

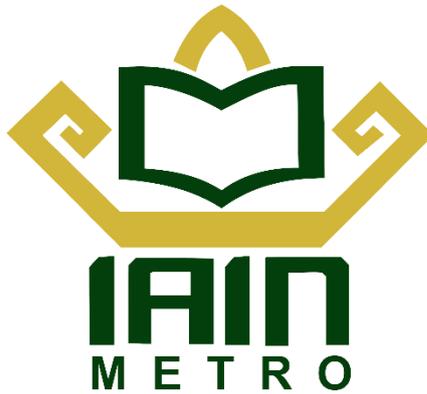
SKRIPSI

**PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI
ISLAM**

**(Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan
Sekampung Kabupaten Lampung Timur)**

OLEH:

**RANI OKTAVIA
NPM. 13103984**



**Jurusan : Ekonomi Syari'ah
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

T.A 1439 H / 2018 M

**PERILAKU KONSUMTIF DI TINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI
ISLAM**

**(Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Kecamatan
Sekampung Kabupaten Lampung Timur)**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas Dan Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

RANI OKTAVIA

NPM: 13103984

Pembimbing I : Drs. H. A. Jamil, M. Sy

Pembimbing II : Hermanita, SE,MM

Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

METRO

1439 H/ 2018 M

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : PERILAKU KONSUMTIF DI TINJAU DARI PRINSIP
KONSUMSI ISLAM (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa
Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung
Timur)

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)

Telah kami setuju untuk dimunaqosyahkan dalam sidang munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I



Drs. A. Jamil, M.Sy.
NIP. 195908151989031004

Metro, Juli 2018
Pembimbing II



Hermanita, SE, MM
NIP. 197302201999032001

PENGESAHAN SKRIPSI

No: 2119 / In. 28.3 / P / PP.00.9 / 09 / 2018

Skripsi dengan judul: PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur), disusun oleh Nama: RANI OKTAVIA, NPM: 13103984, Jurusan Ekonomi Syariah (ESy), telah dimunaqosyahkan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jumat/27 Juli 2018.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua/Moderator : Drs. A. Jamil, M.Sy.

()

Penguji I : Nizaruddin, S.Ag, MH.

()

Penguji II : Hermanita, MM.

()

Sekretaris : Hotman, M.E.Sy

()

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam




Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum
NIP. 19720923 200003 2 002

ABSTRAK

PERILAKU KONSUMTIF DI TINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM

**(Studi Kasus Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan
Sekampung Kabupaten Lampung Timur)**

Oleh:

RANI OKTAVIA

Konsumsi adalah segala kegiatan atau tindakan menghabiskan atau mengurangi kegunaan (daya guna) barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan. Konsumsi yang pada mulanya untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup, mulai beralih kepada upaya untuk memperbesar kepemilikan, persediaan barang dan jasa dan penumpukan kekayaan. Oleh sebab itu, timbulah perilaku konsumtif yang mendekati keserakahan dalam memiliki persediaan material. Konsumsi dalam ekonomi Islam, tidak hanya melihat dari segi pemanfaatannya saja, tetapi meliputi kehalalan zat yang dikonsumsi, cara memperoleh dan dampaknya terhadap kehidupan manusia. Apa penyebab masyarakat muslim di Desa Hargomulyo menjadi konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa penyebab masyarakat di Desa Hargomulyo menjadi konsumtif dan bagaimana pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi Islam. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian lapangan bersifat kualitatif. Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder, sumber data primer diperoleh dari mewawancarai tujuh Ibu rumah tangga yang ada di Desa Hargomulyo, dengan menggunakan *sample aksidental*. Sumber data sekunder diperoleh dari buku-buku, internet dan sumber lainnya. Teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisa data menggunakan metode deduktif.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab masyarakat di Desa Hargomulyo khususnya Ibu-ibu menjadi konsumtif dikarenakan faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja. Pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi dalam Islam juga belum semua memahami.

ORISINALITAS PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang di rujuk dari sumber dan disebutkan dalam daftar pustaka aslinya.

Metro, Juli 2018

Yang menyatakan



Rani Oktavia

NPM.13103984

MOTTO

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ^{صَلِّ} وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا 

Artinya:” Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kehadirat Allah Swt dan atas dukungan dan doa dari orang-orang tercinta akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan dengan baik dan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia penulis khaturkan rasa syukur dan terimakasih kepada:

1. Allah Swt, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktunya. Puji syukur yang tak terhingga pada Allah Swt yang meridhoi dan mengabulkan segala doa.
2. Bapak dan Ibu penulis, yang telah memberikan dukungan moril maupun materi serta doa yang tiada henti untuk kesuksesan penulis, karena tiada kata seindah lantunan doa dan tiada doa yang paling khusuk selain doa yang terucap dari orang tua. Ucapan terimakasih saja takkan pernah cukup untuk membalas kebaikan orang tua, karena itu terimalah persembahan bakti dan cintaku untuk kalian Bapak Ibuku.
3. Suami tercinta, yang selalu mendukung, berdoa, memberikan cinta, kasih dan sayang, bersabar dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan penulis, sehingga penulis sampai di titik penyelesaian ini, terimakasih untuk segala pengorbanannya. Penulis sangat mencintaimu untuk sekarang dan selamanya.

Terimakasih yang sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir penulis saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua, orang-orang yang penulis sayangi, dan semoga skripsi ini dapat bermafaat dan berguna untuk kemajuan ilmu pengetahuan di masa yang akan datang. Amin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas taufik serta hidayat dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “PERILAKU KONSUMTIF DI TINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM (Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)” dapat terselesaikan dengan baik dan semampu penulis.

Semasa penyelesaian skripsi ini, penulis telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karenanya peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Hj. Enizar, M.Ag., selaku rektor IAIN Metro.
2. Bapak H. A. Jamil, M.Sy selaku pembimbing I, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi demi terselesaikannya skripsi ini
3. Ibu Hermanita, SE, MM selaku pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi demi kesempurnaan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen, penguji, pengajar, bagian akademik, bagian jurusan serta staff kampus yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada nilai harganya, agar saya menjadi lebih baik. Terimakasih Bapak dan Ibu dosen, jasa kalian akan selalu ada di dalam hati ini.

5. Adik dan saudara-saudara penulis, senantiasa memberikan dukungan, semangat, senyum dan doanya untuk keberhasilan ini, cinta kalian memberikan kobaran semangat yang menggebu, terimakasih dan sayangku untuk kalian.
6. Sahabat tersayang, tanpa semangat, dukungan dan bantua kalian semua tak kan mungkin penulis sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis dan perjuangan yang kita lewati bersama dan terimakasih untuk kenangan manis yang telah mengukir selama ini, dengan perjuangan dan kebersamaan.

Kritik dan saran demi perbaikan skripsi ini, akan sangat diharapkan dan diterima dengan lapang dada. Akhirnya semoga hasil penelitian ini yang telah dilakukan oleh peneliti kiranya bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Pengetahuan Ekonomi Islam.

Metro, Januari 2018

Rani Oktavia
NPM 13103984

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Pertanyaan Penelitian	4
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	5
D. Penelitian Relevan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumtif	8
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	8
2. Indikator Perilaku Konsumtif.....	9
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	11
B. Konsumsi Dalam Islam	19
1. Pengertian Konsumsi Dalam Islam	19

2. Tujuan Konsumsi Islam.....	20
3. Prinsip Konsumsi Dalam Islam	22

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian.....	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Sifat Penelitian	29
B. Sumber Data	30
1. Sumber Data Primer.....	30
2. Sumber Data Sekunder	31
C. Metode Pengumpulan Data	31
1. Metode Wawancara (<i>interview</i>).....	32
2. Metode Dokumentasi	32
D. Teknik Analisis Data	33

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	35
1. Sejarah Berdirinya Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung	35
2. Visi dan Misi Desa Hargomulyo	37
3. Struktur Pemerintahan Desa Hargomulyo.....	37
B. Gambaran Umum Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo	40
C. Pemahaman Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo.....	43
D. Perilaku konsumtif Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo.....	46
E. Analisis Pemahaman dengan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo	51

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	52
B. Saran.....	52

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran

Riwayat Hidup

DAFTAR LAMPIRAN

1. Outline
2. Alat Pengumpul Data (APD)
3. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Keterangan Bebas Pustaka
7. Form Bimbingan
8. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring kemajuan ekonomi yang pesat ditambah masuknya globalisasi industri barang-barang mewah dan bermerek seperti perabot, pakaian, sepatu, tas, kerajinan, dan sebagainya, memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat.¹ Hal tersebut diiringi dengan tingkat keinginan masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif masyarakat bertambah. Perilaku konsumtif ini akan terus ada dan mengakar dalam gaya hidup, sedangkan gaya hidup sendiri harus ditunjang oleh *financial* yang memadai.

Perilaku konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial.² Perilaku konsumtif ini hampir terjadi pada semua lapisan masyarakat. Tidak hanya pada kalangan orang-orang tinggi seperti (Pejabat, Pengusaha, dan PNS), tetapi pada kalangan Ibu rumah tangga pun ada yang berperilaku konsumtif.

Ibu rumah tangga merupakan salah satu konsumen terbesar dalam melakukan pembelian secara konsumtif, sebagai pengelola keuangan dalam rumah tangga dianggap sebagai sasaran pasar yang paling menguntungkan. Ibu rumah tangga yang berperilaku konsumtif rela mengeluarkan uangnya untuk menjaga gengsi pada kelompoknya yang telah melahirkan suatu kelompok

¹ Sukmawati Assaad, *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syari'at Islam)*, Al Amwal, Vol. I, No. 1 Maret 2016. Pada tanggal 03 Oktober 2017. h. 16

² *Ibid.*, h. 17

sosial yang konsumtif. Ini merupakan ciri masyarakat modern. Agar tetap eksis dalam lingkungan pergaulannya.

Setiap individu serta rumah tangga memiliki kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan tersebut berkaitan dengan konsumsi yang pastinya memiliki fungsi dan manfaat tersendiri. Ibu Rumah Tangga sebagai pengatur yang mengurus kebutuhan konsumsi tersebut mempunyai tugas yang tidak mudah, karena di dalam rumah tangga itu terdiri dari beberapa individu yang mempunyai kebutuhan sendiri-sendiri yang tidak terlepas dari konsumsi.

Konsumsi adalah segala kegiatan atau tindakan menghabiskan atau mengurangi kegunaan (daya guna) barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.³ Konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan baik itu berupa kebutuhan primer maupun sekunder. Konsumsi yang pada mulanya untuk memenuhi kebutuhan dasar hidup, mulai beralih kepada upaya untuk memperbesar kepemilikan, persediaan barang dan jasa dan penumpukan kekayaan. Oleh sebab itu, timbulah keserakahan dalam memiliki persediaan material. Oleh karena itu para ibu harus lebih bijak dalam memilih kebutuhan mana yang paling utama dari suatu barang serta yang mempunyai manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadinya tindakan pemborosan.

Konsumsi dalam ekonomi Islam, tidak hanya melihat dari segi pemanfaatannya saja, tetapi meliputi kehalalan zat yang dikonsumsi, cara memperoleh dan dampaknya terhadap kehidupan manusia.

³ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h.231

Nilai-nilai moral dan spiritual dalam perspektif ekonomi Islam seharusnya menjadi kontrol terhadap perilaku konsumtif, sehingga acuan dalam memenuhi kebutuhan bukan didasarkan pada keinginan saja, tetapi harus dengan kesesuaian ajaran Islam.

Mengonsumsi barang-barang yang lebih baik dimaksudkan untuk memberikan masyarakat kebahagiaan yang lebih dari yang sudah-sudah, namun pada zaman sekarang masyarakat cenderung terpesona untuk membeli barang-barang yang baru.⁴ Tindakan membeli barang ini bukan karena kebutuhan atau manfaat dari barang tersebut melainkan karena kesenangan.

