

**ANALISIS PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS
PRODUK KITAB KUNING CETAKAN LUAR NEGERI DAN KITAB KUNING
CETAKAN DALAM NEGERI
(STUDI KASUS TOKO-TOKO KITAB PASAR JOHAR SEMARANG)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S.I)
Ilmu Ekonomi Islam



Oleh :

Putri Handri Ana

Nim: 112411134

**EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2015**

Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.

NIP. 19590215 198503 1 005

Jl. Prof. Hamka Ringinsari No.4 Rt/Rw 01/06 Ringinsari Ngaliyan Semarang 50185

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.

NIP. 19720307 200604 1 002

Perum PEPABRI Rt/Rw 02/05 Boro Kulon Banyu Urip Purworejo

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 (empat) eks.

Hal : Naskah Skripsi

A.n. Sdri. Putri Handri Ana

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya bersama ini saya kirim naskah skripsi dari saudara:

Nama : Putri Handri Ana

NIM : 112411134

Judul Skripsi : **Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Produk**

Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Dan Kitab Kuning Cetakan Dalam

Negeri (Studi Kasus Toko-Toko Kitab Pasar Johar Semarang)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Semarang, 1 Desember 2015

Pembimbing I



Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.

NIP. 19590215 198503 1 005

Pembimbing II



Taufiq Hidayat, Lc., MIS.

NIP. 19720307 200604 1 002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Prof. Dr. Hamka KM 2 Kampus III Ngaliyan Semarang 50185 (024) 7601291

PENGESAHAN

Nama : Putri Handri Ana
NIM : 112411134
Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Islam
Judul skripsi : "Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri dan Kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri (Studi Kasus Toko-Toko Kitab Pasar Johar Semarang)"

Telah dimunaqasahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang pada tanggal : 23 Desember 2015.

Dan dapat diterima sebagai pelengkapan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Srata Satu (S 1) dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Semarang, 23 Desember 2015

Dewan Penguji

Ketua Sidang

Choirul Nuda, M.Ag.
NIP. 19690708 200501 1 004

Penguji I

Dr. H. Muchlis, M.Si
NIP. 19610117 198803 1 002

Pembimbing I

Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.
NIP.19590215 198503 1 005

Sekretaris Sidang

Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.
NIP.19590215 198503 1 005

Penguji II

Turmudhi, SH. M.Ag.
NIP. 19690708 200501 1 004

Pembimbing II

Taufiq Hidayat, Lc., MIS.
NIP. 19720307 200604 1 002



MOTTO

Konsumen Cerdas Itu Biasa, Konsumen Arif itu Luar Biasa

(Prof. Dr. H. Mujiono, MA.)

2015

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Ayahanda dan Ibunda tercita (Hubban Asal Najar dan Al Inayah) yang telah membesarkanku dengan penuh kasih sayang, serta do'anya yang tulus ikhlas untuk kesuksesan putrinya.
2. Kakak dan adikku tercinta (Rofika Sari, Akbar Hamidun Pratama, Aslina Ulfa, M.Satria, Akhis) dan keponakanku Nabila Azzahra Akbar, kalian adalah penyemangatku dalam menyelesaikan skripsi.
3. Untuk semua keluarga besarku Ibu Syamyusfidar, nenek Musyarofah, nenek Shaolan, bapak Ichsan Turmudzi dan semuanya yang selalu memberikan do'a dan semangat untukku.

DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi ini tidak berisi materi yang telah pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, 30 November 2015

Deklarator



PUTRI HANDRI ANA
112411134

ABSTRAK

Preferensi konsumen adalah pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Bagi konsumen yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang apakah mereka membeli kitab sesuai dengan preferensi kesukaan mereka atau mungkin malah membeli kitab yang tidak sesuai dengan preferensi kesukaannya karena ada sesuatu hal yang menghalanginya.

