

SKRIPSI
ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI
MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN (STUDI KASUS
MASYARAKAT DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)

Oleh:
RIZKY JEAN SHITA
NPM. 1502040104



Jurusan Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO
1441 H / 2019 M

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI
MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN (STUDI KASUS
MASYARAKAT DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO
KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)**

**Diajukan untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

Oleh:

RIZKY JEAN SHITA

NPM. 1502040104

Pembimbing I : Hermanita, SE.MM

Pembimbing II : Zumaroh, M.E.Sy

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

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) METRO

1441 H / 2019 M

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku
Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan (Studi
Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan
Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

Nama : Rizky Jean Shita

NPM : 1502040104

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqsyahkan dalam sidang munaqsyah Fakultas Ekonomi
dan Bisnis Islam. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

Pembimbing I


Hermanita, SE.MM
NIP. 197302201999032001

Metro, Desember 2019

Pembimbing II


Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 197904222006042002

NOTA DINAS

Nomor : -
Lampiran : 1 (satu) Berkas
Perihal : **Pengajuan untuk di Munaqosyahkan Saudari Rizky Jean Shita**

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

Assalamualaikum Wr.Wb

Setelah kami mengadakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka skripsi saudari :

Nama : Rizky Jean Shita
NPM : 1502040104
Jurusan : Ekonomi Syariah (ESy)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

Sudah dapat kami setuju dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro untuk di Munaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Pembimbing I



Hermanita, SE.MM

NIP. 197302201999032001

Metro, Desember 2019

Pembimbing II



Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 197904222006042002



**KEMENTERIAN AGAMA REPULIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS SYARIAH**

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

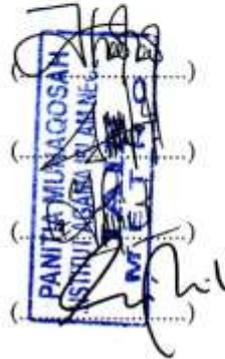
PENGESAHAN SKRIPSI

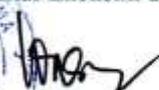
No: 0002 / 10.28.5 / D / PP.00.9 / 01 / 2020

Skripsi dengan judul: ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah), Disusun oleh: Rizky Jean Shita, NPM 1502040104, Jurusan: Ekonomi Syariah telah diujikan dalam Sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal: Kamis, 26 Desember 2019.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Hermanita.S.E.M.M
Penguji I : Liberty., S.E, M.A
Penguji II : Zumaroh.M.E.Sy
Sekertaris : Enny Puji Lestari, M.E.Sy



Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

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



ABSTRAK

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI
MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN**

**(Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten
Lampung Tengah)**

Oleh:

Rizky Jean Shita

NPM 1502040104

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi itu sendiri meliputi pedidikan, kesehatan, dan keperluan sehari-hari demi mencapai kesenangan yang bersifat kemewah-mewahan. Kesenangan atau keindahan dibolehkan asal tidak dilebihkan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas yang diharamkan. Islam selalu mengajarkan konsumsi berpedoman dengan ajaran Islam, diantaranya ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain. Selanjutnya juga diharamkan bagi seorang muslim hidup dalam serba berlebihan sementara ada tetangga yang menderita kelaparan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat di bulan ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu menganalisis dengan cara berpikir induktif. Wawancara dilakukan dengan sepuluh subjek penelitian yang dipilih berdasarkan teknik *purposive sampling*.

Hasil penelitian analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat di bulan ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah menunjukkan bahwa masyarakat selama bulan ramadhan melakukan kegiatan konsumsi berlebihan pada pemenuhan kebutuhan pokok, dalam hal ini pangan. Pola konsumsi makanan masyarakat muslim selalu berubah di setiap bulan ramadhan dengan alasan untuk mempertahankan kesehatan tubuh selama menjalankan ibadah puasa, sebagai penyemangat anak yang sedang belajar berpuasa, sebagai bentuk rasa bahagia menyambut datang hari raya idhul fitri.

ORISINILITAS PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizky Jean Shita

NPM : 1502040104

Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

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

Metro, Desember 2019
Yang menyatakan,



Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104

MOTTO

يَبْنَى ءآءَمَ خُءُوآ زِيْنَتَكُمُ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا
إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٧﴾

*Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di
Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah
berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang
yang berlebih-lebihan. (QS. Al-A'raaf 7 : 31)*

Dengan hati yang ikhlas dan penuh rasa syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti. Peneliti persembahkan skripsi ini sebagai ungkapan rasa hormat dan terimakasih kepada:

1. Kepada kedua orang tua ku Ibu Nyoti Sukarmi dan Bapak Hariyanto yang selalu memberi dukungan berupa motivasi serta doa yang tiada henti untuk kelancaran dan kemudahan setiap langkah peneliti.
2. Kepada kedua pembimbing skripsi Ibu Hermanita, SE.MM dan Ibu Zumaroh, M.E.Sy yang telah membimbing peneliti dengan sabar dan ikhlas demi terselesaikannya skripsi ini.
3. Kepada Bapak Ibu dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah memberikan dan menyampaikan ilmunya kepada peneliti.
4. Sahabat ku Vika Wulandari dan Niken yang selalu memberi motivasi agar peneliti semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Almamater Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT. Atas taufik hidayah-Nya dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi ini adalah sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata (S1) Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE).

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

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Enizar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
2. Ibu Dr. Widya Ninsiana, M.Hum selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
3. Bapak Dharma Setyawan, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro.
4. Ibu Hermanita, SE.MM sebagai Pembimbing I (satu) yang senantiasa sabar dalam memberikan bimbingan dan masukan demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini.

5. Ibu Zumaroh, M.E.Sy sebagai pembimbing II (dua) yang telah memberikan bimbingan yang sangat berharga dalam mengarahkan dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen serta Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro yang telah menyediakan waktu dan fasilitas dalam pengumpulan data.
7. Segenap jajaran Pengurus di Kelurahan dan Masyarakat Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah yang bersedia memberikan keterangan dan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Semoga Allah SWT. membalas semua budi baik dan jasa-jasa Bapak/Ibu dan rekan-rekan sekalian.

Keritik dan saran demi perbaikan Skripsi ini sangat diharapkan dan diterima dengan lapang dada. Semoga Skripsi ini bermanfaat dan dapat memberikan arti bagi pengembangan ekonomi Islam.

Walaikumsalam. Wr.Wb

Metro, Desember 2019
Peneliti



Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pertanyaan Penelitian	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Penelitian Relevan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Konsumsi.....	11
1. Pengertian Konsumsi	11
2. Jenis-Jenis Konsumsi	12
3. Konsumsi Menurut Islam	14
4. Dasar Hukum Konsumsi Islam	14
5. Tujuan Konsumsi Islam	16
6. Prinsip Dasar Konsumsi Dalam Islam	18
B. Perilaku Konsumsi	19
1. Pengertian Perilaku Konsumsi	19
2. Perilaku Konsumsi Menurut Islam.....	21
C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	23

a. Faktor Internal.....	23
b. Faktor Eksternal	24
D. Indikator Perilaku Konsumtif.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
A. Jenis dan Sifat Penelitian	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Sifat Penelitian	28
B. Sumber Data Penelitian.....	29
1. Sumber Data Primer.....	29
2. Sumber Data Sekunder.....	30
C. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Wawancara (<i>Interview</i>).....	31
2. Dokumentasi	32
D. Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN	35
A. Deskripsi Wilayah Penelitian.....	35
1. Profil Singkat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo.....	35
2. Profil Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah	37
B. Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Pada Bulan Ramadhan	39
C. Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo	49
BAB V PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat bimbingan skripsi
2. Surat izin pra survey
3. Surat tugas research
4. Surat izin research
5. Surat keterangan telah melakukan penelitian
6. Surat keterangan bebas pustaka
7. Outline
8. Alat pengumpul data
9. Kartu konsultasi bimbingan skripsi
10. Dokumentasi wawancara
11. Riwayat hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia sebagai makhluk individu dan sosial mempunyai kebutuhan yang tidak terbatas, baik dalam jumlah maupun jenisnya. Untuk memperoleh berbagai kebutuhan tersebut seseorang memerlukan pengeluaran untuk konsumsi. Dari semua pengeluaran yang dilakukan tersebut sekurang-kurangnya dapat memenuhi tingkat kebutuhan minimum yang diperlukan.

Konsumsi secara umum didefinisikan sebagai penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.¹ Pengeluaran konsumsi masyarakat merupakan pembelanjaan yang dilakukan oleh rumah tangga terhadap barang-barang akhir dan jasa-jasa dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan seperti makanan, pakaian, dan barang-barang kebutuhan lainnya serta berbagai jenis pelayanan. Barang-barang yang diproduksi untuk digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya merupakan barang-barang konsumsi.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi itu sendiri meliputi pendidikan, kesehatan, dan keperluan sehari-hari demi mencapai kesenangan yang bersifat kemewah-mewahan. Kesenangan atau keindahan dibolehkan asal

¹Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Makro Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016), h. 77.

tidak dilebihkan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas yang dihalalkan.²

Islam selalu mengajarkan konsumsi berpedoman dengan ajaran Islam, diantaranya ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain. Selanjutnya juga diharamkan bagi seorang muslim hidup dalam serba berlebihan sementara ada tetangga yang menderita kelaparan. Hal ini adalah tujuan konsumsi itu sendiri dimana seorang muslim akan lebih mempertimbangkan masalah dari pada *utilitas*. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syari'at Islam (*maqashid syari'ah*), yang tentu saja menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi.

Al-Qur'an memberikan petunjuk mengenai konsumsi yang dideskripsikan secara jelas mengenai penggunaan barang-barang yang baik dan bermanfaat serta melarang adanya pemborosan dan pengeluaran terhadap hal-hal yang tidak penting, sebagaimana dalam firman Allah SWT : (QS. Al-A'raaf 7 : 31)

يَبْنِيْءَ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا

اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

Artinya :*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-*

²Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Perss, 2012), h. 51-52.

*lebih. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*³

Maksud dari ayat ini, konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros dan berlebih-lebihan dan janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan.⁴

Disinilah Islam mengatur konsumsi bahwasannya dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari harus benar-benar tepat memilih antara masalah dari suatu kebutuhan atau kepuasan (*utility*) dari sebuah keinginan semata yang belum tentu jelas berkah dan manfaat dari sumber daya yang dimiliki seseorang.⁵

Bulan Ramadhan yang identik dengan bulan suci umat Islam telah membawa banyak hal terjadi khususnya pada bulan tersebut. Pada bulan suci tersebut, seluruh umat Islam diwajibkan untuk melaksanakan sebuah ritual tahunan, yakni berpuasa. Tidak ketinggalan, ritual makan sahur, berbuka puasa, hingga shalat tarawih berjamaah juga ikut mewarnai bulan suci Ramadhan. Seluruh rangkaian ritual ini akhirnya akan ditutup dengan tradisi pulang kampung atau mudik ke kampung halaman.

³Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an terjemahan per kata*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2007), h. 155.

⁴Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Edisi 1, Cet Ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 92.

⁵J Supranto, Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)*, Edisi 2, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011), h. 27.

