latar belakang masalah menggambarkan kondisi pekerja migran Indonesia yang berada di Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah secara umum dengan didukung data hasil parasurvey. ✓ Gambaran umum perilaku konsumtif pekerja migran Indonesia yang berada di Kecamatan Ratu Aji Kabupaten Lampung Tengah hasil prasarvey dimunculkan di Latar Belakang Masalah.	
4.	Jum'at, 26 Agust 2022	✓	Acc Bab I - III, konsultasikan ke Pembimbing I	

Mahasiswa

Kiki Dwi Larasati  
NPM. 2071040007

Pembimbing II

Dr. Hi. Khoirurrijal, M.A  
NIP. 1973032112003121002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO  
PASCASARJANA  
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

Jalan Ki Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung, INDONESIA 34111  
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: pps.metrouniv.ac.id;  
email: ppsiaimetro@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

Nomor : In.28.5/J/PP.00.9/02/2023

Yang bertandatangan di bawah ini Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syaria'ah,  
menerangkan bahwa:

Nama : Kiki Dwi Larasati  
NPM : 2071040007  
Judul Tesis : DAMPAK PENINGKATAN STATUS EKONOMI KELUARGA  
PEKERJA MIGRAN INDONESIA (PMI) TERHADAP  
PERILAKU KONSUME DI KECAMATAN ANAK RATU AJI  
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH (PERSPEKTIF  
EKONOMI ISLAM)

Telah melakukan uji plagiasi atas tesis ybs melalui program Turnitin dengan tingkat kemiripan sebesar 21 %.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 27 Juni 2023

Kaprodi Magister Ekonomi Syaria'ah



*Irpan*

Dr. M. Irpan Nurhab, M.Si

## RIWAYAT HIDUP

Nama : KIKI DWI LARASATI. M.E  
Tempat Tanggal Lahir : Karang Jawa, 06 Maret 1998  
Nama Ayah : Sugeng Riadi  
Nama Ibu : Diah Nur Ella



Penulis adalah Putri ke 2 (dua) dari 2 (dua) bersaudara

Penulis telah menempuh dan menyelesaikan jenjang pendidikan formal yaitu sebagai berikut:

1. SDN 1 Karang Jawa Lampung Tengah lulus pada tahun 2008
2. SMPN 2 Anak Ratu Aji Lampung Tengah lulus pada tahun 2011
3. MA Ma'arif NU 5 Sekampung Lampung Timur lulus pada tahun 2014
4. S1 Ekonomi Syariah IAIN Metro lulus pada tahun 2019
5. S2 Ekonomi Syariah IAIN Metro lulus pada tahun 2023

Penulis,



**KIKI DWI LARASATI**  
**NPM. 2071040007**