Penelitian ini berjudul Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Dan Kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri dengan rumusan masalah: Bagaimana preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negeri atau kitab kuning cetakan dalam negeri ? dan Mengapa konsumen memilih membeli dan menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri atau kitab kuning cetakan dalam negeri ?. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri yang mereka beli untuk digunakan, serta Untuk mengetahui mengapa konsumen memilih membeli kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data-data aktual yang relevan atau sumber data (primer maupun sekunder) dan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi pada toko kitab Toha Putra serta toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang. Hasil penelitian ini dapat diketahui kitab kuning mana yang menjadi preferensi konsumen serta alasan konsumen mengapa membeli kitab kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri, konsumen akan memperhatikan kitab dari segi ketersediaan kitab, harga kitab serta kualitas kitab.

Hasil penelitian ini, preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negeri dan dalam negeri yaitu lebih banyak konsumen yang menyukai kitab kuning cetakan luar negeri, karena kualitas kitab kuning cetakan luar negeri lebih bagus dari kitab kuning cetakan dalam negeri, akan tetapi konsumen lebih banyak menggunakan kitab kuning cetakan dalam negeri karena harganya lebih murah.

Kata kunci : preferensi, konsumen, kitab kuning.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Wr.Wb.

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Analisis Perbedaan Preferensi Konsumen terhadap produk kitab kuning cetakan luar negeri dan kitab kuning cetakan dalam negeri (Studi Kasus di Toko Toha Putra dan Toko Sumber Barokah)” yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Tidak lupa penulis haturkan shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu keislaman, sehingga dapat menjadi bekal bagi kita dalam menjalani kehidupan baik di dunia maupun di akhirat. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan informasi, pengarahan, bimbingan, motivasi, semangat, serta bantuan apapun yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. DR. H. Muhibbin, M, Ag, selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Imam Yahya, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang, beserta seluruh aktifitas akademik yang telah memberikan berbagai kebijakan untuk memanfaatkan segala fasilitas

3. Bapak H. Nur Fatoni, M.Ag dan Bapak H. Ahmad Furqon, LC., MA yang telah memberikan berbagai motivasi dan arahnya mulai dari proses pengajuan judul skripsi hingga proses-proses berikutnya.
4. Bapak Prof. Dr. H. Mujiyono, MA. dan Bapak Taufiq Hidayat Lc., MIS. selaku dosen pembimbing I dan dosen pembimbing II penulis skripsi ini, dengan penuh kesabaran telah mencurahkan perhatian yang besar dalam memberikan bimbingan. Terimakasih atas bimbingan, arahan, motivasi, dan juga dukungannya, semoga selalu diberi kemudahan dalam menjalani kehidupan.
5. Bapak Ratno Agriyanto, S.Pd., M.Si selaku dosen wali yang tiada henti membimbingku selama penulis berada dalam bangku perkuliahan.
6. Karyawan-karyawan toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
7. Kepada Ayah, Ibu, kakak, adik dan keluarga besarku tercinta yang senantiasa memberikan semangat serta doa tiada henti untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada sahabat-sahabatku Siti Komariah, Tri Wahyuningsih, Yuliana Intan Sari, Nur Azizah, Wiwin, M. Zainuddin, M. Siddiq, M. Ashim, Ali Murtadlo, Suharto, Noor Fahmi Najib, Wahyu Ika, Yuliana, meimey, serta seluruh teman-teman EID angkatan 2011, terimakasih atas kebersamaan kita selama kuliah di UIN Walisongo Semarang semoga kita akan terus menjadi keluarga sampai akhir hayat kita.

Kepada mereka semua penulis tidak dapat memberikan apa-apa, hanya ucapan terima kasih dengan tulus serta iringan doa, semoga Allah SWT membalas semua amal kebaikan mereka dan melimpahkan Rahmat, Taufiq dan Hidayah-Nya. Pada akhirnya penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa penulisan skripsi ini belum mencapai kesempurnaan dalam arti yang sebenarnya. Oleh karena, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk mengevaluasi dan memperbaikinya. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 30 November 2015

Putri Handri Ana
NIM: 112411134

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN DEKLARASI	vi
HALAMAN ABSTRAK	vii
HALAMAN KATA PENGANTAR	viii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Penelitian	9
G. Sistematika Penelitian.....	13
BAB II PERILAKU KONSUMEN DAN KONSUMSI DALAM ISLAM SERTA PREFERENSI KONSUMEN	
A. Perilaku Konsumen Dalam Islam	15
B. Konsumsi Dalam Islam.....	17
C. Konsep Masalah Konsumen Muslim.....	30
D. Preferensi Konsumen	36