Seperti halnya di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur masyarakatnya terutama ibu-ibu, mudah sekali terpengaruh oleh pengaruh dari luar. Apabila masuk informasi tentang barang-barang model baru langsung mereka berlomba-lomba untuk membeli tanpa memikirkan barang tersebut bermanfaat atau sesuai tidak dengan kebutuhan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Sugirah, ia mengatakan bahwa membeli barang-barang seperti perabot rumah tangga, pakaian dan sebagainya adalah kepuasan tersendiri baginya. Ia merasa senang setiap kali ada barang baru, ketertarikannya pada model barang tersebut seringkali membuatnya selalu ingin membeli.⁵

Hal serupa juga dikemukakan oleh Ibu Noni salah seorang warga Desa Hargomulyo, ia berpendapat bahwa keinginannya dalam membeli barang

⁴Fromm, Erich, *Masyarakat yang Sehat*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995), h. 148, Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti Dalam Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang. *Ejurnal psikologi* 2013. Diakses Pada Tanggal 06 Juni 2017

⁵Wawancara dengan Ibu Sugirah, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung, Lampung Timur, Tanggal 06 Juni 2017

karena pengaruh tetangga, melihat tetangganya membeli barang baru maka ia juga ikut membelinya padahal barang yang dulu masih bagus tapi sudah tidak *trend* lagi, apabila ia tidak ikut belanja ia merasa ketinggalan jaman.⁶

Ibu Sartini juga mengemukakan bahwa, barang-barang dengan merk tertentu mempunyai penilaian tersendiri apabila orang lain melihatnya. Barang-barang seperti perabot rumah adalah kebutuhan yang harus terpenuhi apalagi kalau mau lebaran semuanya harus baru supaya terlihat beda dari lebaran tahun sebelumnya.⁷

Berdasarkan hal tersebut penting kiranya untuk mengkaji Apa penyebab masyarakat muslim di desa Hargomulyo menjadi konsumtif dan bagaimana pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi dalam Islam. Maka penulis mengangkat judul sebagai berikut “Perilaku Konsumtif Di Tinjau Dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur Di tinjau Dari Konsumsi Islami).”

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apa Penyebab Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur menjadi konsumtif?
2. Bagaimana Pemahaman Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Tentang Prinsip Konsumsi Dalam Islam ?

⁶Wawancara dengan Ibu Noni, masyarakat Desa Hargomulyo, Kecamatan Sekampung, Lampung Timur, Tanggal 06 Juni 2017

⁷Wawancara dengan Ibu Sartini, masyarakat Desa Hargomulyo, Kecamatan Sekampung, Lampung Timur, Tanggal 06 Juni 2017

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Apa Penyebab Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur Menjadi Konsumtif dan Bagaimana Pemahaman masyarakat Muslim Tentang Prinsip Konsumsi Dalam Islam.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai ilmu pengetahuan tentang perilaku konsumtif menurut Islam.

b. Manfaat secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi masyarakat muslim desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai dengan prinsip konsumsi Islam.

D. Penelitian Relevan

Penelitian relevan berisi tentang uraian mengenai hasil penelitian terdahulu tentang persoalan yang akan dikaji. Dalam melakukan tinjauan terdapat judul yang mengangkat tentang Perilaku Konsumtif:

Penelitian yang dilakukan oleh Endang Dwi Astuti yang berjudul: Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda, dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Ibu rumah tangga melakukan pembelian barang atas dasar kesukaan dan ketertarikan terhadap model barang

yang terlihat menarik. Melakukan pembelian tanpa adanya perencanaan, membeli barang atas pertimbangan harga serta tidak mempertimbangkan manfaat maupun kegunaan. Membeli dengan harga yang mahal atau barang dengan merek ternama akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli barang dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda, membeli barang demi menjaga penampilan diri dan gengsi serta membeli barang untuk menjaga status dan simbol.⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Maryati dengan judul, “Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam.” Kesimpulan dari skripsi ini terkait dengan perilaku konsumtif Ibu rumah tangga dalam membeli pakaian yaitu dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari faktor psikologi dan faktor pribadi, sedangkan faktor eksternal terdiri dari faktor sosial dan budaya. Diantara faktor tersebut yang paling berpengaruh yaitu faktor pribadi yang meliputi gaya hidup dan kepribadian.

Terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Dita Septiani dengan judul, “Pengaruh Jual Beli Kredit Terhadap Pola Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Ganjar Agung Metro Barat.” Kesimpulan dari skripsi ini adalah bahwa jual beli kredit ini sangat berpengaruh terhadap pola konsumtif ibu rumah tangga, dimana dapat terlihat bahwa 70% dari 10 ibu rumah tangga memiliki minat untuk membeli pakaian karena mengikuti *trend/* model, dengan

⁸ Endang Dwi Astuti, Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda, (*Ejournal Psikologi*, 2013), diakses pada tanggal 12 Juli 2017

dilihat dari pendapatan yang pas-pasan terlihat memaksakan diri, hanya mengedepankan kesenangan dan keinginan.⁹

Dari hasil penelitian yang dikemukakan di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang akan dilakukan oleh penulis ini memiliki kajian yang berbeda walaupun terdapat beberapa kajian dalam tema yang sama. Akan tetapi dalam penelitian ini penulis menekankan Penyebab Perilaku Konsumtif Masyarakat di Desa Hargomulyo Menjadi Konsumtif dan Bagaimana Pemahaman Masyarakat Tentang Prinsip Konsumsi dalam Islam.

⁹ Dita Septiani, Pengaruh Jual Beli Kredit Terhadap Pola Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Ganjar Agung Metro Barat, *Skripsi*, pada tanggal 12 Juli 2017

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Kata konsumtif mengandung arti, sifat konsumsi yang berlebihan.¹⁰ Perilaku konsumtif adalah keinginan, untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, untuk mencapai kepuasan yang maksimal.¹¹ Dalam artian luas, konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas.¹²

Menurut Rosandi, perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai pada taraf yang sudah irasional.¹³

Perilaku konsumtif adalah perilaku mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder, yaitu barang-barang yang kurang dibutuhkan).¹⁴

¹⁰ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), h. 143

¹¹ Anggarasari, *Jurnal Psikologia*, (Jakarta Rajawali Pers, 1997), h. 16

¹² Ferinadewi, Erna, *Merk dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), h. 34

¹³ Andika Filona Rosandi, *Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya*, (Jakarta, Skripsi, 2004), h. 22

¹⁴ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabet, 2002). Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti Dalam *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang*. *Ejurnal psikologi* 2013. Diakses Pada Tanggal 06 Juni 2017

Sedangkan Waluyo juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku atau gaya hidup yang suka membelanjakan uang tanpa pertimbangan yang matang.¹⁵

Berdasarkan pengertian tentang perilaku konsumtif di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang kurang diperlukan secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional demi mendapatkan kepuasan dan kesenangan dunia.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono, indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena iming-iming
Individu dalam membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli barang bila kemasannya menarik
Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warni yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya. Bertujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status
Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan yang berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar terlihat lebih keren oleh orang lain.

¹⁵ Waluyo, Sumardi, dkk., *Ilmu Pengetahuan Sosial*, (Jakarta: PT. Gramedia, 2008), h.202

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan
Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan artis produk tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)
Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.¹⁶

Anne Ahira juga mengemukakan beberapa indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Membeli barang diluar kemampuan diri
Konsumen memaksakan diri untuk membeli barang yang ia inginkan padahal pendapatannya tidak mencukupi untuk membeli barang tersebut.
- b. Keinginan untuk meniru
Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga keinginan untuk meniru orang lain yaitu agar mereka tidak berbeda dengan anggota kelompoknya.
- c. Keputusan pembelian karena faktor emosi
Kegiatan konsumsi yang didominasi dengan faktor konsumsi juga menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Adanya emosional dalam kegiatan konsumsi, yaitu membeli suatu barang karena pertimbangan kesenangan atau sekedar mengikuti *trend*, dan akan menghasilkan kepuasan pada konsumen karena menganggap telah berhasil mengikuti *trend*.¹⁷

Fromm juga mengemukakan empat indikator perilaku konsumtif, sebagai berikut:

- a. Pemenuhan keinginan (*wants*)
Rasa puas pada manusia tidak pernah habis dan semakin meningkat oleh karena itu manusia selalu ingin lebih untuk memenuhi rasa puasanya.
- b. Barang diluar jangkauan
Saat individu menjadi konsumtif maka semakin lama tindakan mengkonsumsi menjadi kompulsif dan tidak rasional. Individu akan selalu

¹⁶ Sumartono, Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi, (Bandung: Alfabet, 2002). Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti Dalam Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang. *Ejurnal psikologi* 2013. H. 148-156. Diakses Pada Tanggal 06 Juni 2017

¹⁷ Anne Ahira, <http://Anneahira.com/Hubungan-antara-Kebiasaan-Belanja-dengan-Perilaku-Konsumtif-Remaja/html>.07 Desember 2018

belum puas dan akan terus mencari kepuasan dengan cara membeli barang-barang baru. Individu tidak lagi melihat pada kebutuhan dirinya dan kegunaan barang tersebut bagi dirinya.

c. Barang tidak produktif

Penggunaan barang berlebihan membuat konsumsi menjadi tidak jelas dan barang menjadi tidak produktif. Individu selalu tidak puas dengan apa yang dimilikinya sehingga dia selalu membeli barang walaupun sebenarnya barang tersebut belum tentu penting untuknya.

d. Status

Perilaku individu bisa digolongkan sebagai konsumtif jika individu memiliki barang-barang lebih karena pertimbangan status. Tindakan konsumsi itu sendiri tidak lagi merupakan pengalaman yang berarti, manusiawi dan produktif karena hanya merupakan pengalaman “pemuasan angan-angan” untuk mencapai sesuatu (status) melalui barang atau kegiatan yang bukan merupakan bagian dari kebutuhan dirinya.¹⁸

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif disebabkan oleh banyak hal, diantaranya adalah membeli produk karena iming-iming atau hadiah yang ditawarkan, membeli barang karena kemasannya menarik, atas pertimbangan harga, demi menjaga penampilan diri, sekedar simbol status, harga mahal menimbulkan rasa percaya diri, mencoba lebih dari dua produk yang sejenis, membeli diluar kemampuan, keinginan untuk meniru, faktor emosi, pemenuhan keinginan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif dan juga status.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan.

¹⁸ library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc. Tentang BAB II Tinjauan Pustaka 2.1 *Perilaku Konsumtif*. Diakses pada tanggal 25 Januari 2018

Menurut Swastha dan Handoko ada dua elemen penting tentang perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis.¹⁹

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif meliputi:

Ada dua kekuatan dari faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Kekuatan sosial budaya terdiri dari faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan (*small reference group*) dan keluarga, sedangkan kekuatan psikologis terdiri dari pengalaman belajar, kepribadian, sikap, keyakinan dan gambaran diri (*self concept*).²⁰

Berdasarkan pendapat di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi faktor budaya, tingkat sosial, kelompok acuan, dan faktor psikologis seperti kepribadian, sikap dan keyakinan.

Untuk lebih jelasnya faktor-faktor diuraikan sebagai berikut:

a. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan mempunyai pengaruh yang paling luas dan yang paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur dan kelas sosial pembeli.

1). Kultur

Kultur adalah faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia, perilaku biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, preferensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula. Sehingga pemasar sangat dianjurkan melihat pergeseran kultur tersebut, untuk dapat menyediakan produk-produk baru yang diinginkan oleh konsumen.

¹⁹ Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, 1997), h. 64

²⁰ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Refika Aditama, Cet. 4, 2009), h. 39

Berdasarkan uraian di atas, dapat dijelaskan bahwa kultur berarti kebudayaan, dimana setiap masyarakat yang tinggal di daerah yang berbeda-beda, maka kultur atau kebudayaan mereka akan mengikuti lingkungan sekitar.