Kedatangan bulan Ramadhan juga membawa perubahan dalam bidang ekonomi, khususnya di Indonesia. Hal ini sangat jelas terlihat pada saat akan berbuka puasa. Berbagai kios jajanan, sebagian besar merupakan pedagang musiman tampak bermunculan di pinggir jalan. Jika ibadah puasa dilihat dari segi pengurangan kuantitas mengonsumsi makanan, dari tiga kali sehari menjadi dua kali sehari, namun ternyata makanan yang disantap oleh sebagian besar masyarakat Indonesia dapat dikatakan lebih spesial daripada biasanya. Selain itu, jika memiliki kelebihan rezeki, para masyarakat tersebut akan beramai-ramai mendatangi pusat-pusat perbelanjaan pada saat menjelang lebaran untuk membeli pakaian baru dan berbagai keperluan lebaran lainnya. Hal ini tentu mengindikasikan ada sebuah lonjakan konsumsi masyarakat Indonesia pada saat bulan Ramadhan.⁶

Menjelang bulan Ramadhan, kebutuhan konsumsi masyarakat muslim bisa dibilang menurun. Kebutuhan akan panganan menjelang bulan Ramadhan bisa dibilang tidak sama dengan hari biasa. Bulan Ramadhan oleh masyarakat Indonesia dikenal dengan bulan puasa karena umat Islam menjalankan ibadah puasa selama satu bulan penuh dengan mengacu pada kalender Hijriah. Istilah puasa sering dipahami dengan menahan untuk tidak makan dan minum dari terbit fajar hingga terbenam matahari. Pada bulan inilah, umat Islam dianjurkan untuk banyak

⁶Arif, Abrar, *Analisis Pola Prilaku Konsumsi Dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim Pada Bulan Ramadhan, Skripsi*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), h. 5.

melakukan perilaku baik, dari berbuat baik pada diri sendiri sampai berbuat baik kepada makhluk lain.⁷

Keadaan yang justru berbeda terjadi di lingkungan masyarakat Desa Purwoadi, di setiap bulan Ramadhan bahwa pengeluaran setiap rumah tangga seharusnya bisa dihemat karena puasa (hanya makan dua kali dalam sehari, yaitu sahur dan berbuka puasa) justru malah meningkat. Dengan alasan kesehatan, makanan secara beragam dikonsumsi pada saat berbuka puasa.

Pada bulan ramadhan juga banyak masyarakat melakukan pembelanjaan sembako untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari selama bulan ramadhan dan untuk menunjang hari Raya Idul Fitri. Dalam hal ini beberapa sembako tampak mengalami peningkatan penjualan pada bulan ramadhan dibandingkan hari biasa. Tidak hanya itu, ada beberapa sembako yang di hari biasa tidak tersedia untuk dijual, namun pada bulan ramadhan sembako tersebut bermunculan diantaranya yaitu kolang kaling, cendol. Bahan-bahan kue pada bulan ramadhan juga mengalami peningkatan penjualan karena pada pertengahan bulan ramadhan ini para penjual kue sudah mulai memproduksi kue-kue yang akan dijual untuk hari raya.

Pedagang pasar mengatakan “kalau hari-hari biasa kita yang butuh pembeli (konsumen), tetapi kalau bulan ramadhan pembeli yang butuh kita”. Dari hal tersebut dapat diartikan bahwa kebutuhan manusia pada

⁷*Ibid.*, h. 6.

bulan ramadhan mengindikasikan adanya peningkatan dibandingkan hari biasa dan hal ini tidak dirasakan oleh pembeli (konsumen) itu sendiri.

Prasurvey telah dilakukan oleh peneliti, dengan menggunakan wawancara kepada beberapa Masyarakat Desa Purwoadi. Sehingga diperoleh data wawancara sebagai berikut:

Berdasarkan wawancara, dikatakan bahwa pangan merupakan kebutuhan primer, terlebih pada bulan Ramadhan dimana hanya makan dua kali dalam sehari yaitu sahur dan berbuka puasa sehingga membutuhkan asupan makanan yang lebih. Sebagaimana kebutuhan gizi dan nutrisi dalam tubuh adalah hal penting yang harus dijaga. Dengan demikian keluarga mengkonsumsi makanan saat berbuka puasa lebih banyak dibandingkan hari biasa karena dianggapnya sebagai ganti dari seharian berpuasa dengan menjalankan aktivitas yang masih sama seperti hari biasa.⁸ Beliau salah satu masyarakat Purwoadi yang mata pencahariannya saat ini sebagai petani, namun demikian beliau juga sebagai pensiunan pegawai negeri sipil (PNS). Sehingga dalam hal konsumsi beliau tidak kekurangan atau dapat dikatakan berkecukupan.

Bulan Ramadhan adalah bulan istimewa dibandingkan bulan lainnya. Begitu pula pola konsumsi keluarga di bulan Ramadhan berbeda dengan bulan biasa, karena menurutnya saat berbuka puasa diwajibkan untuk berbuka dengan makan yang manis-manis. Dengan demikian beliau selalu membuat olahan manis (kolak pisang) untuk menjadi menu buka

⁸ U, *Wawancara*, Masyarakat Desa Purwoadi, 25 Mei 2018

puasa utama, tidak hanya itu tetapi beliau juga masih membuat es dan aneka makanan lainnya.⁹ Beliau kesehariannya mengurus sawah sendiri dimana sawah tersebut sebagian di tanami padi yang dalam setahun panen 2 atau 3 kali, dan sebagiannya lagi di tanami sayuran. Biasanya beliau menanam cabai merah, terong, dan mentimun. Hasil dari jual sayuran tersebut yang beliau gunakan untuk kebutuhan sehari-hari.

Pola konsumsi di bulan Ramadhan lebih meningkat dibandingkan bulan biasanya, namun demikian konsumsi tetap melihat keadaan keuangan, ketika ada uang beliau mengkonsumsi lebih banyak namun ketika sedang tidak ada uang maka menu berbuka cukup dengan seadanya saja.¹⁰ Suami beliau bekerja sebagai sopir mobil minyak, ketika muatan minyak banyak dapat dikatakan pendapatan pun meningkat. Namun ketika muatan minyak sepi maka pendapatan sudah pasti menurun karena suami beliau ini tidak memiliki pekerjaan lain selain menjadi sopir mobil tersebut. Jadi ketika muatan sedang banyak, sebaik mungkin beliau harus bisa menyisihkan uang untuk berjaga-jaga ketika muatan minyak sepi. Karena ketika muatan sepi bisa sampai berbulan-bulan tidak muat, sehingga tidak ada pendapatan.

Berdasarkan data diatas, pada bulan Ramadhan masyarakat muslim diwajibkan untuk berpuasa penuh selama satu bulan (tidak makan dan minum dari terbit fajar hingga terbenam matahari). Secara teori, seharusnya masyarakat dapat sedikit menghemat pengeluaran

⁹ R, *Wawancara*, Masyarakat Desa Purwoadi, 25 Mei 2018

¹⁰ A, *Wawancara*, Masyarakat Desa Purwoadi, 25 Mei 2018

konsumsinya selama bulan Ramadhan karena hanya memenuhi konsumsi pada saat menjelang sahur dan berbuka puasa. Akan tetapi berbanding terbalik dengan teorinya, kebutuhan masyarakat justru meningkat pada saat bulan Ramadhan. Peningkatan konsumsi tersebut dipengaruhi oleh adanya beberapa faktor. Sehingga perlu adanya Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah Di Bulan Ramadhan. Urgensi kajian tersebut mengingat bahwa mayoritas masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah adalah masyarakat muslim. Terlebih terhadap Ibu-ibu rumah tangga yang sering melakukan tindakan pembelian suatu barang untuk di konsumsi yang seharusnya menjadikan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam sebagai rujukan dalam memenuhi kebutuhan.

B. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti mengajukan perumusan masalah sebagai berikut: “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah pada Bulan Ramadhan ?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat Desa Purwoadi

Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah pada bulan ramadhan.

2. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian pasti mempunyai sebuah tujuan akhir yaitu dapat memberikan manfaat. Manfaat dari penelitian ini adalah:

a. Secara Teoritis

penelitian ini bermanfaat sebagai saran implementasi ilmu pengetahuan bagi perkembangan dunia pendidikan dalam bidang ekonomi.

b. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan informasi bagi umat Islam khususnya Masyarakat Desa Purwoadi dalam bermu'amalah untuk menjalankan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan prinsip konsumsi Islam.

D. Penelitian Relevan

Bagian ini memuat uraian secara sistematis mengenai hasil penelitian terdahulu (*prior research*) tentang persoalan yang akan dikaji. Peneliti mengemukakan dan menunjukkan dengan tegas bahwa masalah yang akan dibahas belum pernah diteliti atau berbeda dengan penelitian sebelumnya. Untuk itu, tinjauan kritis terhadap hasil kajian terdahulu perlu

dilakukan dalam bagian ini. Sehingga dapat ditentukan di mana posisi penelitian yang akan dilakukan berada.¹¹

Karya tulis ilmiah yang dapat peneliti temukan yang secara umum berkaitan dengan penelitian peneliti, diantaranya berjudul “Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Perspektif Islam”. Karya Muhammad Nur Mutaqin, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. Karya ilmiah tersebut merupakan karya ilmiah kualitatif dimana dalam penelitian tersebut lebih difokuskan pada penelitian perilaku konsumtif, lebih ditinjau dari ekonomi Islam.¹²

Penelitian selanjutnya, skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam” Karya Maryati, Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro. Penelitian ini lebih ditekankan pada perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam membeli pakaian ditinjau perspektif konsumsi Islam, dan penelitian ini dilakukan di Dusun III Kelurahan Sumur Bandung Kecamatan Way Jepara Lampung Timur.¹³

Karya tulis ilmiah lain yang peneliti temukan berjudul “Analisis Pola Perilaku Konsumsi dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim pada Bulan Ramadhan”. Karya Afif Abrar, Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang. Dalam penelitian tersebut lebih

¹¹Zuhairi et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 39.

¹²Muhammad Nur Mustaqim, *Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Perspektif Islam, Skripsi*, (Metro: Perpustakaan IAIN Metro, 2010), h. 8.

¹³Maryati, *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam, Skripsi*, (Metro: Perpustakaan IAIN Metro, 2011), h. 7.

ditekankan pada perilaku berzakat rumah tangga muslim di bulan ramadhan. Berbeda dengan yang peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi masyarakat di bulan ramadhan.¹⁴

Karya tulis ilmiah di atas, sama halnya dengan yang peneliti lakukan yaitu untuk mengetahui bagaimana konsumsi masyarakat, namun dalam penelitian tersebut lebih ditekankan pada perilaku berzakat rumah tangga muslim di bulan ramadhan. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Maryati yaitu untuk mengetahui bagaimana pola konsumsi yang lebih ditekankan pada perilaku konsumtif ibu rumah tangga dalam membeli pakaian.

Jika dibandingkan penelitian ini nampak berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian ini lebih fokus terhadap faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi pangan yang dilakukan masyarakat pada bulan ramadhan.

¹⁴Afif Abrar, *Analisis Pola Perilaku Konsumsi dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim pada Bulan Ramadhan, Skripsi*, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017), h. 8.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsumsi

1. Pengertian Konsumsi

Secara etimologi, konsumsi adalah segala kegiatan atau tindakan menghabiskan atau mengurangi kegunaan (daya guna) barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.¹⁵

Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia secara langsung, menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dengan tujuan menghasilkan kepuasan yang berakibat mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang dan jasa.¹⁶

Berdasarkan pengertian diatas peneliti menyimpulkan, konsumsi adalah kegiatan menggunakan daya guna suatu barang atau jasa untuk pemenuhan suatu kebutuhan atas barang konsumsi yang merupakan barang kebutuhan setiap individu.

Menurut Hananto dan Sukarto T.J, konsumsi adalah bagian dari menghasilkan yang dipergunakan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Albert C. Mayers mengatakan bahwa konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa yang berlangsung dan terakhir untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Adapun menurut

¹⁵ Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002),h. 231.

¹⁶ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: UI-Malang Press, 2008), h. 105.

ekonomi, konsumsi adalah setiap kegiatan memanfaatkan, menghabiskan kegunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup.¹⁷

Berdasarkan pendapat tersebut, peneliti mengartikan konsumsi adalah kegiatan memakai, menggunakan, atau menikmati barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan.

2. Jenis-Jenis Konsumsi

Masyarakat dalam menentukan dan memilih jenis konsumsi berbeda dan beraneka ragam, hal itu tergantung dari tingkat pendapatan yang diperoleh dalam keluarga.

Kebutuhan manusia beraneka ragam dan berlangsung secara terus menerus, manusia merasa belum puas walaupun satu kebutuhan telah terpenuhi, karena biasanya akan diikuti oleh kebutuhan lain seperti kebutuhan sekunder. Kebutuhan manusia akan terus bertambah, baik macam, jumlah maupun mutunya. Penyebab ketidak terbata kebutuhan manusia secara keseluruhan, antara lain penambahan penduduk, kemajuan teknologi, taraf hidup yang semakin meningkat, keadaan lingkungan dan tingkat kebudayaan manusia yang semakin meningkat pula.¹⁸

¹⁷ Sukarno Wibowo, dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h.225.