BAB III GAMBARAN UMUM TOKO TOHA PUTRA DAN TOKO

SUMBER BAROKAH

A. Sejarah Pasar Johar Semarang	40
B. Lokasi Penelitian	42
C. Preferensi Konsumen Terhadap Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Atau Cetakan Dalam Negeri	52

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Preferensi Konsumen Terhadap Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Dan Kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri	54
B. Pilihan Konsumen Dalam Membeli Kitab Kuning.....	58
C. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Atau Kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri...64	

BAB V PENUTUP

A. KESIMPULAN	70
B. SARAN-SARAN	71
C. PENUTUP.....	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia merupakan salah satu negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam, dan menjadikan Islam bukan hanya sebagai agama tetapi juga ideologi yang mempengaruhi segala orientasi, pola berfikir, pola tingkah laku baik dalam bernegara dan bermasyarakat. Kitab kuning dalam pendidikan agama Islam, menunjuk kepada kitab-kitab tradisional yang berisi pelajaran-pelajaran agama Islam yang diajarkan pada pondok-pondok pesantren, mulai dari fiqh dan aqidah. Kitab kuning tidak memiliki harakat, tidak seperti kitab al-quran pada umumnya. Oleh karena itu, untuk bisa membaca kitab kuning berikut arti harfiah kalimat per kalimat agar bisa dipahami secara menyeluruh, dibutuhkan waktu belajar yang relatif lama.

Kitab kuning adalah sebuah hasil karya tulis para ulama terdahulu yang dicetak berbentuk buku yang menggunakan kertas berwarna kuning. Mengenai penyebutan istilah sebagai kitab kuning, dikarenakan memang kitab-kitab tersebut kertasnya berwarna kuning, hal ini disebabkan warna kuning dianggap lebih nyaman dan mudah dibaca dalam keadaan yang redup. Ketika penerangan masih terbatas di masa lampau, utamanya di desa-desa, para santri terbiasa belajar di malam hari dengan pencahayaan seadanya. Meski penerangan kini telah mudah, kitab-kitab ini sebagian tetap diproduksi menggunakan kertas warna kuning mengikuti tradisi,

walaupun ada juga yang telah dicetak pada kertas berwarna putih (HVS).¹ Kebanyakan pesantren (kiyai dan santri) di pondok pesantren menjadikannya sebagai bahan kajian pendidikan agama. Memang kitab kuning ini sangat menarik untuk dikaji dalam menggali ilmu agama Islam dan pemikiran para ulama terdahulu. Namun tidak semua orang bisa membaca dan memahami isinya. Pola pembelajaran pesantren memiliki beberapa kekhasan, diantaranya adalah kurikulum dan buku ajarnya yang hampir sama antara pesantren satu dengan lainnya mulai dari dulu sampai sekarang, yakni menggunakan buku ajar yang disebut dengan kitab kuning.²

Di zaman modern yang sekarang ini sudah banyak berbagai macam cetakan tulisan kitab kuning yang dicetak melalui alat bantu komputer. Hal ini dikarenakan agar konsumen dapat lebih jelas membaca isi kitab, tulisan-tulisan terlihat lebih rapi dan jelas. Tapi dengan kualitas kertas yang bagus juga sangat mempengaruhi kualitas tulisan di dalam kitab karena, kitab yang terbuat dari kertas yang berkualitas tinggi membuat tulisan tidak mudah cepat rusak, tulisan juga terjaga dengan baik. Akan tetapi cetakan manapun baik itu produk luar negeri ataupun produk dalam negeri semuanya tergantung minat dan kenyamanan konsumen ketika menggunakannya.