2). Sub-Kultur

Setiap kultur mempunyai sub-kultur yang lebih kecil, atau kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama.²¹

Berdasarkan uraian di atas, bahwa sub-kultur ialah bagian dari kultur, yang artinya bagian kecil dari kelompok besar yang memiliki sistem nilai dan pengalaman situasi hidup yang sama.

3). Kelas Sosial

Kelas sosial adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya. Kelas sosial memperlihatkan preferensi produk dan merek yang berbeda.

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.²² Kelas sosial dapat diartikan pula “susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai minat dan perilaku yang sama.”²³

²¹ Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar (dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel)*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), h. 86

²² Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen.*, h. 41

²³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 7

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, kelas sosial adalah pembagian anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki status kelas yang berbeda, sehingga pada anggota setiap kelas secara relatif mempunyai status yang sama dan pada anggota kelas lainnya mempunyai status yang lebih tinggi atau lebih rendah.²⁴

Berdasarkan pendapat di atas, kelas sosial mengacu pada 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 serta penggunaannya dalam memenuhi kebutuhan.

Kelas sosial tidak mengacu pada sekumpulan individu yang tinggal dalam satu komunitas, tetapi lebih didasarkan pada kesamaan perilaku konsumsi sebagai akibat kesamaan pendapat 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 dan pendapatan.

Perbedaan kelas sosial dapat dijelaskan sebagai berikut:

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

²⁴ Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazer Kanuk, *Consumer behavior (Perilaku Konsumen)*, alih bahasa Zoelkifli Kasip, (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008), h. 329

- 3) Kelas sosial rendah, cenderung membeli barang dengan mementingkan kuantitas daripada kualitasnya, pada umumnya mereka membeli barang untuk kebutuhan sehari-hari. Memanfaatkan penjualan harga promosi.²⁵

Mengacu kutipan diatas, kelas sosial dikelompokkan kedalam tiga kelompok sosial, yaitu pertama, kelompok sosial atas dimana kecenderungan masyarakat untuk membeli barang-barang mewah dan berkualitas. Kedua, kelompok sosial menengah, cenderung membeli barang yang berkualitas namun dengan sistem kredit, yang terpenting nampak kekayaannya. Ketiga, kelas sosial rendah cenderung lebih mengutamakan kebutuhan sehari-hari walaupun harga barang tidak mahal dan tidak bermerk.

b. 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 langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Orang sering dipengaruhi oleh kelompok rujukan dimana ia tidak menjadi anggotanya. Pemasar dalam hal ini berupaya mengidentifikasi kelompok rujukan dari pasar sasarannya. Kelompok ini dapat mempengaruhi pada perilaku dan gaya hidup. Mereka dapat mempengaruhi pilihan produk dan merk yang akan dipilih seseorang.²⁶

²⁵ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen.*, h. 43

²⁶ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen.*, h. 88

Berdasarkan pendapat di atas, kelompok anutan ini 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 pembandingan (rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus bagi perilaku.”²⁷

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 bertingkah laku. Anggota kelompok *reference* sering menjadi penyebab dan pengaruh di kalangan masyarakat dalam hal selera konsumsi sehingga menyebabkan sebagian kalangan masyarakat mengikuti selera mereka, dan menimbulkan keseragaman dalam perilaku konsumsi di kalangan masyarakat.²⁸

Memahami pendapat di atas, dapat dikemukakan bahwa keputusan konsumsi oleh individu tidak terlepas dari pengaruh kelompok yang dianggapnya bisa dijadikan panutan dalam hal bergengsi ataupun menimbulkan rasa percaya diri. 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..

²⁷ Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazer Kanuk., h. 107

²⁸ Soekarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 235

c. Kepribadian

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.²⁹

Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.³⁰ Kepribadian didefinisikan sebagai “ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang merespon terhadap lingkungannya.”³¹

Stimulus konsumen 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 respon dari diri konsumen sehingga menjadi keputusan konsumsi.

d. 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

²⁹ Bilson Simamora, *memenangkan pasar (Dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel)*., h. 87

³⁰ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen.*, h. 46

³¹ Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazer Kanuk, *Consumr Behavior (Perilaku Konsumen)*., h.

atau tidaknya suatu produk, juga berpengaruh terhadap perilaku konsumen.³²

Dalam hubungannya perilaku konsumen, sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk dan pelayanan.³³ 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.³⁴

Berdasarkan uraian 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 merk, 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.

³² Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar (dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel)*, h. 87

³³ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen.*, h. 47

³⁴ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen.*, h. 14

B. Konsumsi Dalam Islam

1. Pengertian Konsumsi Dalam Islam

Pengertian konsumsi dalam perspektif Islam dijelaskan sebagai berikut:

Konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tetapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan mendasar dengan konsumsi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman *syariah Islamiyah*.³⁵

Mengacu pendapat di atas, dapat dipahami bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam adalah penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dengan cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman *syariah Islamiyah* dan tujuannya yang harus sesuai dengan prinsip syariah.

Konsumsi dalam ekonomi Islam tidak sebatas nilai guna atas barang atau jasa, tetapi mengaitkannya dengan syariah sebagai pedoman, baik dalam proses memperoleh barang dan jasa, maupun dalam menggunakannya. Acuan syariah dalam konsumsi Islam mengandung arti bahwa konsumen adalah sebuah subyek ekonomi yang dapat diberi beban tanggung jawab dalam mengelola harta, dan memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia untuk kepentingan dirinya dan lingkungannya.³⁶

³⁵Arif, Pujiono, Teori Konsumsi Islami, Dalam *Journal Dinamika Pembangunan*, Vol.3, No.2/ Desember 2006, h.196

³⁶*Ibid.*, h.163

2. Tujuan Konsumsi Islam

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

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah Swt. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.³⁷

Memahami pendapat di atas, bahwasannya pemanfaatan barang dan jasa tidak terlepas dari motivasi ibadah. Motivasi ibadah tersebut didasari oleh kesadaran bahwa semua anugerah dan kenikmatan dari segala sumber daya yang diterima, merupakan ciptaan dan milik Allah Swt secara mutlak dan akan kembali kepada-Nya. Konsumsi jika disertai dengan motivasi ibadah dalam rangka ketakwaan, supaya badan sehat dalam menjalankan ibadah kepada Allah Swt, maka konsumsi tersebut memiliki dimensi akherat.

³⁷ Arif pujiono, *Teori Konsumsi*, h. 198

Tujuan konsumsi Islam tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan material saja, tetapi bertujuan pula untuk memenuhi tujuan spiritual. Menurut Andi Bahri S, tujuan spiritual yang hendak dicapai dari konsumsi meliputi tujuan sebagai berikut:

- a. Pembentukan jiwa syukur akan karunia Allah. Dalam pandangan seorang konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realisasi rasa syukur kepada Allah.
- b. Pembentukan ahli ibadah yang bersyukur. Seorang konsumen muslim yang telah mengkonsumsi 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.³⁸

Berdasarkan pendapat di atas, konsumsi dalam ekonomi Islam berkaitan erat dengan rasa syukur atas karunia Allah, karena dapat memperoleh barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan. Rasa syukur tersebut mendorong terciptanya kepuasan spiritual, sehingga konsumen dapat merasa cukup dengan rezeki yang diterima, walaupun jumlahnya tidak banyak.

Konsumsi dalam ekonomi Islam juga 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 beribadah kepada Allah.

Tujuan akhir dalam konsumsi Islam bukan hanya menghabiskan manfaat barang atau jasa, tetapi sebagai sarana manusia untuk mewujudkan

³⁸ Andi Bahri S, Etika dalam Perspektif Ekonomi Islam, dalam Hunafa: *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, Desember 2014, h. 364

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 Swt. Hal ini berarti bahwa tujuan utama konsumsi dalam Islam adalah untuk mendukung manusia dalam rangka beribadah kepada Allah.

3. Prinsip Konsumsi Dalam Islam

Perbedaan antara ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi, adalah terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengetahui paham materialistis dari pola konsumsi modern.³⁹ Hendrie berpendapat, dalam Islam justru berjalan sebaliknya menganjurkan cara konsumsi yang moderat dan proporsional.⁴⁰ Intinya, dalam Islam harus diarahkan secara benar dan proporsional, agar kesetaraan dan keadilan untuk semua bisa tercipta.

Islam adalah agama yang dalam ajarannya terdapat aturan-aturan mengenai segenap perilaku manusia. Begitu pula dalam masalah konsumsi, manusia diatur supaya dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seperti ayat di bawah ini:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

³⁹ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 2007), h. 44

⁴⁰ Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003), h. 67

Artinya: “ Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; sungguh syaitan itu musuh yang nyata bagimu.” (Al-Baqarah/2: 168)⁴¹

Konsumsi merupakan salah satu penggunaan dan pemanfaatan sumber daya atau barang-barang yang ada atau yang telah tersedia di dunia ini. Penggunaan dan pemanfaatan sumber daya dalam Islam di atur supaya digunakan secara baik.⁴²

Menurut Amin Suma, mensyukuri ekonomi dalam objek harta kekayaan (*al-mal*) itu antara lain dengan jalan yang serba *halalan thayyiban*, baik dalam hal produksi dan distribusinya, dan terutama dalam memperoleh dan mengkonsumsinya. Mengonsumsi barang dan jasa halal merupakan syarat utama bagi kehidupan manusia.⁴³

Kegiatan konsumsi dalam Islam, akan menitik beratkan pada mensyukuri nikmat yang telah Allah berikan dengan cara yang baik dan pada hal-hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain.

Kegiatan konsumsi dalam agama Islam dikendalikan oleh lima prinsip, antara lain:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda, baik mengenai mencari rezeki secara halal dan melarang yang dilarang dalam ketentuan agama.⁴⁴ Berikut indikator prinsip keadilan, antara lain: sesuatu yang dikonsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan

⁴¹ Departemen Agama RI, *Syamil Al-Qur'an dan Terjemahnya :Special for Women*, (PT. Syamil Al-Quran: Bogor, 2007), h. 28

⁴² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2000), h. 20

⁴³ M. Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Tangerang: Kholam Publishing, 2008), h. 322

⁴⁴ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam.*, h. 45

hukum, tidak boleh menimbulkan kezhaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan. Menurut Afzalurrahman “kehidupan yang paling baik menurut Al-Qur’an adalah menikmati kehidupan secara seimbang tanpa harus menitik beratkan pada satu pihak secara ekstrim.”⁴⁵ Sesuai ayat di bawah ini:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ
 اللَّهُ فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ
 رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya: “Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelin dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Al-Baqarah: 173)⁴⁶

Ayat di atas menjelaskan bahwa agama Islam sangat menjunjung tinggi keadilan, umat Islam hanya diperkenankan mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal, akan tetapi ada keringanan bagi umat yang terpaksa dan dalam keadaan darurat untuk mempertahankan hidup, maka bisa mengkonsumsi bangkai ataupun makanan yang diharamkan lainnya.