¹⁸ Andi Bahri S, *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No.2, Desember 2014, h. 367.

Jenis-jenis konsumsi menurut tingkatannya adalah: konsumsi barang-barang kebutuhan pokok disebut konsumsi primer, konsumsi sekunder dan konsumsi barang-barang mewah.¹⁹

- a. Konsumsi pokok dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan primer, minimal yang harus dipenuhi untuk dapat hidup. Konsumsi harus dimiliki oleh seseorang untuk jenis konsumsi pokok adalah makanan, pakaian dan perumahan.
- b. Konsumsi sekunder adalah kebutuhan yang kurang begitu penting untuk dipenuhi. Tanpa terpenuhi kebutuhan ini, manusia masih dapat hidup, misalnya kebutuhan akan meja, kursi, radio, buku-buku bacaan. Kebutuhan ini akan dipenuhi apabila kebutuhan pokok sudah terpenuhi. Oleh karena itu, kebutuhan ini sering disebut kebutuhan kedua atau kebutuhan sampingan.
- c. Konsumsi barang-barang mewah. Konsumsi ini dipenuhi apabila konsumsi kebutuhan pokok dan sekunder telah terpenuhi. Seseorang akan membutuhkan barang-barang mewah, misalnya mobil, berlian, barang-barang elektronik dan sebagainya jika mempunyai kelebihan yang maksimal. Keinginan untuk memenuhi barang-barang mewah ditentukan oleh penghasilan seseorang dan lingkungannya. Orang yang bertempat tinggal di lingkungan orang kaya, biasanya berhasrat atau berkeinginan memiliki barang-barang mewah seperti yang dimiliki orang di lingkungannya.²⁰

Dengan demikian jelaslah bahwa jenis konsumsi sangat beragam, baik konsumsi pokok, sekunder maupun barang-barang mewah. Akan tetapi jenis konsumsi yang diutamakan adalah kebutuhan pokok. Apabila seseorang memiliki pendapatan lebih barulah kebutuhan sekunder atau barang mewah dikonsumsi.

¹⁹ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, dalam *Journal Dinamika Pembangunan*, Vol. 2 No. 2 / Desember 2006, h.193.

²⁰ *Ibid.*, h. 116.

3. Konsumsi Menurut 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*.²¹

Berdasarkan pendapat di atas, dapat dipahami bahwa konsumsi dalam ekonomi Islam bukan hanya memenuhi kebutuhan dengan memanfaatkan barang dan jasa, tetapi menekankan pula proses pemenuhan kebutuhan tersebut dan tujuannya yang harus sesuai dengan prinsip syariah.

4. Dasar Hukum Konsumsi Islam

Konsumsi memiliki manfaat yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, sebagian besar konsumsi diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan. Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat

²¹ *Ibid.*, h. 196.

yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya.

Dalam Al-Qur'an disebutkan perintah Allah kepada manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar manusia, sebagaimana disebutkan dalam firman Allah SWT. (QS. Saba' : 15)

لَقَدْ كَانَ لِسَبَإٍ فِي مَسْكِنِهِمْ آيَةٌ جَنَّاتٍ عَنْ يَمِينٍ وَشِمَالٍ

كُلُوا مِنْ رِزْقِ رَبِّكُمْ وَاشْكُرُوا لَهُ بَلْدَةٌ طَيِّبَةٌ وَرَبُّ غَفُورٌ

Artinya: “Sesungguhnya bagi kaum Saba’ ada tanda (kekuasaan Tuhan) di tempat kediaman mereka Yaitu dua buah kebun di sebelah kanan dan di sebelah kiri. (kepada mereka dikatakan): “Makanlah olehmu dari rezeki yang (dianugerahkan) Tuhanmu dan bersyukurlah kamu kepada-Nya (Negerimu) adalah negeri yang baik dan (Tuhanmu) adalah Tuhan yang Maha Pengampun.”²²

Berdasarkan ayat di atas, Al-Ghazali mengatakan “untuk mendukung aktivitas sehari-hari, Allah SWT, menyuruh umatnya untuk mengonsumsi makanan yang *thayyibat* (sehat dan bergizi). Ada yang berpendapat *thayyibat* adalah makanan yang halal.²³

Allah memerintahkan manusia untuk memakan makanan dan mensyukuri nikmat Allah. Perintah Allah untuk memakan makanan

²²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Bandung: Pantja Cemerlang, 2010), h. 419.

²³Al-Ghazali, *Al-Halalwal Haram*, Alih Bahasa Iwan Kurniawan, (Bandung: Mizan Pustaka, 2007), h. 11.

yang halal, mengandung arti bahwa konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan fisik, tetapi mengandung nilai ibadah yang ditunjukkan dari zat yang dikonsumsi dan cara memperolehnya harus halal.

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

5. 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 atau 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. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina

dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala.²⁴

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

Berdasarkan uraian di atas, tujuan konsumsi Islam tidak hanya bertujuan memenuhi kebutuhan material saja, tetapi bertujuan pula memenuhi kebutuhan spiritual.

Konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mendukung kegiatan ibadah. Barang dan jasa merupakan karunia Allah, sebagaimana hidup manusia juga karunia Allah. Oleh karena itu, pemanfaatan barang dan jasa harus memiliki keterkaitan dengan tujuan hidup dan penciptaan manusia, yaitu untuk beribadah kepada Allah SWT.

²⁴Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islami, dalam Jurnal Dinamika Pembangunan*, Vol. 3 No. 2 Desember 2006, h. 198.

6. Prinsip Dasar Konsumsi Dalam Islam

Menurut Abdul Manan, prinsip nilai yang harus jadi pedoman nilai (*value base*) dan etika dalam perilaku konsumsi seorang Manusia adalah sebagai berikut.²⁵

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum. Dengan kata lain, sesuatu yang dikonsumsi harus didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum. Konsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, berada dalam koridor aturan hukum agama, serta menjunjung tinggi kepastian atau kebaikan (*halalan toyiban*).

b. Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, misalnya makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Dalam arti luas, bersih adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah SWT.

c. Prinsip Kesederhanaan

Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual ataupun sosial.

²⁵Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Makro Syariah*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), h. 80.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi oleh kemurahan hati. Maksudnya, jika memang masih banyak orang yang kekurangan makanan dan minuman, seseorang Muslim hendaklah menyisihkan makanan yang ada padanya kemudian memberikannya kepada mereka yang sangat membutuhkannya.

e. Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang Muslim harus dibingkai oleh moralitas sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan. Allah SWT. memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang Muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan *hamdalah* setelah makan.

Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa prinsip utama dalam memenuhi konsumsi adalah prinsip kehalalan yang diperoleh dari barang dan jasa yang dibutuhkan. Prinsip kehalalan tersebut bukan hanya halal dari segi zatnya benda saja, tetapi juga meliputi halal dalam proses atau cara memperolehnya.

B. Perilaku Konsumsi

1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Perilaku konsumsi merupakan tindakan individu dalam memperoleh barang dan jasa, dengan cara individu tersebut dalam

memanfaatkannya, “Perilaku adalah cara re.aksi atau respon manusia makhluk hidup terhadap lingkungannya. perilaku adalah aksi, reaksi, terhadap perangsangan dari lingkungan.”²⁶

Menurut Anwar Prabu Mangkunegara perilaku konsumen didefinisikan sebagai “Perilaku individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, dan menggunakan barang-barang, jasa ekonomis, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.”²⁷

Soekarno Wibowo dan Dedi Supriadi mengartikan perilaku konsumsi sebagai berikut:

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan konsumen dalam mencari menukar menggunakan menilai mengatur barang atau jasa yang dianggap mampu memuaskan kebutuhan mereka. Perilaku konsumen juga berarti cara konsumen mengeluarkan sumber daya yang terbatas seperti uang waktu dan tenaga untuk mendapatkan barang dan jasa yang diinginkan demi kepuasannya.²⁸

Berdasarkan pengertian di atas, dapat diambil pengertian bahwa perilaku konsumen adalah cara konsumen mengeluarkan sumber daya yang terbatas seperti uang, waktu dan tenaga untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan demi kepuasannya.

²⁶ Gunarsa, *Psikologi Praktis Anak dan Remaja*, (Jakarta: Gunung Mulia, 2004), h. 4.

²⁷ Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, (Bandung: Refika Aditama, 2012), h. 5.

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

3. Perilaku Konsumsi Menurut Islam

Perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam berbeda dengan perilaku konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, konsumsi muslim tidak hanya dipandang sebagai *homo economicus*, dipandang pula sebagai *homo Islamicus*, yang memotivasi konsumsinya didasarkan pada keimanan dan kepuasan spiritual.

Dalam Islam perilaku seorang konsumen harus mencerminkan hubungan dirinya dengan Allah. Inilah yang tidak kita dapati dalam ilmu perilaku konsumsi konvensional. Pergerakan dirinya yang berbentuk belanja sehari-hari tidak lain adalah manifestasi dzikir dirinya atas nama Allah. Dengan demikian dia lebih memilih jalan yang dibatasi Allah dengan tidak memilih barang haram, tidak kikir. Gaya hidupnya selamat baik di dunia maupun di akhirat.²⁹

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

²⁹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2006), h. 4.

memperoleh barang dan jasa, merupakan karunia Allah yang harus disyukuri.

Keyakinan bahwa terpenuhinya barang dan jasa merupakan karunia Allah, akan mendorong seluruh perilaku konsumsi muslim di jalan atas dasar perintah Allah, seperti tidak berlebihan, tidak boros, dan bergerak untuk membelanjakan harta di jalan Allah.

Menurut Yusuf Qardhawi dalam Andi Bahri S perilaku konsumsi muslim dibatasi dengan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energy manusia untuk tujuan-tujuan spiritual.
- b. Anjuran-anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntut oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.
- c. Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal, yaitu (a) barang-barang keperluan pokok, (b) barang-barang keperluan kesenangan dan (c) barang-barang keperluan kemewahan. Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam al-mawasid al-syari'ah dengan istilah *daruriyyah*, *hajjiyyah*, dan *tahsiniyyah*.
- d. Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap moderat dalam pola konsumsi yang dituntut oleh sikap yang mementingkan bersama konsumen muslim yang lain.³⁰

³⁰ Andi Bahri S, *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No. 2, Desember 2014, h. 353.

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

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Konsumen dalam upaya memperoleh dan memanfaatkan barang dan jasa dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Berikut ini faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen:

a. Faktor Internal

1) Sikap dan Keyakinan

Sikap adalah posisi emosional atau perasaan terhadap bahasa sendiri atau bahasa orang lain. Dari penjelasan tersebut dapat diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan aktivitas atau tindakan. Sikap yang dipengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Sikap dan keyakinan konsumen dapat di ubah melalui komunikasi persuasive dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

2) Motivasi

Motivasi adalah kecenderungan (suatu sifat yang merupakan pokok pertentangan) dalam diri seseorang dalam membangkitkan topangan dan tindakan. Motivasi meliputi faktor kebutuhan biologis dan emosional melalui pembelian dan penggunaan suatu produk.

3) Emosi (Perasaan)

Emosi yaitu keadaan yang memiliki pengaruh seperti mood seseorang atau reaksi. Perasaan dapat bersifat positif maupun negative tergantung kepada sikap individu. Perasaan juga memiliki pengaruh terhadap penentuan sikap seseorang konsumen.

b. Faktor Eksternal

1) Budaya

Budaya adalah bentuk jamak dari kata budi dan daya yang berarti cinta, karsa, dan rasa. Kata budaya sebenarnya berasal dari bahasa sansekerta *budhayah* yaitu bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti budi atau akal.³¹ Budaya yang beraneka ragam inilah maka kebutuhan yang diperlukan oleh setiap individu berbeda-beda sesuai kebutuhan mereka.

³¹ Elly M Setiadi, Kama A. Hakam, Dkk, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2001), h. 27.

2) Sosial

Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor sosial sangat luas mencakup: kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan. Faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat konsumen sebab budaya dan sosial berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan konsumen. Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan sosial merupakan tingkatan dalam status sosial.

3) Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan seorang pegawai (karyawan) dengan konsumen diperlukan etika yang baik, sehingga kedua pihak dapat saling menghargai.³²

4) Lokasi

Lokasi merupakan sebuah tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen. Konsumen pasti menginginkan lokasi yang mudah dijangkau. Sehingga lokasi yang ditetapkan oleh perusahaan benar-benar

³² Ismail, *Pebankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005), h. 65.

dari seluruh penjuru agar mempermudah para konsumen untuk berbelanja.

5) Promosi

Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Dalam promosi ini adalah tahapan yang sangat penting untuk menarik konsumen agar tertarik terhadap produk yang ditawarkan.

D. Indikator Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas kebutuhan pokok dan secara operasional, indikator perilaku konsumtif tersebut adalah:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
Masyarakat membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik
Masyarakat akan sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapih dan di hias dengan warna-warna yang menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi
Masyarakat mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya masyarakat mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar masyarakat selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas manfaat atau kegunaannya)
Masyarakat cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang di anggap mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Masyarakat mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi.

- f. Membeli produk karena unsure konformitas terhadap model yang mengiklankan

Masyarakat cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Masyarakat sangat terdorong untuk mencoba produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek beda)

Masyarakat akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merk yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.³³

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa indikator perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan, secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana dalam membeli sesuatu barang individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Apabila perilaku tersebut terus dilakukan tanpa ada pemikiran panjang maka akan berakibat terjadinya tindakan pemborosan dimana seseorang yang memiliki keluarga harus terlebih dahulu mementingkan kebutuhan keluarga maupun kebutuhan rumah tangga.

³³ Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Iklan Televisi)*, Alfabeta, 2002) Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang*, *Ejurnal Psikologi*, 2013, H. 148-156. Diakses Pada Tanggal 05 November 2016.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang langsung terjun kelapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah.”³⁴

Berdasarkan definisi diatas dapat dipahami bahwa penelitian ini adalah penelitian lapangan dimana peneliti kelapangan untuk meneliti secara intensif, terperinci, dan mendalam tentang Pola Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Ditinjau Dari Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah).

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan dengan menjelaskan atau menggambarkan variabel masalah dan sekarang (sedang terjadi).³⁵ Penelitian deskriptif berkaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain. Data yang dihasilkan dari penelitian ini yaitu data kualitatif.

³⁴Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014), h. 26.

³⁵Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), h. 11.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa deskriptif merupakan penelitian yang dilakukan untuk membuat penggambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai situasi-situasi kejadian-kejadian yang digambarkan dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini akan mendeskripsikan Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah).

B. Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data skunder.

1. Sumber Data Primer

Sumber data primer merupakan data dasar yang langsung dikumpulkan dari berbagai sumber yang pertama.³⁶ Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk file-file. Data ini di cari melalui narasumber atau responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sarana mendapatkan informasi ataupun data.³⁷ Data Primer ini diperoleh melalui wawancara dengan masyarakat Desa Purwoadi sebagai variabel penelitian. Masyarakat Desa Purwoadi terdiri dari 679 kepala keluarga. Dari 679 kepala keluarga tersebut terdiri atas 627 kepala

³⁶Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2005), h. 9.

³⁷Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006), h. 8.

keluarga yang beragama Islam. Dari 627 kepala keluarga yang beragama Islam tersebut peneliti mengambil 10 orang untuk diteliti mengenai perilaku konsumsi pada bulan ramadhan.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel data dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* yaitu menunjuk anggota populasi tertentu, dilakukan atas pertimbangan tertentu berdasarkan ciri atau sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.³⁸ Dalam hal ini, peneliti menentukan sumber data primer ini berdasarkan mata pencaharian. Dimana mata pencaharian sebagian besar masyarakat yaitu petani selain ada juga masyarakat yang memiliki mata pencaharian di bidang lain.

2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber penunjang. Sumber data sekunder merupakan data yang mencakup dokumen-dokumen, buku-buku, majalah ilmiah, hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian, koran, makalah, artikel dan internet, dan lain-lain.³⁹

Peneliti menggunakan data sekunder dengan merujuk pada buku-buku yang berkaitan dengan konsumsi secara umum dan konsumsi dalam Islam yang mengatur tentang kegiatan konsumsi. Sumber data sekunder yang peneliti gunakan berasal dari buku-buku, skripsi, dan situs internet yang berkaitan dengan objek penelitian.

³⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, (Jakarta: PT. RinekaCipta, 2006), h. 85.

³⁹Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Malik Pers, 2010), h. 178.

C. Teknik Pengumpulan Data

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Untuk mengumpulkan data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara (*Interview*)

Menurut Nasution, “wawancara atau *interview* adalah suatu bentuk komunikasi verbal jadi semacam percakapan yang bertujuan memperoleh informasi.”⁴⁰ Metode *interview* adalah bentuk komunikasi langsung antara penelitian dan responden.⁴¹

Berdasarkan uraian diatas, dapat dipahami bahwa wawancara adalah Tanya jawab yang dilakukan seorang peneliti kepada seorang narasumber dari penelitian yang akan diteliti untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Wawancara (*interview*) dibedakan menjadi tiga macam, yaitu:

- a. Wawancara Sistematis adalah wawancara yang dilakukan dengan terlebih dahulu pewawancara mempersiapkan pedoman tertulis tentang apa yang hendak ditanyakan kepada responden.
- b. Wawancara terarah adalah wawancara yang sedikit formal dan sistematis. Dilaksanakan secara bebas, tetapi kebebasan ini tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan ditanyakan kepada responden dan telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.

⁴⁰ S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Cet. 14, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 113.

⁴¹ W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002), h. 119.

c. Wawancara mendalam adalah wawancara yang dilakukan informal. Biasanya wawancara ini digunakan bersama dengan metode observasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara terarah. Wawancara ini bertujuan dengan kebebasan dapat digali lebih dalam tentang sikap, pendapat, perasaan dan keyakinan responden, tetapi kebebasan ini tetap tidak terlepas dari pokok permasalahan yang akan dipertanyakan kepada responden yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh pewawancara.

Adapun yang menjadi sasaran dalam wawancara ini adalah 10 Orang masyarakat Desa Purwoadi. Dalam hal ini data yang akan digali dalam wawancara adalah informasi mengenai kegiatan konsumsi masyarakat Desa Purwoadi pada bulan ramadhan.

2. Dokumentasi

Dokumen adalah catatan tertulis tentang berbagai kegiatan atau peristiwa pada waktu yang lalu. Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan atau transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat *legger*, agenda, dan sebagainya.⁴² Metode ini digunakan sebagai bahan informasi yang berupa profil dari tempat penelitian yaitu Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah.

⁴² Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h. 175.

Berdasarkan teknik pengumpulan data tersebut, hanya akan mengadakan penelitian dengan melakukan wawancara dan mengumpulkan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan hal-hal yang diperlukan. Teknik-teknik ini dipergunakan sebagai penunjang untuk memperoleh data tentang gambaran umum lokasi penelitian.

D. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiono, “analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi.⁴³ Dengan demikian dalam analisa data kualitatif pengelolaan data tidak menggunakan teknik statistika sehingga hasil analisis jawaban responden terdapat pernyataan yang diajukan tidak terikat dengan skor, akan tetapi dideskripsikan dalam suatu penjelasan dalam bentuk kalimat.

Setelah memperoleh data, maka langkah selanjutnya adalah mengolah data tersebut. Berknaan dengan pengolahan data ini, Djunaidi Ghony mengemukakan bahwa mengolah data berarti menyaring dan mengatur data atau informasi yang sudah masuk.⁴⁴

Setelah mendapat informasi dan data yang diperlukan, peneliti menggunakan teknik untuk menganalisis dengan cara berpikir induktif. Cara berpikir induktif adalah pada prosedur induktif proses berawal dari proposisi-proposisi khusus (sebagai hasil pengamatan) dan berakhir pada

⁴³Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 24, (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 244.

⁴⁴Djunaidi Ghony, Fauzan Almansyur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Arr-Ruzz Media, 2012), h. 167.

suatu kesimpulan (pengetahuan baru) berupa azas umum.⁴⁵ Cara berpikir ini digunakan peneliti untuk membahas pengambilan kesimpulan tentang kegiatan konsumsi masyarakat Desa Purwoadi, peneliti menyimpulkan bagaimana analisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat di bulan ramadhan.

⁴⁵*Ibid.*, h. 167.

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Wilayah Penelitian

1. Profil Singkat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo

Kampung Purwoadi di buka pada jaman Kolonial Belanda pada tahun 1936 yang penduduknya berasal dari transmigrasi Pulau Jawa, sebelum menuju Kampung Purwoadi penduduk transmigrasi yang berasal dari Pulau Jawa tersebut terlebih dahulu berkumpul dan bertempat tinggal di Kabupaten Pesawaran. Dari sebagian penduduk transmigrasi yang berasal dari pulau jawa tersebut kemudian oleh Kolonial Belanda disebar ke masing-masing wilayah yang ada di Trimurjo salah satunya yaitu Kampung Purwoadi. Kampung Purwoadi mulai di buka dan di tempati penduduk pada hari Senin Pahing bulan Muharam (Suro). Masyarakat Purwoadi sampai saat ini selalu memperingati HUT Kampung Purwoadi sesuai dengan hari pembukaan pada jaman Kolonial Belanda.

Kampung Purwoadi terdiri dari dua pedukuhan yaitu 19A dan 19 Polos yang terdiri dari 4 kepala dusun dengan luas wilayah 352,03 ha, terdiri atas 296 ha lahan pertanian dan tanah pekarangan seluas 56,03 ha.⁴⁶ Atas pembagian pengukuhan tersebut peneliti lebih fokus untuk meneliti Desa Purwoadi 19A dimana sebagian besar masyarakat

⁴⁶Dokumentasi Profil Umum Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, 10 Agustus 2019

Desa Purwoadi bermata pencaharian sebagai petani dan buruh tani. Masyarakat Kampung Purwoadi mayoritas bersuku Jawa dan beragama Islam.

Table 4.1
Bagan Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintahan
Kampung Purwoadi Kecamatan Trimurjo⁴⁷

Kepala Kampung	Edi Sanipo
Badan Pengawas Keuangan	Heri Wiryanto
Sekretariat Kampug	Supri Wahono
Kepala Urusan Pemerintahan	Risdiyanto
Kepala Urusan Kesejahteraan	Maryono
Kepala Urusan Pembangunan	Mujito
Kepala Urusan Umum Dan Perencanaan	Iswadi
Kepala Urusan Keuangan	Siti Roslina
Kepala Dusun I	Hendra, S
Kepala Dusun II	Susiyanto
Kepala Dusun III	Tri Haryanto
Kepala Dusun IV	Masduki

⁴⁷Dokumentasi Profil Umum Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, 10 Agustus2019

Tabel 4.2
Demografi Kependudukan Kampung Purwoadi
Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah⁴⁸

Nama Desa	Purwoadi
Kecamatan	Trimurjo
Kabupaten	Lampung Tengah
Propinsi	Lampung
Luas Wilayah Desa Purwoadi	352,03 ha/m2
Jumlah Penduduk	2.349 Jiwa
1. Jumlah Kepala Keluarga	679
2. Laki-laki	1.179
3. Perempuan	1.174
Mata Pencaharian	
1. Petani/Buruh Tani	816
2. Pegawai Negeri Sipil	71
3. Pegawai Swasta	11
4. Pedagang	25
5. Pensiunan PNS	32
Pendidikan	
1. SD	859
2. SMP	241
3. SMA	967
4. S1/Diploma	144
5. Putus Sekolah SD	59
Agama	
1. Agama Islam	2.179 Jiwa / 627 KK
2. Agama Kristen	148 Jiwa / 43 KK
3. Agama Katholik	27 jiwa / 9 KK
Etnis	
1. Jawa	2340
2. Sunda	6
3. Minang	3
4. Nias	1

3. Profil Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah

Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo memiliki jumlah penduduk 2.349 jiwa, 1.175 laki-laki dan 1.174 perempuan. Dari