Preferensi konsumen adalah pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen

¹https://id.wikipedia.org/wiki/Kitab_kuning. tanggal 17.02.2015 jam 21.03

²Ali Ma'sum, *Jurnal Penelitian Kependidikan*, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Malang, tahun 20 Nomor 20 oktober 2010.

menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Preferensi konsumen merupakan suatu tindakan konsumen dalam memilih suatu barang sesuai dengan tingkat kebutuhannya. Preferensi dapat terbentuk melalui pola pikir konsumen yang didasari oleh beberapa alasan, antara lain (Bilson Simamora, 2004;87):

1. Pengalaman yang diperolehnya

Konsumen merasakan kepuasan dalam membeli produk dan merasakan kecocokan dalam mengkonsumsi produk yang dibelinya, maka konsumen akan terus-menerus menggunakan produk tersebut.

2. Kepercayaan turun-temurun

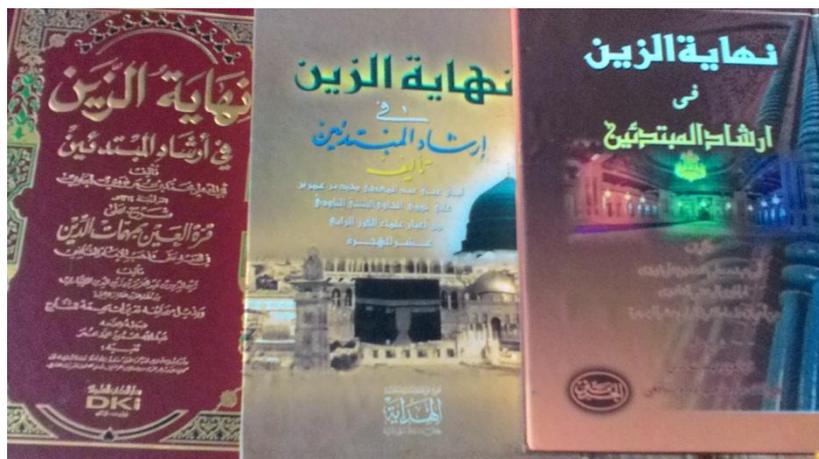
Kepercayaan ini dikarenakan kebiasaan dari keluarga menggunakan produk tersebut, setia terhadap produk yang selalu dipakainya karena manfaat dalam pemakaian produk tersebut, sehingga konsumen memperoleh kepuasan dan manfaat dari produk tersebut.

Kepuasan sesudah pembelian konsumen mendasarkan harapannya kepada informasi yang mereka terima tentang produk. Jika kenyataan yang mereka dapat ternyata berbeda dengan yang diharapkan maka mereka merasa tidak puas. Bila produk tersebut memenuhi harapan, mereka akan merasa puas. Mempertahankan pelanggan yang lama adalah lebih penting daripada menarik pelanggan baru. Oleh karena itu, perusahaan harus memperhatikan kepuasan pelanggan. Jika konsumen merasa puas ia akan memperlihatkan kemungkinan untuk membeli lagi produk tersebut. Sedangkan konsumen yang tidak puas akan melakukan hal yang

sebaliknya, bahkan menceritakan ketidakpuasannya kepada orang lain disekitarnya, yang membuat konsumen lain tidak menyukai produk tersebut.³

Keinginan para Kyai dan santri atau seseorang yang ingin memperdalam pengetahuan mereka dalam beragama Islam selain al-qur'an dan al-hadist, kitab kuning juga dijadikan media belajar, sebab pada umumnya kitab kuning memuat ajaran-ajaran serta penjelasan-penjelasan dari al-qura'an dan al-hadist. Terdapat toko-toko kitab yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang menyediakan menjual kitab kuning cetakan dalam negeri dan cetakan luar negeri. Beberapa konsumen membeli atau menggunakan kitab kuning dari cetakan luar negeri dan dari cetakan dalam negeri.

Gambar 1.1



³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT.Gramedia Pusaka Utama, 2004, h. 19.

Dari gambar diatas adalah gambaran kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri. Ketiga kitab ini adalah kitab kuning dengan isi yang sama akan tetapi kualitas cetakan ketiga kitab ini berbeda, dimulai dari kertas yang ketebalannya berbeda, kehalusan kertas, kejelasan tulisan, serta harga kitab dan terdapat pula perbedaan lainnya. Banyak negara yang mencetak kitab kuning seperti negara Libanon, Kairo, Saudi Arabia, Singapura, Indonesia, dan negara lainnya akan menjadikan konsumen memilih dan membeli kitab sesuai dengan rasa suka dan kebutuhan mereka.