⁴⁵ Afzalurrahman, alih bahasa Soeryono Nastangin, *Doktrin Ekonomi Islam, jilid II*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 20

⁴⁶ Departemen Agama RI., h. 32

b. Prinsip Kebersihan

Prinsip yang kedua yang tercantum dalam Al-Quran dan *Sunnah*, tentang makanan ialah harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera, diberkahi Allah, dan memiliki manfaat bagi kesehatan tubuh. Karena itu, tidak diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Jadi semua yang diperbolehkan makan dan minum itu adalah yang bersih dan bermanfaat. Sunnah Rasulullah SAW juga menyatakan bahwa kebersihan adalah sebagian dari iman. Salman meriwayatkan, bahwa Rasulullah SAW berkata, ”*makanan diberkahi jika kita mencuci tangan sebelum dan setelah memakannya.*” (Tarmidzi, *miskhat*).⁴⁷

Islam mengajarkan barang yang dikonsumsi harus bersih dan suci. Kebebasan yang diberikan Islam dalam pemanfaatan atau pembelanjaan harta, untuk membeli barang-barang yang baik dan yang halal demi kepentingan hidup manusia agar tidak melanggar batas-batas kesucian yang telah ditetapkan, kebersihan makanan maupun pakaian ditetapkan dalam Islam karena hal ini akan menjamin kesehatan semua umat muslim, jika semuanya mengkonsumsi barang-barang yang bersih.

c. Prinsip kesederhanaan

Islam menetapkan jalan yang baik bagi semua umat muslim, di tengah modernitas hidup.⁴⁸ Perbuatan yang melampaui batas

⁴⁷ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam.*, h. 46

⁴⁸ *Ibid.*, h. 50

(*israf*) adalah pemborosan (*tabzir*) yang artinya membuang-buang dan menghamburkan harta tanpa faedah dan mencari pahala. Disatu lain, dilarang membelanjakan harta secara berlebihan semata-mata menuruti hawa nafsu, di sisi lain juga dilarang berbuat menjauhkan diri dari kesenangan menikmati barang yang baik dan halal di dalam kehidupan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT, sebagai berikut:

﴿يَبْنَىِٔ ءَاۤءَمَ ۡحُدُوْا زِيۡتَتَكُمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسۡجِدٍ وَكُلُوْا وَاشۡرَبُوْا وَلَا تُسۡرِفُوْا اِنَّهُۥ لَا يُحِبُّ الْمُسۡرِفِيۡنَ ۝۳۱﴾

Artinya: “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”(Al-A’raf: 31)⁴⁹

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah SWT tidak menyukai umat yang berlaku berlebihan dalam kegiatan konsumsi, manusia juga harus menyeimbangkan dan mempertimbangkan apa yang menjadi kebutuhan hidupnya dan berlaku sederhana dalam kegiatan konsumsi.

Setiap muslim dianjurkan untuk mengkonsumsi barang yang menjadi kebutuhan, akan tetapi dalam kegiatan konsumsi itu sendiri tidak dianjurkan mengkonsumsi sebanyak-banyaknya, tetapi tetap harus dengan prinsip kesederhanaan. Anjuran di atas juga bermanfaat untuk menyeimbangkan antara keinginan untuk memenuhi kebutuhan sekarang dan kebutuhan masa depan.

⁴⁹ Departemen Agama RI., h. 154

Setiap umat muslim harus mempertimbangkan kebutuhan selanjutnya, karena jika harta yang digunakan untuk mengkonsumsi suatu barang dihabiskan dengan boros pada satu kebutuhan saja, maka akan mendapatkan kesulitan untuk memenuhi kebutuhan lainnya.

Berikut indikator prinsip kesederhanaan, antara lain: tidak berlebih-lebihan, tidak kikir, tidak bakhil, berperilaku moderat, dan berperilaku profesional maksudnya dapat menyiasati antara keinginan dan kebutuhan.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dalam hal ini agama Islam memerintahkan agar senantiasa memperhatikan tetangga dan saudara dengan saling berbagi bersama.⁵⁰ Saling berbagi dengan saudara dan tetangga yang membutuhkan juga merupakan prinsip kemurahan hati yang dianjurkan dalam Islam. Hal ini dijelaskan dalam firman Allah Swt:

فَجُمِعَ السَّحَرَةُ لِمِيقَاتِ يَوْمٍ مَّعْلُومٍ ﴿٣٨﴾

Artinya: “ Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menginfakkan sebagian dari rezki yang Kami berikan kepada mereka.”(As-Syuura:38)⁵¹

Agama Islam sangat menganjurkan untuk saling tolong-menolong dengan saudara muslim lainnya, agar dapat saling berbagi dan membantu dalam kebaikan. Sedekah juga sebagai sarana untuk

⁵⁰ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 110

⁵¹ Departemen Agama RI., h. 487

membersihkan hati dan sifat bakhil, dan dapat memberikan ketenangan hati. Hal ini dikarenakan ada hak orang lain yang membutuhkan, di dalam harta yang diberikan Allah Swt.

e. Prinsip Moralitas

Prinsip yang terakhir ini adalah prinsip penting yang menjelaskan tentang kondisi moralitas bagi seorang konsumen muslim dalam melakukan aktifitas ekonomi, konsumsi terhadap makanan bertujuan untuk keuntungan langsung tetapi juga bagaimana tujuan akhirnya, yakni untuk meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual.⁵²

Konsumsi seorang muslim harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan. Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan.

Prinsip ini menjelaskan bahwa seseorang akan merasakan sedikit kenikmatan atau keuntungan yang diperoleh dari minuman keras dan makan-makanan yang terlarang, disebabkan hal tersebut dilarang dan karena adanya bahaya yang mungkin timbul lebih besar dari pada kenikmatan atau keuntungan yang mungkin diperoleh.

⁵² Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam.*, h. 47

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang penulis gunakan adalah jenis penelitian kualitatif lapangan, yaitu: penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan statistik atau cara kuantifikasi lainnya.⁵³ Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia.⁵⁴

Lokasi penelitian adalah Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. Adapun yang menjadi obyek penelitian adalah penyebab perilaku konsumtif masyarakat muslim di Desa Hargomulyo dan Bagaimana Pemahaman Masyarakat Tentang Prinsip Konsumsi Dalam.

2. Sifat Penelitian

Penelitian bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi saat sekarang.⁵⁵ Berdasarkan sifat penelitian di atas, maka penelitian ini berupaya mendeskripsikan secara sistematis dan faktual penyebab perilaku konsumtif masyarakat muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, didasarkan pada data-data yang terkumpul selama penelitian dan dituangkan dalam bentuk laporan atau uraian.

⁵³ Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet-1, h.6

⁵⁴ Noor, Juliansyah, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011), h. 33-34

⁵⁵ *Ibid.*,h. 34

B. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer adalah subyek yang dapat memberikan data secara langsung.⁵⁶ Data dalam hal ini penulis melakukan penelitian langsung di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

Adapun dalam menentukan responden sebagai sumber data primer, digunakan *sample aksidental*, yaitu metode penentuan sampelnya didasarkan atas kebetulan atau tidak kesengajaan tanpa ada pertimbangan apapun atau siapa saja yang ditemui oleh peneliti secara langsung.⁵⁷ Adapun masyarakat yang dijadikan sample adalah tujuh orang dari seluruh masyarakat di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, responden tersebut untuk mendapatkan informasi yang akan menjadi bahan utama dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian diatas , Penulis mengambil tujuh Ibu rumah tangga yang akan penulis jadikan sampel dalam penelitian ini. Dimana tujuh ibu rumah tangga tersebut adalah Ibu Iis, Ibu Noni, Ibu Umayah, Ibu Sugirah, Ibu Sri, Ibu Eni, Ibu Sartini. Para Ibu rumah tangga tersebut penulis ambil dari 32 orang dan kelima diantaranya memiliki sikap dan perilaku konsumtif, sedangkan dua diantaranya biasa-biasa saja dalam membeli barang.

⁵⁶ S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 143.

⁵⁷ Sofian Effendi, *Metode Penelitian survei*, (Jakarta: LP3ES, 2012), h. 173

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau melalui dokumen.⁵⁸ Untuk mendapatkan data kepustakaan maka digunakan sumber kepustakaan antara lain: Al-Qur'an dan Hadist serta buku-buku fiqih muamalah yang dapat dijadikan acuan teoritik tentang perilaku konsumtif dan prinsip-prinsip konsumtif dalam Ekonomi Islam yang diantaranya buku dari, Anwar Prabu Mangkunegara, yang berjudul Perilaku Konsumen, Edisi revisi, Al-Ghazali, Al-Halalwal Haram, alih bahasa Iwan Kurniawan, Arif Pujiono Dalam Teori Konsumtif Islam dalam Journal Dinamika Pembangunan, dan Andai Bahri S, yang berjudul Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam.

C. Metode Pengumpul Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mengumpulkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka penulis tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar yang ditetapkan. Menurut Sugiyono, “Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada kondisi alamiah, sumber data primer dan teknik pengumpulan data lebih banyak pada observasi berperan serta, wawancara mendalam dan dokumentasi.”⁵⁹

Mencermati uraian di atas, maka metode pengumpulan yang dipilih oleh penulis dalam penelitian adalah wawancara dan dokumentasi.

⁵⁸ *Ibid.* h.62

⁵⁹ *Ibid.* h.63

1. Metode Wawancara (*interview*)

Wawancara diartikan sebagai “dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari narasumber.”⁶⁰ Menurut Burhan Bungin, “wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai.”⁶¹

Jenis wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara mendalam, yaitu “wawancara yang dilakukan secara informal.” Dalam wawancara mendalam “hubungan pewawancara dengan responden adalah dalam suasana wajar, sedangkan pertanyaan dan jawabannya berjalan seperti pembicaraan biasa dalam kehidupan sehari-hari.

Wawancara dilakukan kepada sumber data primer, yaitu masyarakat muslim di Desa Hargomulyo. Data-data yang diharapkan dari wawancara mendalam tersebut yaitu: data tentang penyebab perilaku konsumtif masyarakat muslim di Desa Hargomulyo dan pemahaman masyarakat muslim tentang prinsip konsumsi Islam.

2. Metode Dokumentasi

Dalam pengumpulan data penulis juga menggunakan metode dokumentasi yaitu pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen.⁶² Metode dokumentasi merupakan cara yang digunakan untuk mengumpulkan data berupa dokumen tertulis yang mengandung keterangan

⁶⁰ Suharsimi, Arikunto, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Praktis)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), h.132

⁶¹ Burhan, Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h. 133

⁶² Husaini Usman, Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h.57

dan penjelasan serta pemikiran tentang fenomena yang masih aktual dan sesuai dengan masalah penelitian.⁶³

D. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan metode analisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi. Dikarenakan data dalam penelitian ini termasuk jenis data kualitatif, maka analisa terhadap data tersebut tidak harus menunggu sampai selesainya pengumpulan data. Analisa data kualitatif bersifat *interactiv* (berkelanjutan) dan dikembangkan sepanjang program.⁶⁴

Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa data kualitatif berdasarkan teori Miles dan Huberman sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono, “ Aktivitas dalam analisa data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas.⁶⁵

Analisa data mengacu kepada penyebab masyarakat muslim di Desa Hargomulyo menjadi konsumtif dan pemahaman masyarakat muslim tentang prinsip konsumsi Islam. Setelah data terkumpul, dipilah-pilah dan disajikan, maka diambil kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif, yaitu penarikan kesimpulan dari hal-hal yang khusus menuju kepada hal-hal umum. Metode tersebut digunakan untuk menganalisa penyebab perilaku konsumtif

⁶³ Muhammad, *Metodelogi penelitian Ekonomi Islam, Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, Persada, 2008), h.152

⁶⁴ *Ibid*, h.192

⁶⁵ *Ibid*, h.191

masyarakat muslim di Desa Hargomulyo dan pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi Islam yang selanjutnya menjadi kesimpulan umum.

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Sejarah Berdirinya Desa hargomulyo Kecamatan Sekampung

Desa Hargomulyo pada mulanya adalah hutan belantara yang masih terdapat binatang buas. Pada masa pemerintahan kolonial belanda diadakan kolonisasi yaitu pemindahan penduduk dari Pulau Jawa ke Pulau Sumatera untuk membuka hutan. Tepat pada hari jumat *legi*, Bulan Maulid tahun 1359 Hijriah atau tanggal 4 Juli 1941 Masehi datanglah para transmigran dari daerah pulau Jawa sebanyak 500 KK di desa ini untuk membuka hutan.⁶⁶

Setelah hutan dibuka berupa lahan didirikanlah bedeng-bedeng yaitu gubug los panjang yang terbuat dari tiang kayu bulat dengan atap daun nipah dan dindingnya dari kulit kayu. Setiap KK diberi garapan 1 (satu) bahu peladangan dan seperempat bahu pekarangan, tiap bedeng diketahui oleh seorang ketua bedeng yaitu:

1. Ketua Bedeng I : Bapak Jumadi Atmo (Almarhum)
2. Ketua Bedeng II : Bapak Juadirejo (Almarhum)
3. Ketua Bedeng III : Bapak Harjo Suyono (Almarhum)
4. Ketua Bedeng IV : Bapak Sastrodiharjo (Almarhum)

Kemudian oleh pemerintah Belanda bedeng tersebut diberi urutan nomor 66 (sampai sekarang menjadi bedeng 66), dan selanjutnya dari bedeng-bedeng tersebut diperintahkan untuk membentuk Pemerintahan

⁶⁶ Dokumentasi profil umum Desa Hargomulyo, dicatat tanggal 24 Maret 2018

Kampung. Maka terpilihlah Bapak Ngadi Wiranu sebagai Kepala Kampung dan carik Bapak Sukarjo dengan membawahi 4 Ketua Bedeng.