⁴⁸Dokumentasi Profil Umum Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, 10 Agustus 2019

jumlah penduduk tersebut terdapat 627 kepala keluarga beragama Islam, 43 kepala keluarga Kristen dan 9 kepala keluarga Katholik. Dengan jumlah penduduk yang begitu banyak tentu memiliki latar belakang yang berbeda antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lainnya baik dari segi pendidikan, agama, pekerjaan, dan mata pencaharian. Hal ini dapat kita lihat dari beberapa segi dibawah ini:⁴⁹

a. Pendidikan

Pendidikan yang pada umumnya pernah dirasakan oleh setiap masyarakat untuk mencari ilmu pengetahuan sebagai bekal untuk melaksanakan kehidupan sosial. Hal ini terjadi pula di masyarakat Purwoadi Kecamatan Trimurjo. Hal ini terlihat dari 2.349 jiwa yang ada di Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo tersebut, hanya 144 orang yang mampu menyelesaikan pendidikannya hingga mendapatkan gelar sarjana, sementara 967 orang tamatan SMA, 241 orang tamatan SMP, 859 orang tamatan SMP, dan 59 orang putus sekolah SD.

b. Keagamaan

Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo dengan jumlah penduduk 2.349 jiwa tersebut, memiliki beberapa keyakinan dalam agama, hal ini menyebabkan berbeda pula pandangan masyarakat antar agama satu dengan yang lainnya, namun sikap toleransi dan saling menghargai antar sesama

⁴⁹Dokumentasi Profil Umum Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, 10 Agustus 2019

membuat masyarakat mampu hidup secara berdampingan. Dari data yang peneliti peroleh, hampir mayoritas masyarakat Desa Purwoadi beragama Islam yaitu berjumlah 2.179 jiwa / 627 Kepala Keluarga. Sementara agama lain seperti, Kristen 148 Jiwa / 43 Kepala Keluarga dan Kristen Katholik berjumlah 27 jiwa / 9 kepala Keluarga. Tingginya jumlah masyarakat muslim di Desa Purwoadi 19A menunjukkan potensi konsumsi yang berbeda pada bulan ramadhan dibandingkan bulan yang lain.

c. Mata Pencaharian

Masyarakat Desa Purwoadi dengan jumlah penduduk 2.349 jiwa terdiri atas 816 jiwa sebagai petani/buruh tani, 71 jiwa sebagai PNS, 11 jiwa sebagai pegawai swasta, 25 jiwa sebagai pedagang dan 31 jiwa sebagai pensiunan PNS.

Berdasarkan data tersebut, dapat dikatakan mayoritas masyarakat Desa Purwoadi masih didominasi oleh masyarakat yang berprofesi sebagai petani/buruh tani.

D. Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Pada Bulan Ramadhan

Gambaran umum perilaku konsumsi Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo pada Bulan Ramadhan, peneliti peroleh dari wawancara dengan anggota masyarakat tersebut.

Peneliti mencoba untuk memperoleh gambaran tentang perilaku konsumsi masyarakat muslim Desa Purwoadi, dengan mewawancarai beberapa informan, yaitu diantaranya ibu Umilah seorang ibu rumah

tangga di Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo yang merupakan seorang pensiunan Pegawai Negeri Sipil. Kutipan wawancara tersebut sebagai berikut:

Saya bersyukur masih dipertemukan dengan bulan ramadhan, dan konsumsi keluarga saya lebih meningkat pada bulan ramadhan karena menurut saya ketika berpuasa kita seharian tidak makan maka ketika berbuka puasa atau sahur harus mengkonsumsi makanan lebih banyak dan yang pasti sehat juga bergizi. Saya belanja sebulan sekali ke pasar metro karena sekalian ambil gaji pensiunan di Bank, tetapi untuk makan sehari-hari lebih sering ke tempat tetangga yang jualan keliling. Setiap belanja saya selalu mencari pedagang yang dapat melayani dengan baik dan yang menyediakan segala kebutuhan, tetapi apabila di suatu tempat ada promo barang kebutuhan pokok, saya pasti belanja yang dipromokan selagi itu masuk dalam kebutuhan saya.⁵⁰

Berdasarkan petikan wawancara di atas dapat ditarik benang merah bahwa, terjadi peningkatan konsumsi keluarga pada bulan ramadhan. Hal tersebut dilatar belakangi oleh keinginan untuk makan makanan yang sehat juga bergizi yang juga untuk melakukan konsumsi tersebut di dukung oleh adanya kemampuan keluarga untuk memenuhi kebutuhan konsumsi berlebih karena adanya gaji pensiunan.

Pendapat lain juga dikemukakan oleh Ibu Astri, ibu rumah tangga di Desa Purwoadi 19A Kecamatan Trimurjo mengatakan:

Saya sangat bahagia bisa menyambut datangnya bulan ramadhan karena bulan ramadhan merupakan bulan yang dapat ditemukan satu kali dalam satu tahun. Dalam hal konsumsi ada peningkatan pada bulan ramadhan karena bulan ramadhan hanya sekali dalam satu tahun jadi saya sangat ingin yang terbaik untuk pola konsumsi yang lebih baik namun, dalam hal ini saya tetap memperhatikan keadaan keuangan, ketika ada uang saya belanja lebih banyak dan menyajikan menu makan juga berbagai macam tetapi ketika tidak ada uang saya cukup dengan menu makan seadanya saja. Lokasi

⁵⁰Umilah, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2019

belanja tidak terlalu mempengaruhi yang penting dalam suatu tempat saya bisa mendapatkan kebutuhan saya dan juga dengan harga yang lebih murah. Tidak hanya itu pelayanan juga mempengaruhi saya dalam belanja dan dimanapun ada promosi pasti saya datangi. Bulan ramadhan tahun ini saya membeli sepeda motor dengan sistem kredit, saya membeli sepeda motor karena nanti saat Idul Fitri pasti saya sangat membutuhkan motor dibandingkan hari biasa, jika hari biasa saya masih bisa menggunakan motor yang lama namun ketika Idul Fitri motor tersebut tidak dapat digunakan dalam perjalanan jarak jauh, sehingga saya memilih membeli sepeda motor walau dengan sistem kredit.⁵¹

Berdasarkan petikan wawancara tersebut, dapat diartikan terjadi peningkatan konsumsi pada bulan ramadhan dibandingkan bulan lainnya, hal ini dikarenakan adanya rasa bahagia dalam menyambut bulan ramadhan dan menganggap bulan ramadhan adalah bulan istimewa sehingga ingin bulan ramadhan ini lebih baik dari bulan lainnya. Dalam wawancara tersebut juga tampak adanya peningkatan konsumsi yang cukup tinggi karena adanya pembelian sepeda motor secara kredit. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan konsumsi yang signifikan selama bulan ramadhan hingga Idul Fitri.

Informasi lain coba peneliti gali dari ibu Sri yang merupakan ibu rumah tangga yang juga membuka jasa jahit baju di rumahnya:

Alhamdulillah saya senang bisa bertemu dengan bulan penuh berkah ini. Konsumsi keluarga saya banyak meningkat pada bulan puasa karena bulan puasa kebutuhan pangan kita meningkat, yang tadinya makan lauk biasa tapi karena bulan ramadhan saur dan berbuka puasa lauknya seenak mungkin supaya lebih semangat, budaya dan sosial juga mempengaruhi dalam konsumsi keluarga saya sedangkan suasana hati tidak begitu berpengaruh tetapi suasana isi dompet yang lebih berpengaruh. Soal berbelanja saya lebih suka ke pasar tradisional karena di pasar tradisional masih bisa di tawar harganya, pelayanan yang baik juga penting menurut saya,

⁵¹Astri, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 11 Agustus 2019

sedangkan promosi tidak begitu berpengaruh kecuali ada diskon baru saya tertarik.⁵²

Berdasarkan kutipan wawancara tersebut, dapat dikatakan terjadi peningkatan konsumsi keluarga, hal itu dikarenakan meningkatnya pula kebutuhan pangan seperti halnya lauk. Dimana pada hari biasa lauk cukup dengan seadanya namun pada bulan ramadhan menyajikan lauk seanak mungkin agar lebih semangat menjalankan ibadah puasa. Artinya pada konsumsi bulan ramadhan lebih istimewa dari bulan lainnya, yang biasanya tidak ada menjadi diadakan dalam menu konsumsi. Tidak hanya itu, keluarga tersebut lebih suka berbelanja kebutuhan bulan ramadhan di pasar tradisional karena menurutnya pasar tradisional harga-harga sembako masih bisa di tawar harganya.

Informasi yang peneliti dapatkan juga dari ibu Yani, ibu rumah tangga Desa Purwoadi 19A Kecamatan Trimurjo, berikut petikan wawancaranya:

Saya bersyukur karena masih bisa bertemu dengan bulan ramadhan, bulan ramadhan membawa sedikit peningkatan dalam konsumsi keluarga karena supaya anak saya yang sedang belajar berpuasa, puasanya jalan terus. Kebudayaan dan sosial tidak berpengaruh menurut saya tetapi suasana hati justru berpengaruh. Saya belanja kebutuhan sehari-hari cukup di tempat tetangga yang jual sayuran keliling, dan pelayanannya pun baik menurut saya.⁵³

Berdasarkan wawancara tersebut, terjadi sedikit peningkatan konsumsi pada bulan ramadhan. Karena dalam keluarga tersebut terdapat anak kecil yang sedang belajar berpuasa. Harapan dari keluarga

⁵²Sri, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019

⁵³Yani, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019

meningkatkan konsumsi seperti lauk dan sayur serta adanya menu yang manis-manis supaya anak tersebut lebih semangat menjalankan puasanya. Konsumsi keluarga yang demikian itu sudah menjadi tradisi setiap bulan ramadhan. Selain itu menurutnya, suasana hati juga berpengaruh terhadap pola konsumsi keluarga. Ketika suasana hati sedang bahagia maka akan mengkonsumsi lebih banyak dibandingkan pada saat suasana hati sedang tidak baik.

Peneliti mencoba menggali lagi informasi dengan ibu Nani, seorang ibu rukun tetangga Dusun III Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, beliau mengatakan:

Saya senang sekali dipertemukan kembali dengan bulan ramadhan, meski dalam konsumsi bulan ramadhan pasti ada peningkatan tetapi tidak masalah menurut saya karena hanya bertemu sekali dalam setahun jadi ingin yang lebih baik aja pada bulan ramadhan ini. Kebudayaan, sosial dan suasana hati berpengaruh terhadap konsumsi saya pada bulan ramadhan. Untuk lokasi belanja saya lebih memilih yang terlihat menarik saja dan yang memberikan pelayanan dengan baik selain itu saya suka tertarik kalau tau ada promosi tetapi saya juga selalu lihat terlebih dahulu yang di promosikan itu sesuai tidak dengan selera saya.⁵⁴

Dari petikan wawancara diatas, keluarga tersebut mengalami peningkatan konsumsi, namun hal tersebut tidak jadi permasalahan karena menurutnya tidak setiap hari melainkan sekali dalam setahun. Konsumsi mereka juga di pengaruhi oleh adanya kebiasaan budaya, sosial serta suasana hati, dimana kebiasaan keluarga tersebut ketika bulan ramadhan suka beli makanan atau minuman yang di jual dipinggir jalan atau di suatu tempat yang menyediakan menu bervariasi seperti kolak, es, dungan, dan

⁵⁴Nani, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 12 Agustus 2019

lainnya. Sedangkan dalam hal lokasi belanja lebih kepada tempat yang menarik dengan pelayanan yang baik, selain itu juga suka mengunjungi tempat yang memberi promosi meski harus melihat terlebih dahulu apa yang dipromosikan, sesuai tidak dengan selera mereka.