Banyaknya perbedaan dari produk kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri menjadikan konsumen memiliki preferensi yang berbeda-beda. Sebelum melakukan transaksi pembelian kitab kuning, konsumen akan memperhatikan kitab terlebih dahulu kemudian konsumen akan mempertimbangkan kitab kuning cetakan mana yang akan di beli. Dalam hal ini akan muncul pertanyaan apakah kitab yang telah di beli sesuai dengan preferensi konsumen, jika memang sesuai maka apa alasan konsumen membeli kitab kuning tersebut. Apabila ditemukan lagi konsumen yang membeli kitab akan tetapi kitab tersebut tidak sesuai dengan preferensinya, maka apa yang menyebabkan konsumen memilih membeli kitab yang tidak sesuai dengan preferensinya. Dalam hal ini peneliti akan mewawancarai konsumen yang membeli kitab kuning di toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

Berdasarkan dari latar belakang diatas penulis mengadakan penelitian tentang perbedaan preferensi konsumen terhadap kualitas produk kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri. Oleh karena itu penulis memberi judul penelitian ini **“ANALISIS PERBEDAAN PREFERENSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PRODUK KITAB KUNING CETAKAN LUAR NEGERI DAN KITAB KUNING CETAKAN DALAM NEGERI”**.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian diatas permasalahan yang diangkat adalah :

- 1) Bagaimana preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negeri atau kitab kuning cetakan dalam negeri ?
- 2) Mengapa konsumen memilih membeli dan menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri atau kitab kuning cetakan dalam negeri ?

C. TUJUAN PENELITIAN

- 1) Untuk mengetahui bagaimana preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri yang mereka beli untuk digunakan.
- 2) Untuk mengetahui mengapa konsumen memilih membeli kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri.

D. MANFAAT PENELITIAN

1) Bagi penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sarana pembelajaran dalam penulisan karya ilmiah sekaligus memperdalam pemahaman tentang materi yang di dapatkan dari kegiatan perkuliahan, peneliti juga dapat lebih memahami tentang cetakan kitab kuning luar negeri dan dalam negeri. Dan juga untuk mendapatkan gelar sarjana S1 Ekonomi Islam.

2) Bagi konsumen

Penelitian ini dapat memberikan sumber informasi yang berkaitan dengan preferensi konsumen terhadap pembelian kitab kuning.

3) Bagi penjual

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai kitab kuning yang menjadi preferensi konsumen dan sebagai dasar pertimbangan untuk penentuan strategi pemasaran kitab kuning.

E. TINJAUAN PUSTAKA

Dalam penelitian ini, peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Berikut penelitian terdahulunya :

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Iqbal Ramdhani mahasiswa Universitas Diponegoro SEMARANG Fakultas Ekonomika dan Bisnis, yang berjudul “*Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk International Brand Spare Part dan Local*”

Brand Spare Part di Toko Spare Part Nuhi Motor Kudus”, 2014. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah perbedaan persepsi konsumen tentang dimensi kualitas produk international brand spare part dan local brand spare part ditinjau dari dimensi performance, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetic, dan fit and finish. Hasil dari penelitian ini terjadi perbedaan persepsi konsumen terhadap kualitas produk antara international brand spare part dan local brand spare part ditinjau dari dimensi performance, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetic, dan fit and finish.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Marissa Arum Wijaya mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang berjudul “*Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*”, 2008. Dalam penelitian ini peneliti ingin mencari tahu atribut daging sapi mana yang menjadi preferensi konsumen di pasar tradisional purworejo, dan atribut mana yang paling dipertimbangkan konsumen dalam keputusan membeli daging sapi di pasar tradisional kabupaten purworejo.