Pada pemerintahan Bapak Ngadi Wiranu inilah nama Desa Hargomulyo ditetapkan setelah diadakannya musyawarah dengan perangkat desa yang lain. Nama Hargomulyo berasal dari kata “Hargo” artinya gunung dan “Mulyo” artinya mulia. Jadi nama Hargomulyo mengandung arti “dari kehidupan gunung yang masih hutan penduduknya dapat hidup mulia”.

Semasa pemerintahan Jepang penduduk di daerah ini banyak yang meninggal dunia akibat kerja paksa, semula orang di daerah ini berjumlah 500 KK menjadi 260 KK, yang terbagi tiap bedeng. Bertitik tolak dari kemerdekaan Indonesia pada tanggal 17 Agustus 1945, maka pemerintahan desa semakin disempurnakan dan kehidupan masyarakat berangsur-angsur semakin baik. Sampai sekarang setelah Bapak Ngadi Wiranu berakhir masa jabatannya pemerintahan desa telah mengalami beberapa kali pergantian kepala desa. Adapun kepala desa yang pernah menjabat di desa Hargomulyo dari tahun 1941 sampai sekarang adalah sebagai berikut:

Bapak Ngadi Wiranu menjabat selama 3 (tiga) tahun (1941-1944). Selanjutnya, Sugiman Ibnu Saputro menjabat selama 4 (empat) periode (1944-1965). Pada tahun 1965-1967, Burhanudin menjabat sebagai PJS. Untuk tahun selanjutnya, Wiryo Wiharjo menjabat selama 2 (dua) tahun yakni 1967-1969. Sementara pada tahun 1969 Pujodiyono menjabat kurang dari 1 (satu) tahun. Pada masa jabatan Soewardjo, beliau menjabat sebagai Kepala Desa selama 22 (dua puluh dua) tahun (1969-1998). Juga pada masa

jabatan Rakimin, yang menjabat selama 14 (empat belas) tahun (1999-2013). Dan untuk periode saat ini, Setyo Harsono, S.Pd menjabat mulai dari tahun 2014 hingga sekarang dan atau sampai masa jabatannya habis pada tahun 2019.⁶⁷

2. Visi, dan Misi Desa Hargomulyo

a. Visi

Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meningkatkan pembangunan desa.

b. Misi

Misi yang ingin diwujudkan oleh aparat dan penduduk desa Hargomulyo adalah sebagai berikut:

- 1) Pemerataan pembangunan di setiap dusun.
- 2) Peningkatan pelayanan kepada masyarakat.
- 3) Meningkatkan sumber daya masyarakat.
- 4) Menciptakan suasana aman, nyaman, adil, sejahtera dan makmur.⁶⁸

3. Struktur Pemerintahan Desa Hargomulyo

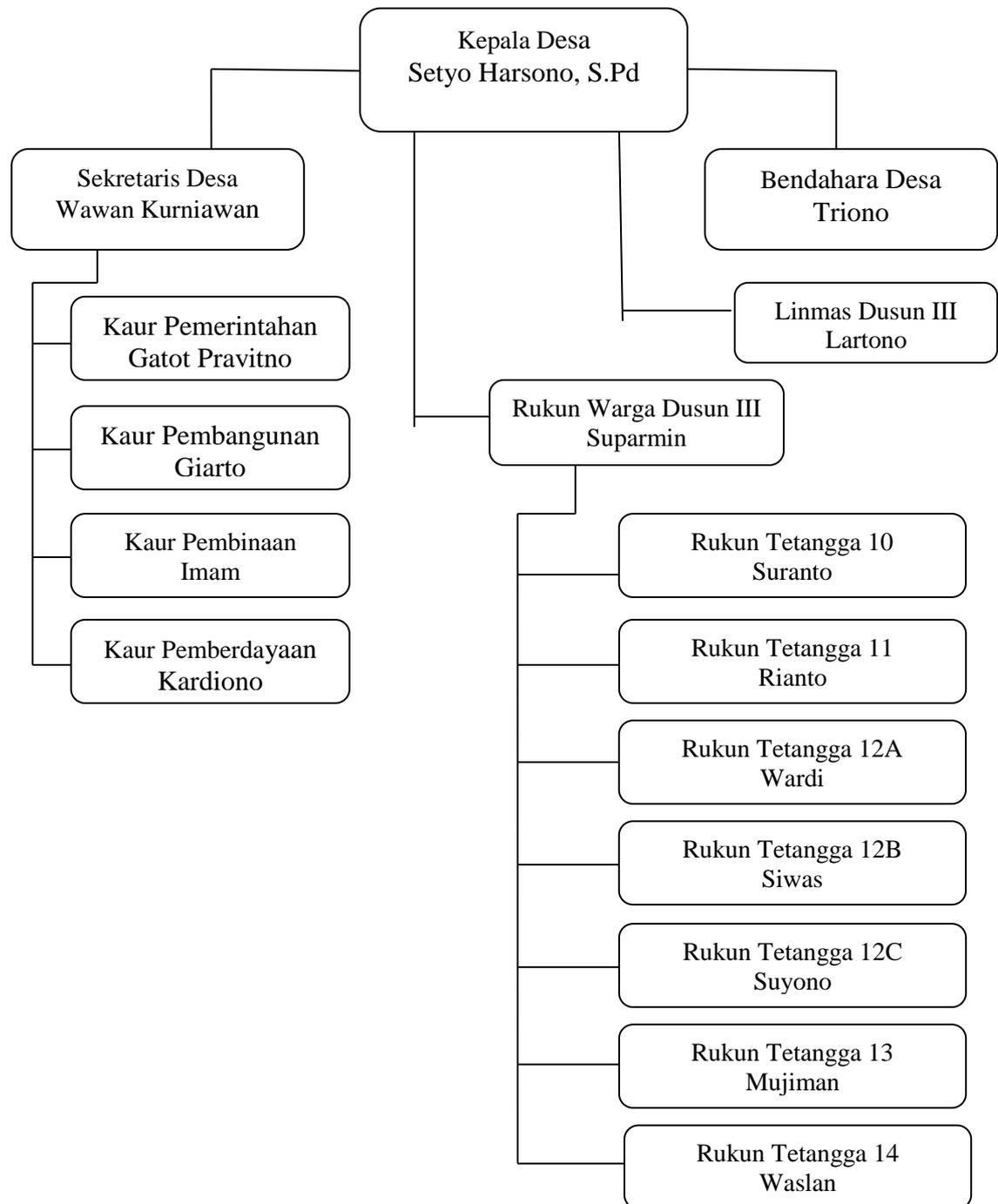
Setiap pemerintahan dalam sebuah birokrasi tentunya didalamnya terdapat sebuah struktur pemerintahan, terlebih lagi di negara Indonesia, yang sistem pemerintahannya mulai dari tingkat nasional hingga tingkat desa bahkan tingkat lingkungan pun sudah terbentuk. Berikut struktur

⁶⁷ Dokumentasi profil Desa hargomulyo, dicatat tanggal 24 Maret 2018

⁶⁸ Dokumentasi profil Desa Hargomulyo, dicatat tanggal 24 Maret 2018

organisasi yang ada di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

a. Struktur Pemerintahan Desa Hargomulyo



b. Demografi Kependudukan Desa Hargomulyo⁶⁹

Tabel IV.1
Letak Geografis Desa Hargomulyo

Nama Desa	Hargomulyo
Kecamatan	Sekampung
Kabupaten	Lampung Timur
Propinsi	Lampung
Luas Wilayah Desa Hargomulyo	675 Hektar
Batas Wilayah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebelah Utara berbatasan dengan: Desa Sumpersari 2. Sebelah Selatan berbatasan dengan: Desa Girikarto 3. Sebelah Timur berbatasan dengan: Desa Tanjung Harapan 4. Sebelah Barat berbatasan dengan: Desa Wonokarto

Tabel IV.2
Jumlah Penduduk Desa Hargomulyo berdasarkan Jenis Kelamin

1	Laki-laki	3.530 jiwa
2	Perempuan	3.438 jiwa
3	Jumlah Penduduk	6.968 jiwa

Tabel IV.3
Tempat Pendidikan di Desa Hargomulyo

1	TK / PAUD	6 unit
2	SD/ MI	4 unit
3	SMP/MTS	2 unit
4	SMA/ SLTA	1 unit

⁶⁹ Dokumentasi profil Desa Hargomulyo, dicatat tanggal 24 Maret 2018

Tabel IV.4
Jumlah penduduk berdasarkan pekerjaan

No	Mata Pencaharian	Jumlah
1	PNS/ TNI/ POLRI	86 orang
2	Pens. PNS/TNI/ POLRI	6 orang
3	Guru	34 orang
4	Bidan/ Perawat	10 orang
5	Karyawan swasta	16 orang
6	Pedagang	195 orang
7	Petani	647 orang
8	Tukang	66 orang
9	Sopir	94 orang
10	Buruh pekerja	2.541 orang

Tabel IV.5
Jumlah penduduk berdasarkan Agama

1	Agama Islam	6.484 orang
2	Agama Kristen Katolik	360 orang
3	Agama Kristen Protestan	30 orang

B. Gambaran Umum Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo

Desa Hargomulyo termasuk dalam Kecamatan Sekampung. Dimana Kecamatan Sekampung sendiri memiliki 17 Desa yaitu: Sumbergede, Sumber Sari, Giriklopo Mulyo, Trimulyo, Sambu Karto, Wonokarto, Hargomulyo, Sukoharjo, Sidomulyo, Girikarto, Sidodadi, Sidomukti, Karya Mukti, Mekar Mulyo, Jadi Mulyo, Mekar Mukti, dan Mekar Sari.

Desa Hargomulyo memiliki 7 dusun dan masing-masing dusun tersebut memiliki beberapa RT, antara lain: Dusun 1 (RT 01, 02 dan 03), Dusun 2 (RT 04, 05, 06, 07, 08 dan 09), Dusun 3 (RT 10, 11, 12A, 12B, 12C, 13 dan 14), Dusun 4 (RT 15, 16, 17 dan 18), Dusun 5 (RT 19, 20, 21, 22 dan 23), Dusun 6 (RT 24, 25 dan 26), Dusun 7 (RT 27, 28, 29 dan 30).

Masyarakat Desa Hargomulyo terdiri dari berbagai adat istiadat namun mayoritas bersuku Jawa, dan terdiri dari kepercayaan yang berbeda akan tetapi dapat menjalin persatuan dan kesatuan, dengan kenyataan yang ada Desa Hargomulyo masyarakatnya nampak menonjol dalam bidang keagamaan, perekonomian dan pembangunan yang sifatnya gotong royong.⁷⁰

Desa Hargomulyo sudah berkembang secara bertahap dan sudah terlihat hasilnya, baik di bidang keagamaan, pendidikan, hingga pertanian. Letak daerah yang strategis dan besarnya keinginan masyarakat berpartisipasi untuk memajukan desa menjadi penggerak berkembangnya Desa Hargomulyo.