Wawancara peneliti dengan sumber lain yaitu ibu Rini, seorang ibu rumah tangga Desa Purwoadi 19A Kecamatan Trimurjo mengatakan bahwa:

Menghadapi datangnya bulan ramadhan pastinya merasa sangat senang dan bahagia karena hanya ada setahun sekali. Peningkatan sering kali terjadi pada bulan ramadhan karena menu-menu yang di sajikan di bulan ramadhan jauh lebih banyak daripada hari biasanya terlebih saya dan keluarga juga mengutamakan makan yang manis saat berbuka puasa sehingga sering kali membuat olahan yang manis seperti kolak, dan lain-lain. Suasana hati yang sedang bahagia juga mempengaruhi konsumsi karena pada saat bahagia lebih banyak mengkonsumsi sedangkan lokasi belanja tidak pasti terkadang di pasar atau di swalayan dan dengan pelayanan yang baik pasti ada rasa senang tersendiri, promosi-promosi yang diberikan sering kali mempengaruhi minat saya dalam membeli.⁵⁵

Dari wawancara tersebut dapat dikatakan konsumsi keluarga Ibu Rini terjadi peningkatan pada bulan ramadhan. Hal tersebut karena adanya peningkatan porsi makan saat berbuka puasa dengan menyajikan beberapa menu, dimana menu tersebut lebih istimewa daripada hari biasa. Menyajikan menu yang manis-manis itu sudah menjadi kebiasaan keluarga saat bulan ramadhan, bahkan menurutnya jika tidak ada menu yang manis-manis terasa kurang enak buka puasanya. Selain itu, Suasana hati sangat berpengaruh dalam hal konsumsi keluarga. Kemudian mengenai belanja

⁵⁵Rini, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 13 Agustus 2019

Ibu Rini sering kali merasa promosi-promosi yang diberikan itu mempengaruhi minat belanjanya. Beliau tergolong orang yang suka belanja di swalayan, beliau selalu mendatangi swalayan yang memberi promo-promo.

Dari wawancara yang peneliti peroleh, ibu rumah tangga Desa Purwoadi 19A Kecamatan Trimurjo yaitu ibu Parsiyem, berikut hasil wawancaranya:

Bahagia sudah pasti saya rasakan ketika bulan ramadhan tiba. Ketika bulan ramadhan tiba pola konsumsi meningkat lebih banyak karena banyaknya makanan khas yang hanya tersedia pada bulan ramadhan saja membuat saya ingin mengkonsumsinya. Konsumsi juga meningkat ketika suasana hati sedang bahagia, sedangkan lokasi belanja saya lebih suka di tempat yang menyediakan berbagai barang kebutuhan pokok lebih lengkap dan yang memberikan pelayanan dengan baik. Dalam hal promosi saya tidak begitu tertarik dan terpengaruh dengan apa yang di promosikan.⁵⁶

Dalam wawancara tersebut, tampak adanya peningkatan pola konsumsi pada bulan ramadhan. Hal tersebut dikarenakan suasana hati yang mungkin sedang bahagia sehingga menimbulkan minat konsumsi lebih tinggi dan banyaknya makanan yang hanya tersedia pada bulan ramadhan saja sehingga menimbulkan minat untuk membeli makanan tersebut kemudian mengkonsumsinya. Mengenai lokasi belanja beliau lebih mengutamakan tempat yang menyediakan kebutuhan pokok lebih lengkap, hal tersebut karena supaya cukup belanja di satu tempat tetapi bisa mendapatkan semua kebutuhannya. Beliau ini termasuk orang yang

⁵⁶Parsiyem, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 13 Agustus 2019

suka belanja di toko-toko biasa (bukan *supermarket*) sehingga beliau tidak begitu tergiur oleh promosi-promosi yang ada di *supermarket* tersebut.

Wawancara lain peneliti peroleh dari ibu Sugi warga Desa Purwoadi 19A Kecamatan Trimurjo seorang ibu rumah tangga yang membuka warung belanjaan kering di rumahnya, memaparkan:

Banyak orang menanti kedatangan bulan ramadhan dan menyambutnya dengan bahagia termasuk saya. Selama menjalankan ibadah puasa banyak sekali konsumsi makanan yang meningkat dalam keluarga saya. Karena pada bulan ramadhan kita diwajibkan untuk menjalankan ibadah puasa dimana puasa itu menahan makan dan minum dari terbit fajar hingga terbenam matahari, namun demikian aktivitas kita masih sama seperti hari biasa. Oleh sebab itu, dalam konsumsi keluarga saat ramadhan porsi makan meningkat karena sebagai ganti dari sehari berpuasa. Hal tersebut bukan karena kebudayaan, sosial maupun suasana hati melainkan karena untuk menjaga kondisi tubuh agar selalu sehat dalam menjalankan ibadah puasa hingga puncaknya yaitu lebaran.⁵⁷

Dari hal tersebut dapat dikatakan konsumsi dalam keluarga mengalami peningkatan, karena adanya unsur untuk menjaga kesehatan tubuh supaya dapat menjalankan ibadah puasa dengan baik. Konsumsi yang meningkat itu sebagai ganti dari sehari berpuasa tidak makan dan minum maka dengan menambah porsi konsumsi saat berbuka puasa diharapkan dapat menjaga keseimbangan tubuh supaya tetap sehat selama menjalankan ibadah puasa.

Dengan beberapa sumber diatas, peneliti masih mencoba beberapa peneliti lagi, penelitian lain adalah ibu Endar, seorang ibu rumah tangga

⁵⁷Sugi, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 14 Agustus 2019

Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo yang bekerja di toko kopi pasar

Metro, mengatakan:

Saya sambut bulan ramadhan dengan senang hati karena hanya satu tahun sekali dipertemukannya. Bulan ramadhan merupakan bulan ladang pahala dimana setiap kebaikan kita akan dilipat gandakan pahalanya. Kondisi konsumsi keluarga pada bulan ramadhan mengalami peningkatan hal ini karena di rumah saya banyak anggotanya dengan keinginan yang berbeda-beda jadi selalu menyajikan menu yang mereka mau, hal ini juga untuk menumbuhkan semangat dalam menjalankan ibadah puasanya. Selain itu, karena bulan ramadhan merupakan bulan ladang pahala maka saya suka buat atau beli makanan seperti kolak atau es kemudian saya suka kasih ke tetangga saya, hal ini sudah biasa saya lakukan pada bulan ramadhan karena tetangga juga suka memberi saya makanan.⁵⁸

Berdasarkan hasil petikan wawancara tersebut diterangkan bahwa adanya peningkatan konsumsi hal tersebut dipengaruhi oleh banyaknya anggota keluarga dengan keinginan yang berbeda-beda pula, sehingga mengakibatkan banyaknya menu makanan yang disajikan pada bulan ramadhan. Selain itu beliau juga suka memberi makanan ke pada tetangga begitu juga sebaliknya tetangga terhadap beliau, hal ini untuk merupakan bentuk sosial dari silaturahmi antar tetangga yang baik.

Sumber lain seperti ibu Darti, ibu rumah tangga Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo mengatakan dalam wawancara sebagai berikut:

Menyambut bulan ramadhan saya dan keluarga lebih mempersiapkan diri terlebih dahulu untuk menjalankan ibadah puasa. Peningkatan konsumsi bulan ramadhan sudah pasti ada karena ketika menahan lapar sehari maka saat berbuka puasa makan meningkat lebih banyak, kemudian adanya kebudayaan saat bulan ramadhan seperti adanya pedagang yang banyak

⁵⁸Endar, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 14 Agustus 2019

bermunculan jual makanan dan minuman di pinggir jalan mengakibatkan munculnya rasa ingin membeli yang tinggi.⁵⁹

Dari pernyataan di atas berarti ada peningkatan konsumsi yang diakibatkan oleh adanya kebudayaan seperti banyaknya bermunculan penjual makanan dan minuman yang beraneka ragam dijual pada bulan ramadhan saja. Adanya makanan dan minuman tersebut menimbulkan munculnya rasa ingin membeli yang tinggi sehingga beliau sering kali membeli makanan dan minuman tersebut untuk berbuka puasa. Yang biasa dibelinya seperti kolak, bubur, es buah, es campur, dan lain-lain. Namun beliau ini lebih kepada mempersiapkan diri supaya dapat menjalankan ibadah puasa dengan baik sebagaimana mestinya yang diajarkan dalam Islam.

Peneliti mencoba untuk memperoleh gambaran tentang perilaku konsumsi masyarakat muslim Desa Purwoadi, dengan mewawancarai beberapa pedagang sembako dan sayuran.

Berikut wawancara kepada ibu Suyati seorang pedagang sambako di Pasar Metro. Menurutnya masyarakat melakukan pembelanjaan sembako pada bulan lain dan bulan ramadhan mengalami perbedaan yaitu pada bulan ramadhan masyarakat lebih meningkatkan belanjannya terutama terhadap gula putih dan telur. Beliau juga mengatakan pada hari biasa pedagang membutuhkan konsumen sedangkan pada bulan ramadhan konsumen yang membutuhkan pedagang, dimana pedagang yang

⁵⁹Darti, Ibu Rumah Tangga, Masyarakat Muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 15 Agustus 2019

dibutuhkan konsumen itu pedagang yang menyediakan kebutuhan konsumen lebih lengkap.⁶⁰

Berdasarkan wawancara tersebut tampak adanya peningkatan pembelanjaan masyarakat pada bulan ramadhan dibandingkan bulan biasa, peningkatan tersebut terhadap gula putih dan telur. Peningkatan pembelanjaan gula putih tersebut karena pada bulan ramadhan masyarakat lebih suka membuat makanan yang manis dan juga masyarakat mulai membuat kue untuk persiapan hari raya Idhul Fitri, begitu juga terhadap peningkatan pembelanjaan telur selain untuk lauk makan ketika berbuka puasa atau sahur, telur juga digunakan untuk membuat aneka kue menyambut hari raya Idhul Fitri tersebut.

Informasi lain peneliti peroleh dari ibu Erna sebagai penjual sayuran keliling yang tinggal di Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo. Menurut beliau masyarakat Purwoadi pada bulan ramadhan lebih sering belanja ikan, baik ikan laut atau seperti daging ayam, hal tersebut berbeda pada bulan lainnya dimana pada bulan lain beliau lebih banyak membawa sayuran dibandingkan ikan, karena kalau bulan lain mau membawa ikan banyak khawatir tidak habis terjual. Namun pada bulan ramadhan ketika beliau membawa ikan banyak pasti habis bahkan terkadang masyarakat juga banyak memesan minta dicarikan ikan tertentu.⁶¹ Pada bulan ramadhan Ibu Erna memberikan pelayanan lebih kepada masyarakat yaitu

⁶⁰Suyati, Wawancara Pedagang Sembako, Pasar Metro, 10 Agustus 2019

⁶¹Erna, Pedagang Sayuran Keliling, Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo, Wawancara pada tanggal 10 Agustus 2019

memberikan utangan baik sayuran maupun ikan kepada masyarakat, dimana hal ini tidak Ia lakukan pada hari biasa.

Hal tersebut mengartikan adanya peningkatan pembelanjaan konsumsi masyarakat pada bulan ramadhan, dimana pada bulan biasa sayuran lebih laku dibandingkan ikan namun pada bulan ramadhan ikan menjadi yang utama dicari oleh masyarakat bahkan masyarakat pun lebih sering pesan minta dicarikan ikan tertentu yang mereka inginkan. Selain itu, pelayanan yang diberikan Ibu Erna selaku pedagang sayuran keliling juga mengalami perubahan dimana pada hari biasa beliau tidak memberikan utangan sayuran dan ikan namun pada bulan ramadhan beliau memberikan utangan tersebut.

E. Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat selama bulan ramadhan melakukan kegiatan konsumsi berlebihan pada pemenuhan kebutuhan pokok, dalam hal ini pangan. Pola konsumsi makanan masyarakat muslim selalu berubah di setiap bulan ramadhan dengan alasan untuk mempertahankan kesehatan tubuh selama menjalankan ibadah puasa. Jika dilihat dari sudut pandang konsep konsumsi Islam, perilaku tersebut sebenarnya tidak tepat karena adanya unsur berlebihan atau pemborosan. Hal tersebut sebagaimana dimaksud dalam firman Allah QS. Al-A'raaf : 31.

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Artinya :*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*⁶²

Maksud dari ayat ini, konsumsi merupakan bagian yang tak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Ayat ini mengingatkan kepada kita agar tidak berperilaku konsumtif apalagi berperilaku boros dan berlebih-lebihan dan janganlah melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan jangan pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan.

Berdasarkan hasil dari wawancara yang peneliti kumpulkan terkait dengan faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat di bulan ramadhan. Bahwasannya dari sepuluh masyarakat yang telah peneliti jadikan sampel untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat tersebut mengalami peningkatan konsumsi pada bulan ramadhan baik itu sedikit ataupun banyak.