Preferensi responden dalam membeli daging sapi di kabupaten purworejo dapat diketahui dari responden yang memilih atribut-atribut dari daging sapi yang diteliti dimana atribut tersebut adalah warna daging, kandungan lemak, dan bagian daging. Daging sapi yang disukai oleh

⁴ Muhammad Iqbal Ramdhani, *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk International Brand Spare Part dan Local Brand Spare Part di Toko Spare Part Nuhi Motor Kudu*, mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang, 2014.

responden di kabupaten purworejo adalah daging sapi yang mempunyai warna daging merah cerah, kandungan lemak sedikit, dan bagian daging atas. Atribut daging sapi yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian daging sapi di pasar tradisional Kabupaten Purworejo berturut-turut dari yang paling dipertimbangkan sampai dengan yang kurang dipertimbangkan adalah warna daging, bagian daging, dan kandungan lemak.⁵

F. METODE PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

2. Jenis penelitian

Analisis data yang digunakan adalah analisis jenis lapangan pendekatan kualitatif. Penelitian ini di teliti secara langsung oleh peneliti, mengamati toko yang menjual produk kitab kuning untuk menanyakan langsung kepada konsumen tentang preferensi konsumen terhadap kualitas kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri. Analisis data kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan tentang gambaran umum responden. Dengan jenis lapangan akan mempermudah penulis untuk mendapatkan data-

⁵ Marissa Arum Wijaya, *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*, mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.

data penelitian ini, melihat dan berbicara langsung pada konsumen yang membeli kitab kuning di toko kitab pasar Johar Semarang.

Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif dalam pengumpulan data lebih menekankan pada wawancara dan observasi, data berbentuk cerita, kata-kata yang detail sesuai dengan bahasa dan pandangan responden.⁶

3. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan menggunakan alat pengukur atau pengambilan data langsung pada sumber objek sebagai sumber informasi yang dicari.⁷ Data primer adalah data yang diperoleh dari obyek penelitian atau sumber asli (langsung dari informan)⁸ dengan cara pengamatan dan bertanya langsung kepada konsumen ataupun penjual kitab kuning yang berada di toko kitab pasar Johar Semarang, mengamati dan mencatat melalui wawancara. Dengan data ini penulis mendapatkan gambaran umum toko-toko kitab di pasar Johar Semarang

⁶ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010, h.11.

⁷ Syaifudin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001, h. 91.

⁸ Usman Rianse dan Abdi, “*Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*”, Bandung, Alfabeta 2012.

beserta mempermudah peneliti mendapatkan informasi langsung dari konsumen terhadap preferensi dalam memilih kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh melalui sumber-sumber lain atau sumber kedua yang bukan dari sumber aslinya⁹. Misalnya majalah, tabloid, dokumen laporan-laporan, buku-buku, jurnal. Dengan metode ini penulis mendapatkan data dari pemilik toko atau pegawai yang bekerja di toko-toko kitab yang menjual produk kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri di pasar Johar Semarang.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

a. Observasi

Observasi yaitu suatu tehnik pengumpulan data dan informasi dengan jalan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang diteliti, peneliti langsung melakukan peninjauan dan pengamatan secara langsung kelokasi penelitian. Hal ini dimaksudkan untuk memperoleh data dalam penelitian lapangan.¹⁰ Akan tetapi peneliti tidak ikut terlibat

⁹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h. 212.

¹⁰ Moh Nazir, "*Metode Penelitian*", Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988, h. 212.

langsung dalam proses kerja yang dilakukan oleh penjual kitab-kitab yang berada di toko pasar johar semarang.

b. Wawancara

Wawancara atau interview adalah proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan yang dilakukan dua orang atau lebih, bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan yang berhubungan dengan penelitian.¹¹ Mewawancarai langsung kepada karyawan Toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang serta mewawancarai konsumen yang membeli kitab kuning.

c. Dokumentasi

Yaitu penelitian yang dilakukan berdasarkan karya-karya ilmiah dan buku yang berkaitan dengan pembahasan ini dan dimaksudkan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan tema skripsi serta data-data yang di dapatkan dari toko-toko yang menjual kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri. Dokumen juga bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya fenomenal dari seseorang.¹²

¹¹ Cholid Narbuko dan Abu Achmadi, *Metodologi penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009, h. 83.

¹² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung,: Alfabeta, cet ke-17, 2012, h. 240.

5. Analisis data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.¹³ Analisis data digunakan untuk mengumpulkan semua data yang didapat, guna untuk diolah dengan metode kualitatif yang hasilnya kelak berupa uraian deskriptif atau penjelasan, bukan didalam bentuk data yang berupa angka.