Bidang pertanian, masyarakat Desa Hargomulyo memang hampir setengahnya memiliki mata pencaharian sebagai petani. Adapun tanaman yang menjadi komoditas utama adalah padi, jagung, kacang hijau, kakao, kelapa, dan lain-lain. Pantas kiranya bahwa desa Hargomulyo merupakan salah satu desa lumbung pangan di Kecamatan Sekampung. Lahan persawahan dapat ditemui di sepanjang jalan desa Hargomulyo terutama Hargomulyo 66A dan 66C. Selain berkonsentrasi pada tanaman padi, ada juga potensi dari tanaman buah yaitu jambu air. Desa yang paling mendominasi penghasil jambu air adalah desa Hargomulyo 66B, ini bisa dilihat dari hampir semua rumah penduduk minimal memiliki 3-4 pohon jambu air.

⁷⁰ Dokumentasi profil Desa Hargomulyo, dicatat tanggal 24 Maret 2018

Bidang pendidikan, potensi pendidikan di desa Hargomulyo sangat besar baik pendidikan formal maupun non-formal. Pendidikan formal, untuk pendidikan anak usia dini memiliki banyak sekolah PAUD yang tersebar hampir di setiap desa. Pendidikan Dasar yang ada di Hargomulyo terdapat empat sekolah dasar, pendidikan menengah pertama memiliki satu sekolah dan menengah atas memiliki satu sekolah. Pendidikan non-formal, meliputi TPQ dan Pesantren. Untuk TPQ sendiri hampir di setiap dusun memiliki dan diasuh oleh pemuka agama masing-masing. Desa Hargomulyo memang dikenal sangat agamis sehingga pendidikan agama pun tidak dilupakan begitu saja.

Bidang keagamaan adalah bidang yang paling berkembang dibanding bidang yang lain. Mulai dari Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA), RISMA, pengajian, wakiahan, berjanjen dan yasinan sudah menjadi agenda mingguan yang dipertahankan sehingga mampu membangun iklim agamis dalam masyarakat.

Selanjutnya dibidang ekonomi, di samping bidang pertanian dan perkebunan lada, masyarakat banyak yang menjadi pengrajin batu bata. Selain itu juga, sepanjang jalan desa saat ini sudah dipenuhi beberapa minimarket seperti Alfamart, Multimarket dan warung kelontong yang sudah menjamur. Untuk dibidang kesehatan pemerintahan desa mendirikan tempat kesehatan yaitu Poskesdes, selain Poskesdes adapula Posyandu.

C. Pemahaman Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo

Gambaran umum pemahaman masyarakat muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, penulis peroleh dari

mewawancarai beberapa Ibu rumah tangga yang ada di Desa Hargomulyo, sebagai berikut, yang pertama Ibu Sri seorang Guru, dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Sepaham saya konsumsi dalam Islam itu berarti mengkonsumsi barang-barang secara halal, baik cara kita mengkonsumsinya maupun cara memperolehnya, dengan tujuan agar kebutuhan hidup kita sebagai manusia dapat terpenuhi.⁷¹

Berdasarkan kutipan di atas, dapat diketahui bahwa Ibu Sri paham tentang konsumsi dalam Islam, dilihat dari keterangan Ibu sri yang menyatakan bahwa manusia sebagai umat muslim harus memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan mengkonsumsi barang-barang halal dan memperoleh nya juga secara halal.

Penulis mencoba menggali lagi informasi dari Ibu Umayah, seorang pegawai PEMDA dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Selain tidak dianjurkan dalam Islam, segala sesuatu yang berlebihan itu memang tidak baik. Contohnya saja jika kita memakan makanan secara berlebihan sampai kenyang, pasti perut kitapun akan terasa sakit karena tidak sanggup untuk menampung makanan yang banyak. Selain makanan pakaian maupun barang konsumsi lainnya jika kita terlalu berlebih menggunakannya pun tidak akan baik dipandang oleh orang lain, disangka pamer. Untuk itu, baik makanan ataupun barang konsumsi lain sebaiknya kita konsumsi secara wajar-wajar saja.⁷²

⁷¹ Wawancara dengan Ibu Sri, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁷² Wawancara dengan Ibu Umayah, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, maka dapat dipahami bahwa mengkonsumsi secara berlebihan itu dilarang oleh Islam, dapat dilihat dari pendapat Ibu Umayah yang menyatakan bahwa mengkonsumsi baik makanan maupun barang konsumsi lainnya secara berlebihan itu tidak baik bagi diri. Dalam hal ini Ibu Umayah sudah menerapkan prinsip kesederhanaan .

Pendapat lain juga penulis dapatkan dari Ibu Sugirah yaitu Ibu rumah tangga di Desa Hargomulyo, dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Tentu saja, setiap umat muslim dalam membeli barang-barang yang akan dikonsumsi untuk kebutuhannya, seharusnya memperhatikan kehalalan dan kebaikan dari barang tersebut. Namun, di jaman sekarang ini jarang sekali orang yang memprioritaskan kehalalannya, apabila seseorang sudah menyukai barang tersebut apapun akan ia lakukan agar bisa mendapatkannya, termasuk saya seperti itu juga. Kecuali dalam hal makanan kalau makanan saya masih mengutamakan kehalalannya.⁷³

Berdasarkan kutipan di atas, dapat diketahui bahwa ibu Sugirah ini masih setengah-setengah dalam memperhatikan kehalalan dan kebaikan dari suatu barang, kecuali dalam membeli makanan, ia selalu mengutamakan kehalalannya.

Informasi lain penulis gali lagi dari Ibu Eni yaitu seorang pedagang di Desa Hargomulyo, dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Iya tentu saja, saya orangnya selalu mengutamakan kebersihan dalam mengkonsumsi sesuatu, terutama makanan. Kebetulan saya penjual makanan jadi kebersihan sangatlah penting bagi saya, agar pembeli juga tidak sungkan untuk makan di warung saya. Kebersihan sangatlah penting karena jika kita mengkonsumsi

⁷³ Wawancara dengan Ibu Sugirah, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

sesuatu yang bersih maka akan baik juga bagi kesehatan jasmani kita.⁷⁴

Berdasarkan dari uraian di atas, Ibu Eni sangat mengutamakan kebersihan dalam mengkonsumsi barang maupun makanan, berarti Ibu Eni ini paham tentang prinsip konsumsi yang diantaranya adalah prinsip kebersihan.

Pendapat lain dari Ibu Noni, Ibu rumah tangga Desa Hargomulyo.

Kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Saya berusaha menyisihkan sebagian penghasilan saya untuk ditabung, siapa tau nanti ada kebutuhan mendadak yang perlu dana besar, seperti untuk berobat keluarga dan kebutuhan sekolah anak. Jika ada rezeki lebih saya juga terkadang berinfaq atau sedekah kepada orang-orang yang membutuhkan atau beramal dipembangunan masjid atau musholla.⁷⁵

Berdasarkan kutipan di atas, dapat dilihat bahwa Ibu Noni juga menyisihkan penghasilannya dengan menabung, jika ada rezeki lebih Ibu Noni juga berinfaq atau sedekah untuk orang-orang yang membutuhkan. Dalam hal ini berarti prinsip kemurahan hati sudah tertanam dalam hati Ibu Noni.

Informasi lain penulis dapatkan dari Ibu rumah tangga yang ada di Desa Hargomulyo, yaitu Ibu Iis seorang Pegawai Negeri. Kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Tentu saja saya memiliki perencanaan yang matang sebelum membeli sesuatu, agar pengeluaran teratur disesuaikan oleh pendapatan kita. Perencanaan diutamakan pada kebutuhan rutin yang memerlukan dana besar, seperti biaya pendidikan anak dan kebutuhan pokok sehari-hari. Untuk kebutuhan lainnya yang tidak terlalu penting biasanya tanpa perencanaan kalau ada keinginan beli

⁷⁴ Wawancara dengan Ibu Eni, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁷⁵ Wawancara dengan Ibu Noni, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

ya langsung beli begitu saja, tapi lihat-lihat juga ada dananya atau tidak.⁷⁶

Berdasarkan dari uraian di atas, maka dapat diketahui bahwa prinsip moralitas sudah digunakan oleh Ibu Iis dalam memenuhi kebutuhan konsumsinya, dilihat dari perencanaan yang dilakukan oleh Ibu Iis sebelum membeli sesuatu untuk kebutuhan sehari-hari.

Penulis mencoba menggali lagi informasi dari Ibu rumah tangga di Desa Hargomulyo, yaitu Ibu Sartini, kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Terus terang pada saat membeli barang, seperti pakaian, perhiasan dan perabot rumah tangga, seringkali didorong oleh faktor keinginan, bukan kebutuhan, padahal sebenarnya kalau difikir tidak terlalu penting dan membutuhkan. Tapi sekarang ini kalau tidak seperti itu ya akan ketinggalan teman. Bagi saya itu tidak masalah karena saya beli dengan uang saya sendiri bukan dengan cara berhutang.⁷⁷

Berdasarkan uraian di atas, dapat dilihat bahwa Ibu Sartini lebih mementingkan keinginan dan kepuasan daripada kebutuhan dalam membeli barang-barang konsumsi dengan alasan agar tidak ketinggalan dengan teman-teman yang lainnya.

D. Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo

Gambaran umum perilaku konsumtif masyarakat muslim di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur, penulis peroleh dari wawancara dengan anggota masyarakat tersebut.

Penulis mencoba untuk memperoleh gambaran tentang penyebab masyarakat menjadi konsumtif dengan mewawancarai beberapa informan, diantaranya dengan Ibu Sartini yaitu Ibu rumah tangga di Desa Hargomulyo,

⁷⁶ Wawancara dengan Ibu Iis, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁷⁷ Wawancara dengan Ibu Sartini, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

Ibu Sartini dan suaminya adalah petani sawah, dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Saya mempunyai kelompok arisan ibu-ibu yang diadakan rutin tiap minggunya, setiap kumpul saya selalu ingin menampilkan yang terbaik. Saya juga selalu bergonta-ganti pakaian di setiap pertemuan karena kalau tidak pastinya akan malu dong, tidak hanya pakaian saja aksesoris lain seperti tas terbaik yang saya punya dan perhiasan pun saya kenakan. Hal seperti itu sudah menjadi kebiasaan bagi kami para ibu-ibu. Arisan tersebut juga dimanfaatkan oleh ibu-ibu yang mempunyai usaha dagang untuk menjual pakaian, tas, jilbab, sandal dan juga perhiasan.⁷⁸

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa Ibu Sartini suka bergonta-ganti pakaian dan aksesoris lainnya agar terlihat mewah di depan Ibu-ibu lainnya. Faktor kebudayaan yang dilatarbelakangi oleh kelas sosial ini menjadikan Ibu Sartini menjadi konsumtif, hal ini dapat dilihat dari kebiasaan yang dilakukan Ibu Sartini setiap kumpul arisan.

Informasi lain juga penulis dapatkan dari Ibu Iis, seorang Pegawai Negeri di salah satu SMP yang ada di Sukadana, kutipan wawancara dengan Ibu Iis sebagai berikut:

Saya itu orangnya kurang mengerti soal *fashion*, tapi setiap ada tetangga atau teman yang memakai pakaian yang saya anggap bagus. Saya langsung tanya ke orang tersebut dan saya ikut membelinya. Walaupun mahal saya tidak peduli yang penting saya bisa mempunyai pakaian tersebut, tidak hanya pakaian barang lain pun saya juga gitu seperti perabot rumah tangga⁷⁹

Berdasarkan kutipan di atas, bahwasannya faktor kelas sosial menjadi penyebab perilaku konsumtif karena dilihat dari sikap Ibu Iis yang

⁷⁸ Wawancara dengan Ibu Sartini, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁷⁹ Wawancara dengan Ibu Iis, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

tiap kali melihat orang lain memiliki pakaian atau barang bagus maka ia juga harus punya bagaimanapun caranya.