Berdasarkan temuan peneliti diketahui bahwa, terdapat faktor utama yang memicu dalam meningkatnya perilaku konsumsi yaitu faktor

⁶²Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an terjemahan per kata*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2007), h. 155.

menjaga kesehatan tubuh agar selalu fit dalam menjalankan ibadah puasa, selain itu ada juga yang melakukan peningkatan konsumsi agar anggota keluarga semangat dalam menjalankan puasanya terlebih ada anak yang sedang belajar berpuasa. Kemudian juga hal lain yang mengakibatkan peningkatan konsumsi pada keluarga kebiasaan dalam bersosial membuat makanan manis atau minuman segar kemudian berbagi ke tetangga saling bergantian, hal itu tentu mengakibatkan meningkatnya perilaku konsumsi dalam keluarga. Tidak hanya itu, banyaknya pedagang yang muncul pada bulan ramadhan yang menjual berbagai makanan dan minuman juga sangat berpengaruh terhadap terjadinya peningkatan konsumsi karena setelah menahan makan dan minum sehari biasanya pada saat berbuka puasa ingin makan dan minum yang segar-segar dan juga ingin makan dan minum lebih banyak pula.

Berdasarkan data-data yang sudah peneliti kumpulkan, dapat dianalisis lebih mendalam lagi, bahwasannya menjaga kesehatan tubuh agar tetap sehat dalam menjalankan ibadah puasa merupakan faktor internal atau faktor utama dalam meningkatnya konsumsi masyarakat pada bulan ramadhan. Faktor lainnya yang mengakibatkan meningkatnya konsumsi keluarga yaitu faktor sikap dan keyakinan serta emosi (perasaan) dimana masyarakat meningkatkan konsumsi pada bulan ramadhan sebagai bentuk rasa senang dan bahagia menyambut kedatangan bulan ramadhan selain itu masyarakat juga lebih mempersiapkan diri dalam menyambut

bulan ramadhan supaya mampu dengan baik menjalankan ibadah puasanya.

Faktor selanjutnya yaitu faktor eksternal meliputi budaya dan sosial. Budaya adalah bentuk jamak dari kata budi dan daya yang berarti cinta, karsa, dan rasa. Kata budaya sebenarnya berasal dari bahasa sansekerta *budhayah* yaitu bentuk jamak dari kata *buddhi* yang berarti budi atau akal.⁶³ Budaya yang beraneka ragam inilah maka kebutuhan masyarakat yang diperlukan oleh setiap individu berbeda-beda sesuai kebutuhan mereka. Faktor sosial adalah salah satu faktor dinamik yang memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap perubahan selera dan kebutuhan masyarakat. Faktor-faktor sosial sangat luas mencakup: kepercayaan, nilai dan sikap sampai pada gerakan keagamaan.

Faktor sosial dan budaya tersebut sangat berkaitan erat dalam mempengaruhi minat konsumen sebab budaya dan sosial berhubungan satu sama lainnya dalam menentukan keputusan konsumen. Budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan sosial merupakan tingkatan dalam status sosial. Dalam hal ini masyarakat memiliki kebiasaan yang selalu dilakukan pada bulan ramadhan menjelang hari raya Idhul Fitri yaitu masyarakat berbondong-bondong pergi kesuatu tempat swalayan untuk membeli berbagai kebutuhan menjelang Idhul Fitri seperti kue, pakaian, dan juga asesoris. Kebiasaan masyarakat dalam membeli pakaian tidak cukup hanya dengan satu atau dua pasang pakaian

⁶³Elly M Setiadi, Kama A. Hakam, Dkk, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2001), h. 27.

saja, sesungguhnya pada saat Idul Fitri tidak mengharuskan untuk menggunakan pakaian baru tetapi karena melihat lingkungan menggunakan pakaian baru pada hari raya Idul Fitri mengakibatkan timbulnya keinginan untuk membeli pakaian baru juga agar sama dengan yang lainnya. Hal ini berarti lingkungan memiliki pengaruh besar terhadap peningkatan pemenuhan kebutuhan yang dapat mengindikasikan adanya sikap berlebihan atau pemborosan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari beberapa sumber data diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah didasarkan atas beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi sikap dan keyakinan yaitu bagaimana kesiapan masyarakat dalam menyambut kedatangan bulan ramadhan, motivasi yaitu hal yang membangkitkan topangan dan tindakan masyarakat dalam melakukan penggunaan atau pembelian suatu produk, dan emosi (perasaan) yaitu keadaan yang memiliki pengaruh seperti mood seseorang atau reaksi. Sedangkan faktor eksternal meliputi, budaya merupakan salah satu adat kebiasaan masyarakat sedangkan social merupakan tingkatan dalam status sosial, pelayanan yaitu seorang pegawai yang member pelayanan kepada konsumen dengan etika yang baik sehingga kedua belah pihak dapat saling menghargai, lokasi merupakan suatu tempat dimana dapat digunakan sebagai tempat produksi atau tempat melayani konsumen, dalam hal ini konsumen menginginkan lokasi yang mudah untuk dijangkau, dan

promosi merupakan kegiatan-kegiatan aktif yang dilakukan oleh perusahaan (penjual) untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Meski demikian, faktor utama yang sangat mempengaruhi peningkatan konsumsi masyarakat pada bulan ramadhan yaitu faktor internal diantaranya menjaga kesehatan tubuh agar tetap sehat dalam menjalankan ibadah puasa.

B. Saran

Masyarakat muslim Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah, hendaknya lebih memperhatikan prinsip konsumsi dalam Islam. Bukan hanya dalam bentuk barang dan jasa yang digunakan, tetapi juga proses memperolehnya. Hendaknya juga seorang muslim harus memperhatikan tingkat manfaat dari barang dan jasa tersebut, tidak sekedar menyajikan berbagai menu makanan saja tanpa mempertimbangkan adanya mubazir.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ghazali, Al-Halalwal Haram, Alih Bahasa Iwan Kurniawan, (Bandung: Mizan Pustaka, 2007).
- Andi Bahri S, *Etika Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam Hunafa: Jurnal Studia Islamika, Vol. 11, No.2, Desember 2014.
- Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, (Bandung: Refika Aditama, 2012).
- Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islam*, dalam *Journal Dinamika Pmbangunan*, Vol. 2 No. 2 2 / Desember 2006.
- Arif, Abrar, *Analisis Pola Prilaku Konsumsi Dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim Pada Bulan Ramadhan*, Skripsi, (Malang: Universitas Brawijaya, 2017).
- Departemen Agama RI, *Syaamil Al-Qur'an terjemahan per kata*, (Bandung: Syaamil Al-Qur'an, 2007).
- Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2002).
- Djunaidi Ghony, Fauzan Almansyur, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Arr-Ruzz Media, 2012).
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: UI-Malang Press, 2008).
- Elly M Setiadi, Kama A. Hakam, Dkk, *Ilmu Sosial Budaya Dasar*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2001).
- Gunarsa, *Psikologi Prakatis Anak dan Remaja*, (Jakarta: Gunung Mulia, 2004).
- Ilfi Nur Diana, *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Malang: UIN Maliki Perss, 2012).
- Ismail, *Pebankan Syari'ah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2005).

- J Supranto, Nanda Limakrisna, *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Edisi 2, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011).
- Jonathan Sarwono, *Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS 13*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2006).
- Lexy J, Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2014).
- Mardani, *Ayat-Ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Edisi 1, Cet Ke-2, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012).
- Maryati, *Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga Dalam Membeli Pakaian Perspektif Konsumsi Islam, Skripsi*, (Metro: Perpustakaan IAIN Metro, 2011).
- Moh. Kasmir, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, (Malang: UIN Malik Pers, 2010).
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2006).
- Muhammad Nur Mustaqim, *Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Perspektif Islam, Skripsi*, (Metro: Perpustakaan IAIN Metro, 2010).
- Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Raja Grafindo Persada, 2008).
- S. Nasution, *Metode Research: Penelitian Ilmiah*, Cet. 14, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014).
- Sandu Siyoto, Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015).
- Sugiono, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 24, (Bandung: Alfabeta, 2016).
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi IV, (Jakarta: PT. RinekaCipta, 2006).
- Sukarno Wibowo, dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013).
- Sumardi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Perss, 2005).

Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan (Meneropong Imbas Iklan Televisi, Alfabeta, 2002)* Dikutip Oleh Endang Dwi Astuti Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang, *Ejurnal Psikologi*, 2013, H. 148-156. Diakses Pada Tanggal 05 November 2016.

Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Makro Syariah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2016).

W. Gulo, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Grasindo, 2002).

Zuhairi et al., *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Edisi Revisi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016).



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

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

Nomor : 2199/In.28.3/D.1/PP.00.9/09/2018

28 September 2018

Lampiran : -

Perihal : **Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth:

1. Hermanita, S.E., M.M
2. Zumaroh, M.E.Sy
di – Tempat

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 : Rizky Jean Shita
NPM : 1502040104
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah (Esy)
Judul : Pola Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Ditinjau Dari Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)

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 Bapak/Ibu Dosen diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Wakil Dekan Bidang Akd &
Kelembagaan


MUHAMMAD SALEH



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

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

Nomor : B-2735/In.28.3/D.1/PP.00.9/12/2018 Metro, 03 Desember 2018
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Pra Survey

Kepada Yth,
Kepala kampung Purwoadi Kecamatan Trimurjo kabupaten lampung Tengah
di- Tempat

Berkenaan dengan kegiatan akademik dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi mahasiswa pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro :

Nama : Rizky Jean Shita
NPM : 1502040104
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan/Prodi : Ekonomi Syari'ah
Judul : Pola Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Ditinjau Dari Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah).

Maka dengan ini dimohon kepada Bapak/Ibu agar berkenan memberikan izin kepada mahasiswa untuk melakukan pra survey dalam rangka penyusunan Proposal Skripsi yang dimaksud.

Demikian surat ini disampaikan, atas perhatian dan kerja samanya diucapkan terima kasih.

Wakil Dekan I,



[Handwritten Signature]
Drs. H. M. Saleh, MA

NIP. 19650111 199303 1 001



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

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

SURAT TUGAS

Nomor: 2141/In.28/D.1/TL.01/08/2019

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

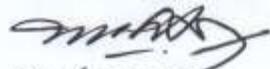
Nama : **RIZKY JEAN SHITA**
NPM : 1502040104
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO KABUPATEN LAMPUNG, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka menyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".
 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 : 09 Agustus 2019

Wakil Dekan I,


Drs. H.M. Saleh-MA
NIP 19650111 199303 1 0019





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

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

Nomor : 2142/In.28/D.1/TL.00/08/2019
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
KEPALA DESA DESA PURWOADI
KECAMATAN TRIMURJO
KABUPATEN LAMPUNG
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: 2141/In.28/D.1/TL.01/08/2019,
tanggal 09 Agustus 2019 atas nama saudara:

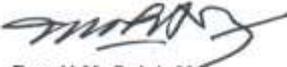
Nama : **RIZKY JEAN SHITA**
NPM : 1502040104
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syaria'h

Maka dengan ini kami sampaikan kepada saudara bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO KABUPATEN LAMPUNG, dalam rangka menyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT DI BULAN RAMADHAN (STUDI KASUS MASYARAKAT DESA PURWOADI KECAMATAN TRIMURJO KABUPATEN LAMPUNG TENGAH)".

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 09 Agustus 2019
Wakil Dekan I,



Drs. H.M. Saleh MA
NIP 19650111 199303 1 0014



PEMERINTAH KABUPATEN LAMPUNG TENGAH
KECAMATAN TRIMURJO
KAMPUNG PURWO ADI

Alamat : Jln. Karang Bolong No. 244- A Kampung Purwo Adi Kec. Trimurjo Kode Pos 34172

Kepada Yth.....

No : 100/169 /K.8/ 2019
Lampiran : -
Perihal : Pemberitahuan

Dekan Institut Agama
Islam Negeri Metro

Di,
Tempat

Berdasarkan surat dari Institut Agama Islam Negeri Metro tanggal 09 Agustus 2019, dengan Nomor : 2142/In.28 /D.1/TL.00/08/2019. Maka dengan ini kami sampaikan kepada Dekan IAIN metro bahwa ;

Nama : RIZKY JEAN SHITA

NPM : 1502040104

Semester : 9 (sembilan)

Jurusan : Ekonomi Syariah

Bahwa yang bersangkutan di atas sedang melaksanakan RESEARCH/survei Di Kampung Purwo Adi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Demikian surat ini kami sampaikan semoga dapat menjadikan maklum.

Kampung Purwo Adi, 24 September 2019
Kepala Kampung Purwo Adi



EDI SANIPO



**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
M E T R O Telp (0725) 41507; Faks (0725) 47296; Website: digilib.metrouniv.ac.id; pustaka.iain@metrouniv.ac.id

**SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-945/In.28/S/OT.01/11/2019**

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

Nama : RIZKY JEAN SHITA
NPM : 1502040104
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah

Adalah anggota Perpustakaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung Tahun Akademik 2018 / 2019 dengan nomor anggota 1502040104.

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, 15 Nopember 2019
Kepala Perpustakaan

Drs. Mokhammad Sudin, M.Pd.
NIP. 195808311981031001

**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi
Masyarakat Di Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi
Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)**

OUTLINE

HALAMAN SAMPUL
HALAMAN JUDUL
HALAMAN PERSETUJUAN
HALAMAN PENGESAHAN
ABSTRAK
HALAMAN ORISINILITAS PENELITIAN
HALAMAN MOTTO
HALAMAN PERSEMBAHAN
KATA PENGANTER
DAFTAR ISI
DAFTAR LAMPIRAN
BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Konsumsi
 - 1. Pengertian Konsumsi
 - 2. Jenis-Jenis Konsumsi
 - 3. Konsumsi Menurut Islam
 - 4. Dasar Hukum Konsumsi Islam
 - 5. Tujuan Konsumsi Islam
 - 6. Prinsip Dasar Konsumsi Islam
- B. Perilaku Konsumsi
 - 1. Pengertian Perilaku Konsumsi
 - 2. Perilaku Konsumsi Menurut Islam
- C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
- D. Indikator Perilaku Konsumtif

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

- A. Jenis Dan Sifat Penelitian
- B. Sumber Data Penelitian
- C. Teknik Pengumpulan Data
- D. Teknik Analisa Data

BAB IV LAPORAN HASIL PENELITIAN

- A. Deskripsi Wilayah Penelitian
 - 1. Sejarah Berdirinya Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo
 - 2. Visi, Misi, Dan Strategi Pembangunan Desa Purwoadi
 - 3. Struktur Pemerintahan Desa Purwoadi
- B. Gambaran Umum Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo
- C. Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Di Bulan Ramadhan Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

TTD OUTLINE

**Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Masyarakat Di
Bulan Ramadhan (Studi Kasus Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan
Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah)**

ALAT PENGUMPUL DATA

(APD)

A. Wawancara

**1. Wawancara Kepada Masyarakat Desa Purwoadi Kecamatan
Trimurjo**

- a. Bagaimana anda dalam menyikapi datangnya bulan ramadhan?
- b. Adakah peningkatan konsumsi pada bulan ramadhan dibandingkan hari biasa?
- c. Jika ada, hal apa yang memotivasi anda dalam meningkatkan pola konsumsi di bulan ramadhan?
- d. Apakah kebudayaan dan sosial mempengaruhi anda dalam meningkatkan pola konsumsi pada bulan ramadhan?
- e. Apakah suasana hati (perasaan) mempengaruhi anda dalam berkonsumsi?
- f. Bagaimana anda dalam menentukan lokasi belanja kebutuhan konsumsi keluarga pada bulan ramadhan?
- g. Apakah pelayanan memnentukan anda dalam melakukan pembelanjaan kebutuhan konsumsi?
- h. Dalam membeli barang kebutuhan, apakah anda dipengaruhi oleh promosi atau kelompok tertentu?

2. Wawancara Kepada Pedagang

- a. Bagaimana penjualan pada bulan ramadhan?
- b. Apakah ada peningkatan penjualan pada bulan ramadhan dibandingkan hari biasa?
- c. Jika ada, penjualan apa yang meningkat?
- d. Apakah ada barang tertentu yang hanya tersedia untuk dijual pada bulan ramadhan dan tidak tersedia di hari biasa?
- e. Jika ada, barang apa yang tersedia untuk dijual pada bulan ramadhan dan tidak tersedia di hari biasa?
- f. Bagaimana cara memenuhi permintaan konsumen pada bulan ramadhan?

B. Dokumentasi

1. Profil Desa Purwoadi Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah
2. Buku-buku tentang konsumsi dan perilaku konsumen

TTD APD



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1502040104 Semester/TA : VII/2018

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Sabtu, 10 Des 2018	<ol style="list-style-type: none">1. Masalah masih belum tampak, kebanyakan teori yang tidak penting.2. Perlu data propi singkat masyarakat3. Cari Penelitian yang sejenis dengan penelitian anda4. Buatlah uraian teori sesuai Variabel Judul5. Teori yang dipilih disesuaikan kebutuhan analisis6. Pada Bab 3, diminta untuk ganti buku7. Teknik penulisan ikuti pedoman8. Mengutip harus jelas sumbernya9. jenis penelitian, sebutkan lokasi10. Sifat penelitian yg jelas11. Definisi sumber data diperbaiki12. jenis wawancara diperjelas lagi13. observasi jika foto mungkin dilakukan	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Kamis 24 Januari 2019	<ol style="list-style-type: none">1. Masalah penelitian belum tampak2. Cerita prosedur masih ngambang3. Judul pada latar belakang tidak perlu di bold4. Penelitian relevan disajikan secara umum, bukan persatu penelitian.5. Dasar hukum konsumsi Islam sertakan ayat Al. Saba: 156. Tidak perlu middle note7. Tren konsumsi Islam, cari tren mikro.8. Sumber data diperbaiki definisinya, teknik yang digunakan, berapa orang yang diwawancarai.9. Jenis wawancara menurut teori.	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 08 April 2019	1. Apa yang menjadi fokus penelitian, dalam LBM hanya terdapat pola konsumsi saja. 2. Tren konsumsi dalam Islam disederhanakan lagi, yang digunakan untuk analisis saja. 3. Data wawancara disesuaikan dengan sumber data primer.	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Kamis 19 Juni 2019	Kec proposal, lanjutkan konsultasi ke pembimbing	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



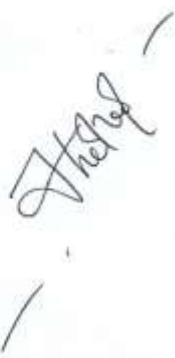
KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

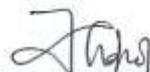
Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1502040104 Semester/TA : VIII/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Kamis 19 Juni 2019	1. Perbaiki LOM. Terutama pada hasil wawancara dengan masyarakat, kaitanya dengan pengeluaran dan pendapatan. 2. Dasar hukum konsumsi dalam Islam, tambahkan berdasarkan Al-Qur'an, hadis dan pendapat 3. Tentukan sumber data primer dengan kriteria tertentu. Misalnya berdasarkan Mata Pencabarian.	
2.	Kamis 4 Juli 19	Ace BAB IS/d III Proposed Lanjutkan (di Luncarkan)	

Dosen Pembimbing I,

Mahasiswa ybs,



Hermanita, SE,MM
NIP. 19730220 199903 2 001



Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at 26 Juli 2019	- Outline bab II disesuaikan urutan sistematika teori - outline bab IV, gambar terbolak balik	
2.	Jum'at 26 Juli 2019	Acc outline, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at 24 Juli 2019	- Perbaiki hasil wawancara terhadap pedagang. - Pertanyaan penelitian bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku masyarakat Desa Purwadati Kecamatan Timugo Kabupaten Lampung Tengah dalam mengkonsumsi barang pada bulan ramadhan.	
2.	Senin 29 Juli 2019	ACC bab I, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sv
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin 29 Juli 2019	- Landasan teori disesuaikan dengan Outline - Teori konsumsi menurut Islam tambahkan prinsip, orientasi terhadap kebutuhan, tujuan konsumsi - Teori Indikator Perilaku Konsumtif tambahkan perilaku rasional dan irrasional.	
2.	Berasa 30 Juli 2019	ACC bab I, lanjutkan Konsultasi ke Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Selasa 30 Juli 2019	- Jenis penelitian lapangan ganti menjadi penelitian empiris - Sumber data primer Sertakan pedagang	
2.	Rabu 31 Juli 2019	Acc bab III, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Rabu 31 Juli 2019	Acc bab I - III, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I	
2.	Kamis 01 Agustus 2019	- Wawancara 1. Wawancara kepada masyarakat 2. Wawancara kepada pedagang - Wawancara sesuai dengan landasan teori - Pedoman dan Dokumentasi 1. Profil Singkat Desa 2. Buku-buku tentang konsumsi dan perilaku konsumen	
3.	Jumat 02 Agustus 2019	Acc APD, lanjutkan konsultasi ke Pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Senin, 10 September 2019	Ratbain- APD, Polus- Pd. pertanyan yg. tng. faktur? apa saja yg mnyer gambri Perulu lumbngi masy di bulan Ramadhan.	
2.	Senin, 10 September 2019	Acc dett line Acc skripsi- BATS I s/d III	

Dosen Pembimbing I,

Hermanita, SE,MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	18 Sep 2019	ACC APD. lanjutan	

Dosen Pembimbing I,

Hermanita, SE,MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syariah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	08 - 10 - 2019	<ol style="list-style-type: none">1. Perbaiki footnote situatkan Surat research.2. Tambahkan kalimat pengantar pada wawancara3. Tambahkan analisis pada wawancara4. Analisis faktor kelum sampale	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG**

Kl. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111 Telp. (0725) 41507, Fax (0725) 47296,
Email : stainjasi@stainmetro.ac.id Website : www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	22 - 10 - 2019	1. Analisis, gunakan teori di bab II sebagai pendukung analisis. 2. Analisis masih dangkal masih bisa ditaborasi lagi dengan diperkuat teori.	

Dosen Pembimbing II,

Zumaroh, M.E.Sy

NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita

NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)
NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
2.	Selasa 05 Nov Sep 2019	Acc bab IV - V, lanjutkan konsultasi ke pembimbing I	

Dosen Pembimbing II,

Zumarroh, M.E.Sy
NIP. 19790422 200604 2 002

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
(IAIN) METRO LAMPUNG

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

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rizky Jean Shita Jurusan/Prodi : FEBI (Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam)/ESy (Ekonomi Syaiah)

NPM : 1502040104 Semester/TA : IX/2019

NO	Hari/Tgl	Hal Yang Dibicarakan	Tanda Tangan Dosen
1.	Jum'at 08 NOV 2019	Ace BAB. IV & V Lanjutan 4/ di Munabasyah kan	

Dosen Pembimbing I,

Hermanita, SE.MM
NIP. 19730220 199903 2 001

Mahasiswa ybs,

Rizky Jean Shita
NPM. 1502040104

DOKUMENTASI WAWANCARA



Gambar 1. Dokumentasi wawancara dengan Ibu Yani selaku ibu rumah tangga warga Desa Purwoadi



Gambar 2. Dokumentasi wawancara dengan Ibu Sri selaku Ibu rumah tangga yang juga sebagai penjahit baju



Gambar 3. Dokumentasi wawancara dengan Ibu Umilah selaku mayarakat Desa Purwoadi yang merupakan pensiunan Pegawai Negeri Sipil.



Gambar 4. Dokumentasi dengan Ibu Suyati sebagai pedagang sembako di pasar Metro

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Rizky Jean Shita, lahir pada tanggal 30 Desember 1997 di Desa Noto Arjo Kecamatan Trimurjo Kabupaten Lampung Tengah. Penulis merupakan Putri Tunggal dari pasangan Bapak Haryanto dan Ibu Nyoti Sukarmi.

Riwayat pendidikan penulis tempuh di Taman Kanak-Kanak Flamboyan selesai pada tahun 2003. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar Negeri 01 Sidang Gunung selesai pada tahun 2009. Kemudian melanjutkan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Gedungaji Baru, Tulang Bawang pada tahun 2012. Setelah itu melanjutkan ke Sekolah Menengah Kejuruan Kartikatama 1 Metro dan tamat pada tahun 2015.

Selanjutnya pada tahun 2015 masuk perguruan tinggi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah (Esy) Strata 1 lulus pada tahun 2020.