Informasi lain penulis dapatkan dari seorang Ibu rumah tangga, yaitu Ibu Sugirah, Ibu rumah tangga yang suaminya memiliki usaha bengkel juga makelar motor dan mobil, dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

Saya orangnya males ribet dan juga tidak pandai untuk menawar suatu barang, jadi saya jarang membeli barang di pasar khususnya pakaian, karena saya tidak mau dikecewakan dengan harga mahal namun kualitas barang biasa-biasa saja, saya lebih menyukai berbelanja di tempat yang sudah terjamin kualitas barangnya, misalnya chandra, masalah harga saya tidak terlalu takut kemahalan karena “harga itu biasanya membawa rupa”.⁸⁰

Berdasarkan kutipan wawancara di atas, dapat diketahui bahwa Ibu Sugirah memiliki kepercayaan yang tinggi bahwa tempat-tempat seperti supermarket memberikan kualitas terbaik terhadap barang. Penilaiannya terhadap pasar pun rendah karena dia pernah kecewa belanja di pasar mendapatkan harga mahal namun kualitas barangnya jelek. Ini membuktikan bahwa faktor kepercayaan dan sikap menjadi penyebab konsumtif pada Ibu Sugirah.

Pendapat lain juga penulis dapatkan dari Ibu Noni, seorang Ibu rumah tangga yang pekerjaan suaminya adalah makelar motor dan memiliki bengkel yang ada di Desa Hargomulyo, kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Wahh tentu saja, Saya ini orangnya suka belanja jadi ya kalau ada iklan atau promosi dari luar saya seringkali kepincut untuk membeli, apalagi kalau barangnya bagus dan saya menyukainya. Sekarang ini kan jamannya facebook dan instagram, banyak sekali iklan-iklan dan promo-promo secara online, dan saya juga sering tergiur untuk

⁸⁰ Wawancara dengan Ibu Sugirah, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

membelinya, padahal kemarin baru beli tapi kalau ada yang baru saya kepingin beli lagi terkadang belum ada duit tapi untung saja bisa di kredit kalau yang jual temen saya.⁸¹

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa Ibu Noni ini memiliki perilaku yang konsumtif, dapat dilihat dari perilaku Ibu Noni yang suka belanja apalagi kalau ada iklan dan promosi. Ini membuktikan bahwa iklan menjadi penyebab perilaku konsumtif. Dalam hal ini faktor kepercayaan dan sikap Ibu Noni terhadap iklan menjadikannya konsumtif.

Penulis mencoba menggali lagi informasi dengan Ibu Eni, seorang pedagang memiliki toko sembako dan juga warung makan di Desa Hargomulyo, kutipan wawancara dengan Ibu Eni sebagai berikut:

Terus terang dalam membeli barang-barang seperti pakaian, perhiasan dan perabot rumah tangga, tidak didasarkan pada kebutuhan melainkan pada keinginan pribadi saya, padahal barang-barang yang lama juga masih layak untuk dipakai. Di sini ada ibu-ibu yang selalu *update* terhadap barang-barang baru, tiap kali muncul iklan barang baru dan sudah buming di pasaran mereka langsung membeli. Nah kebetulan saya juga seringkali terpengaruh dengan mereka, jadi ya mau gak mau saya juga harus ikutan beli.⁸²

Berdasarkan kutipan di atas, dapat diketahui bahwa kelompok referensi menjadi penyebab perilaku konsumtif di masyarakat Desa Hargomulyo, dikarenakan para Ibu Eni mengikuti kebiasaan kelompok masyarakat yang sering melakukan belanja barang-barang mahal dan bermerk.

⁸¹ Wawancara dengan Ibu Noni, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁸² Wawancara dengan Ibu Eni, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

Pendapat lain juga di kemukakan oleh Ibu Sri, seorang guru SD di salah satu SD sedangkan suaminya adalah seorang pedagang, dengan kutipan wawancara sebagai berikut:

Kalau saya pribadi membeli barang tidak harus mahal dan bermerk, yang penting nyaman, pas dan cocok untuk dipakai itu sudah cukup. Saya juga punya kelompok arisan, namun kelompok arisan kami tidak saling berlomba-lomba untuk memamerkan barang-barang mahal. Kalau yang punya mau dipakai monggo, kalau yang tidak punya juga tidak ada yang bilang aneh-aneh.⁸³

Berdasarkan kutipan di atas, dapat diketahui bahwa faktor kepribadian belum tentu menjadi penyebab masyarakat menjadi konsumtif, bergantung pribadi masing-masing, karena bisa dilihat dari pendapat Ibu Sri, dalam membeli barang ia tidak mengutamakan harga yang mahal yang penting nyaman, pas dan cocok untuk dipakai.

Informasi yang terakhir penulis dapatkan dari Ibu Umayah, seorang pegawai PEMDA dan pekerjaan suaminya juga seorang PNS namun sudah pensiun, dengan kutipan wawancaranya sebagai berikut:

Buat apa membeli barang yang baru lagi, kalau barang yang lama saja masih layak digunakan. Jujur, saya orangnya eman sekali kalau punya duit apalagi hanya digunakan untuk membeli barang-barang yang kurang berguna. Bukannya saya tidak pernah belanja barang-barang mahal, saya pernah namun tidak sesering mereka-mereka yang sepertinya *update* sekali dengan keluaran barang baru. Setiap saya sedang di kantor pun banyak penawaran-penawaran barang seperti (tas, perabot, pakaian, dll) namun saya jarang tertarik.⁸⁴

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa Ibu Umayah ini berbeda dengan Ibu-ibu lainnya yang memiliki perilaku konsumtif, ia malah

⁸³ Wawancara dengan Ibu Sri, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

⁸⁴ Wawancara dengan Ibu Umayah, masyarakat Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Lampung Timur, Tanggal 24 Maret 2017

cenderung lebih hemat, dapat dilihat dari pernyataannya yang eman dengan duit. Apalagi untuk membeli barang bermerk dan lebih mahal ia tidak mengutamakan hal tersebut.

E. Analisis Pemahaman dengan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo

Kegiatan konsumsi dalam Islam dikendalikan oleh lima prinsip konsumsi, diantaranya adalah prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas. Kelima prinsip konsumsi itu seharusnya diaplikasikan pada saat manusia mengkonsumsi makanan, barang, jasa dan lain-lain guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun, seringkali masih saja terdapat beberapa manusia yang suka lalai akan prinsip itu, bahkan ada yang tidak tahu. Sama halnya dengan masyarakat yang ada di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung ini, masyarakatnya belum semuanya memahami kelima prinsip konsumsi dalam Islam. Oleh karena itu, mereka masih saja mengkonsumsi secara konsumtif atau berlebihan. Masyarakat yang memiliki perilaku konsumtif ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain adalah faktor kebudayaan (kultur, sub-kultur dan kelas sosial), faktor kepribadian, kelompok referensi, dan faktor sikap dan kepercayaan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari sumber data yang penulis peroleh, dapat disimpulkan bahwa penyebab masyarakat muslim terutama para Ibu rumah tangganya yang ada di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur adalah dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, kepercayaan dan sikap, kelas sosial, kelompok anutan dan iklan. Sedangkan prinsip konsumsi dalam Islam diantaranya adalah prinsip keadilan, prinsip kesederhanaan, prinsip kebersihan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas. Dari kelima faktor penyebab perilaku konsumtif masyarakat muslim di desa Hargomulyo yang paling mempengaruhi adalah faktor kepercayaan dan sikap, adapun yang menjadikan faktor penyebab tersebut adalah karena masyarakat desa Hargomulyo yang belum sepenuhnya paham akan prinsip konsumsi dalam Islam.

B. Saran

Sebaiknya masyarakat muslim di Desa Hargomulyo khususnya para Ibu rumah tangganya melakukan hal-hal sebagai berikut:

- 1) Membeli barang dengan memperhatikan manfaatnya, tidak hanya sekedar memenuhi kepuasan diri, gengsi, dan ikut-ikutan.
- 2) Memahami prinsip konsumsi dalam Islam dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 2007).
- Afzalurrahman, alih bahasa Soeryono Nastangin, *Doktrin Ekonomi Islam, jilid II*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995).
- Andi Bahri S, Etika dalam Perspektif Ekonomi Islam, dalam Hunafa: *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11, No. 2, Desember 2014.
- Anggarasari, *Jurnal Psikologia*, (Jakarta Rajawali Pers, 1997).
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, (Bandung: Refika Aditama, Cet. 4, 2009).
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Liberty, 1997).
- Bilson Simamora, *Memenangkan Pasar (dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel)*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001).
- Burhan, Bungin, *Metodelogi Penelitin Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001).
- Departemen Agama RI, *Syamil Al-Qur'an dan Terjemahan Per Kata*, (Syamil Al-Quran: Bandung, 2007).
- Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).
- Dita Septiani, Pengaruh Jual Beli Kredit Terhadap Pola Konsumtif Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Ganjar Agung Metro Barat, *Skripsi*, pada tanggal 12 Juli 2017.
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Malang: UIN-Malang Press, 2008).
- Endang Dwi Astuti, Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda, (*Ejournal Psikologi*, 2013), diakses pada tanggal 12 Juli 2017.
- Ferinadewi, Erna, *Merk dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008).
- Fromm, Erich, *Masyarakat yang Sehat*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 1995).
- Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2003).

- Husaini Usman, Purnomo Setiadi Akbar, *Metode Penelitian sosial*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2003).
- Kluytmans, Frits, *Perilaku Manusia* (Bandung : Refika Aditama 2006).
- Leon G. Schiffman, dan Leslie Lazer Kanuk, *Consumer behavior (Perilaku Konsumen)*, alih bahasa Zoelkifli Kasip, (Jakarta: Macanan Jaya Cemerlang, 2008).
- Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2009), cet-1.
- M. Amin Suma, *Menggali Akar Mengurai Serat Ekonomi dan Keuangan Islam*, (Tangerang: Kholam Publishing, 2008).
- Maryati, *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam*, *Skripsi*, pada tanggal 12 Juli 2017.
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2000).
- Muhammad, *Metodelogi penelitian Ekonomi Islam, Pendekatan Kualitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, Persada, 2008).
- Noor, Juliansyah, *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2011).
- Rianto, Nur Al Arif, *Pengantar Ekonomi Syariah (Teori dan Praktik)*, (Bandung: CV Pustaka Setia).
- Soekarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013).
- S. Nasution, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), h. 143.
- Sofian Effendi, *Metode Penelitian survei*, (Jakarta: LP3ES, 2012),
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), cet-6.
- Suharsimi, Arikunto, *Metode Penelitian (Suatu Pendekatan Praktis)*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2010).
- Anne Ahira, <http://Anneahira.com/Hubungan-antara-Kebiasaan-Belanja-dengan-Perilaku-Konsumtif-Remaja/html>, diakses pada tanggal 07 Desember 2018.

library.binus.ac.id>eColls>eThesisdoc. Tentang BAB II Tinjauan Pustaka 2.1 *Perilaku Konsumtif*, diakses pada tanggal 25 Januari 2018.

Sukmawati Assaad, Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syari'at Islam), *Al Amwal*, Vol. I, No. 1 Maret 2016. Pada tanggal 03 Oktober 2017.

Sumartono, Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi, (Bandung: Alfabeta, 2002). Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti Dalam Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang. *Ejurnal psikologi* 2013, diakses Pada Tanggal 06 Juni 2017.

**PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM
(Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Kecamatan
Sekampung Kabupaten Lampung Timur)**

OUTLINE

Halaman Sampul

Halaman Judul

Halaman Persetujuan

Halaman Pengesahan

Abstrak

Halaman Orisinalitas Penelitian

Halaman Motto

Halaman Persembahan

Kata Pengantar

Daftar Isi

Daftar Lampiran

BAB I PENDAHULUAN

E. Latar Belakang Penelitian

F. Pertanyaan Penelitian

G. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

H. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

C. Perilaku Konsumtif

- 1. Pengertian Perilaku Konsumtif**
- 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**
- 3. Indikator Perilaku Konsumtif**

D. Konsumsi Dalam Islam

- 1. Pengertian Konsumsi Dalam Islam**
- 2. Tujuan Konsumsi Islam**
- 3. Prinsip Konsumsi Dalam Islam**

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

- 1. Jenis Penelitian**
- 2. Sifat Penelitian**

B. Sumber Data

- 1. Sumber Data Primer**
- 2. Sumber Data Sekunder**

C. Metode Pengumpulan Data

- 1. Wawancara**
- 2. Dokumentasi**

D. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

F. Deskripsi Wilayah Penelitian

- 1. Sejarah Berdirinya Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung**
- 2. Visi dan Misi Desa Hargomulyo**
- 3. Struktur Pemerintahan Desa Hargomulyo**

G. Gambaran Umum Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo

H. Pemahaman Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo

I. Perilaku konsumtif Masyarakat Muslim di Desa Hargomulyo

J. Analisis Pemahaman dengan Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran

Daftar Pustaka

Lampiran-Lampiran

Riwayat Hidup

Metro, Mei 2017

Mahasiswa Ybs



Rani Oktavia
NPM. 13103984

Pembimbing I



Drs. H. A. Jamil, M.Sy
NIP.1959085 198903 1 004

Pembimbing II



Hermanita, SE, MM
NIP.19730220 199903 11004

PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM

(Studi Kasus Masyarakat Muslim Di Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur)

ALAT PENGUMPUL DATA

(APD)

A. Wawancara Kepada Ibu-Ibu di Desa Hargomulyo

1. Apakah anda memahami tentang prinsip konsumsi dalam Islam?
2. Apakah dalam mengkonsumsi baik itu makanan maupun barang, anda memperhatikan kebersihan, kehalalan dan kesederhanaannya?
3. Apakah anda menyisihkan sebagian penghasilan anda untuk di infaqkan atau disedekahkan?
4. Apakah dalam mengkonsumsi anda memperhatikan moralitas barang tersebut?
5. Apakah faktor kebudayaan mempengaruhi anda dalam membeli barang-barang?
6. Apakah terdapat kelompok lain yang anda jadikan referensi pada saat anda belanja?
7. Apakah dengan membeli barang-barang mahal dan bermerk, menjadikan anda lebih percaya diri?
8. Apakah dalam membeli barang anda sering terpengaruh oleh iklan atau promosi?

B. Dokumentasi

1. Dokumentasi tentang profil dan struktur pemerintahan Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.
2. Dokumentasi tentang demografi Desa hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur.

Metro, Mei 2017

Mahasiswa Ybs

Ruf

Rani Oktavia
NPM. 13103984

Pembimbing I



Drs. H.A. Jamil, M.Sy
NIP.1959085 198903 1 004

Pembimbing II



Hermanita, SE, MM
NIP.19730220/199903 11004



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

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

Nomor : B-156a/In.28/FEBI/PP.00.9/05/2017

03 Mei 2017

Lampiran :-

Perihal : Pembimbing Skripsi

Kepada Yth:

1. Drs. H. A. Jamil, M.Sy
 2. Hermanita, MM
- di – Metro

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

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

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Dalam Membeli Barang Di Dusun Iii Wonosari Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur Ditinjau Dari Konsumsi Islami

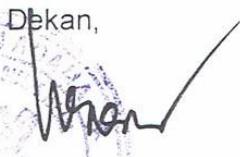
Dengan ketentuan :

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

Demikian disampaikan untuk dimaklumi dan atas kesediaan Saudara diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Dekan,


Dr. Widhiya Ninsiana, M.Hum.
NIP. 197209232000032002



PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TIMUR
KECAMATAN SEKAMPUNG
DESA HARGOMULYO

Alamat : Jalan Raya Hargomulyo Telp : (0725) 49069, HP : 081369050796

Nomor : 145 / 2012 / 2006 / 2018
Lampiran : -
Perihal : Izin Research / Survey

Hargomulyo, 23 April 2018

Kepada Yth.
Wakil Dekan I
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di_

Tempat

- I. Dasar :
1. Surat Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor : 0779/In.28/D.1/TL.00/04/2018 Perihal Izin Research A.n RANI OKTAVIA
 2. Surat Tugas dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro Nomor : 0778/In.28/D.1/TL.00/04/2018 A.n RANI OKTAVIA

- II. Atas Dasar tersebut diatas maka kami Pemerintah Desa Hargomulyo memberikan izin untuk melaksanakan research/ survey dalam rangka mengumpulkan data untuk penyusunan tugas akhir/ skripsi yag berjudul " PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI ISLAM (STUDI KASUS MASYARKAT MUSLIM DESA HARGOMULYO KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR" kepada :

Nama : RANI OKTAVIA
NPM : 13103984
Semester : 10 (Sepuluh)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

- III. Demikan surat izin ini kami berikan, agar dipergunakan seperlunya.

Kepala Desa Hargomulyo



SETYO HARSONO, S.Pd



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: 0778/In.28/D.1/TL.01/04/2018

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro,
 menugaskan kepada saudara:

Nama : RANI OKTAVIA
 NPM : 13103984
 Semester : 10 (Sepuluh)
 Jurusan : Ekonomi Syariah

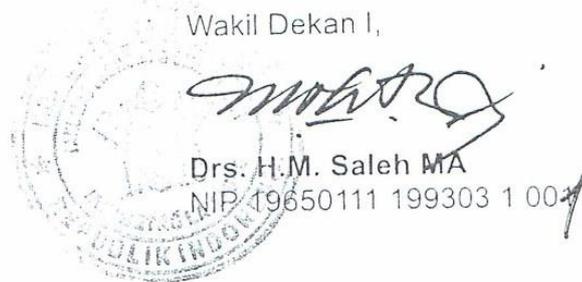
- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di Desa Hargomulyo Kec. Sekampung, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PERILAKU KONSUMTIF DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMI ISLAM (STUDI KASUS MASYARAKAT MUSLIM DESA HARGOMULYO KECAMATAN SEKAMPUNG KABUPATEN LAMPUNG TIMUR)".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

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

Dikeluarkan di : Metro
 Pada Tanggal : 20 April 2018

Wakil Dekan I,


 Drs. H.M. Saleh MA
 NIP. 19650111 199303 1 004





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

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

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-0632/In.28/S/OT.01/07/2018**

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

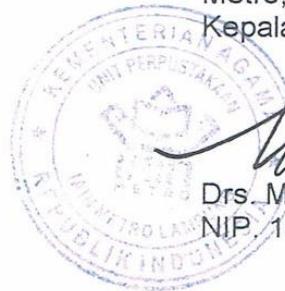
Nama : RANI OKTAVIA
NPM : 13103984
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2017 / 2018 dengan nomor anggota 13103984.

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

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Metro, 27 Juli 2018
Kepala Perpustakaan,



[Handwritten Signature]
Drs. Mokhtaridi Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO
Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	25/7 '18		Me 1826 I-IV Bis dan ummah	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs.H.A.Jamil, M.Sy
NIP. 29590815 198903 1 004

Rani Oktavia
NPM. 13103984



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen

FM-IAINM-BM-05-09

No. Revisi

RO

Tgl. Berlaku

-

Halaman

-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
	24/5 '18		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Apakah APD sudah selesai? ✓ Kelengkapan data yg dibutuhkan? ✓ Penulisan tesis sesuai dg format draft ✓ Apakah sesuai dg pedoman penulisan Penulisan format standar Seni & Pedagogik 	
	12/7 '18		<ul style="list-style-type: none"> Penulisan tesis sesuai dg format yg ut. 	
	28/7 '18		<ul style="list-style-type: none"> Apakah APD sudah selesai? Apakah sesuai dg pedoman penulisan 	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs.H.A.Jamil, M.Sy
NIP. 29590815 198903 1 004

Rani Oktavia
NPM. 13103984



**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO**

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
			<p>Prinsip hukum Islam dalam ilmu (dan adikarung Alasan mengapa Riprof dan Sulur dan di tumben Jelajahi dokumen apa?</p>	
	14/1/18		<p>Sebuah sesi dan sesi hasil diskusi; konsep kehidupan prinsip di tingkat komunitas</p>	
	24/1/18		<p>Sebuah sesi dan sesi di APD</p>	
	29/1/18		<p>ke APD lagi ke APD 1-3</p>	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Rani

Drs.H.A.Jamil, M.Sy
NIP. 29590815 198903 1 004

Rani Oktavia
NPM. 13103984



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
No. Revisi	RO
Tgl. Berlaku	-
Halaman	-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : IX / 2017-2018

No	Hari / Tanggal	Pembimbing I	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	04 / 17 / 12		Perbaiki Sesuai dengan hasil diskusi	
2.	05 / 17 / 12		Acc Outline lengkapi	

Dosen Pembimbing I

Mahasiswa Ybs.

Drs.H.A.Jamil, M.Sy
NIP. 29590815 198903 1 004

Rani Oktavia
NPM. 13103984



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen FM-IAINM-BM-65-09

No. Revisi RO

Tgl. Berlaku -

Halaman -

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Rabu 3. Mei '18	✓	Aec BAB <u>IV</u> & <u>V</u> Langganan ke pembimbing I.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs

Hormatita, SE., SIM
NIP. 19730220 199903 11004

Rani Oktavia
NPM. 13103984



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen FM-IAINM-BM-05-09

No. Revisi RO

Tgl. Berlaku -

Halaman -

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Selasa 24 April 18		<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki penulisan mufid ulawancar.- ketrum pd kepupulan negr. Sebaikn dengan teori.- Sebaikn. pemilikan sumber data primer dengan pengertian lansudif, & tidak lansudif. Jika mungkin e tol.- belebih lebih an Geranti itu yg di narasikan tol lansudif.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Hermanita, SE., MM
NIP. 19730220 199903 11004

Rani Oktavia
NPM. 13103984

 IAIN METRO	INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507	No. Dokumen	FM-IAINM-BM-05-09
		No. Revisi	RO
		Tgl. Berlaku	-
		Halaman	-
FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI			

Nama : Rani Oktavia
 NPM : 13103984

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
 Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	10-4-18 Kamis		<p>Perbaikan tesis penulisan abstrak, 12d. hal 38.</p> <p>- Perbaikan penulisan judul menggunakan Logis & Realistis.</p> <p>- Mengurangi (centris- men suber & pengantar. atau lainnya.</p>	 

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.



Hermanita, SE.,MM
 NIP. 19730220 199903 11004



Rani Oktavia
 NPM. 13103984



INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI

(IAIN) METRO

Jl. Ki Hajar Dewantara, Kota Metro Telp. 0725-41507

No. Dokumen

FM-IAINM-BM-05-09

No. Revisi

RO

Tgl. Berlaku

-

Halaman

-

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Rani Oktavia
NPM : 13103984

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam / ESy
Semester / TA : VII / 2016-2017

No	Hari / Tanggal	Pembimbing II	Hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1	Jum'at 15 Des 17	✓	App. Perubahan pertanggung jd. masa sumber keług pembiayaan Mereka tetap berjalan lancar dalam Islam	
2.	Rabu 14 Mar 18	✓	Ace App.	

Dosen Pembimbing II

Mahasiswa Ybs.

Hermanita, SE., MM
NIP. 19730220 199903 11004

Rani Oktavia
NPM. 13103984

RIWAYAT HIDUP

Rani Oktavia dilahirkan di Kabupaten Lampung Timur, tepatnya di Desa Hargomulyo, Kecamatan sekampung, pada hari Kamis, 27 Oktober 1995. Anak pertama dari dua bersaudara, dari pasangan Bapak Iskandar dan Ibu Suparni.

Penulis menyelesaikan pendidikan kanak-kanak di TK LKMD Hargomulyo, selama dua tahun, kemudian melanjutkan pendidikan dasar di SD Negeri 3 Hargomulyo selesai pada tahun 2007, kemudian melanjutkan pendidikan menengah pertama di SMP Negeri 2 Sekampung selesai pada tahun 2010. Sedangkan melanjutkan ke sekolah menengah atas di SMA Kartikatama Metro selesai pada tahun 2013. Kemudian, penulis terdaftar lagi sebagai mahasiswa IAIN Metro Lampung, jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis dimulai pada semester 1 TA.2013/ 2014.