6. SISTEMATIKA PENELITIAN

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet ke-10, 2010, hlm. 335.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang Perilaku Konsumen Dalam Islam, Konsumsi Dalam Islam, Konsep Masalah Konsumen Muslim, Preferensi Konsumen.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan gambaran umum objek penelitian yang akan diteliti yaitu gambaran umum pasar johar dan lokasi penelitian pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl.Kauman Pasar Johar Semarang.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dari rumusan masalah yang ada di analisis, menggunakan penelitian kualitatif.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan juga saran.

BAB II

PERILAKU KONSUMEN DAN KONSUMSI DALAM ISLAM SERTA PREFERENSI KONSUMEN

A. Perilaku Konsumen Dalam Islam

Perilaku konsumen Muslim adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh seorang Muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekedar memenuhi kebutuhannya individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual) konsumen Muslim. Konsumen Muslim ketika mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, atau tahunan, dia tidak berfikir pendapatan yang sudah diraihinya itu harus di habiskan untuk dirinya sendiri, tetapi karna kesadarannya bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah, sebagian pendapatannya dibelikan di jalan Allah (Fi Sabilillah).

Berbagai kegiatan ekonomi berjalan dalam rangka mencapai satu tujuan, yakni menciptakan kesejahteraan menyeluruh, dan kesederhanaa, namun tetap produktif dan inovatif bagi setiap individu Muslim maupun non-Muslim. Allah telah menetapkan batas-batas tertentu terhadap perilaku manusia sehingga menguntungkan individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya, sebagaimana yang ditetapkan dalam hukum Allah (syari'ah). Konsumsi, pemenuhan kebutuhan dan perolehan kenikmatan tidak dilarang dalam Islam

selama tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau justru dapat menimbulkan kemudharatan.¹

Kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hal-hak sebagai berikut :

1. Nilai guna (utility) barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang di pasar.
3. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat.

Pada tingkatan praktis, perilaku ekonomi sangat ditentukan oleh tingkat keyakinan atau keimanan seseorang atau sekelompok orang yang kemudian membentuk kecenderungan perilaku konsumsi di pasar. Tiga karakteristik perilaku ekonomi dengan menggunakan tingkat keimanan sebagai asumsi yaitu:

1. Ketika keimanan ada pada tingkat yang cukup baik, maka motif berkonsumsi atau berproduksi akan didominasi oleh tiga motif utama: mashlahah, kebutuhan dan kewajiban.
2. Ketika keimanan ada pada tingkat yang kurang baik, maka motifnya tidak didominasi hanya oleh tiga hal diatas tapi juga kemudian akan

¹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011, h. 138.

dipengaruhi secara signifikan oleh ego, rasionalisme (materialisme) dan keinginan-keinginan yang bersifat individualistis.

3. Ketika keimanan ada pada tingkat yang buruk, maka motif berekonomi tentu saja akan didominasi oleh nilai-nilai individualistis (*selfishness*): ego, keinginan dan rasionalisme.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia.²

B. Konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika di pandang secara khusus, maka sering kali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas akan ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktivitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut. Seperti memanfaatkan mesin cuci dan memakai pakaian termasuk dalam konsep konsumsi³.

² <http://lppm.universitazazzahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/>, diakses 20 oktober 2015.

³ Dwi Suwiknyo, *Komplikasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h. 148.

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karenanya, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan.⁴ Sekarang ini, kemajuan, berarti semakin tingginya tingkatan hidup yang mengandung arti meluasnya kebutuhan-kebutuhan, yang menambah perasaan ketidakpuasan dan kekecewaan akan hal-hal sebagaimana adanya, sehingga nafsu untuk mengejar tingkatan konsumsi yang semakin tinggi juga akan bertambah⁵.

Konsumen Muslim harus memperhatikan prinsip syariah dalam berkonsumsi, prinsip tersebut adalah :

1. Memperhatikan tujuan konsumsi

Perilaku konsumsi Muslim dari segi *tujuan* tidak hanya mencapai kepuasan dari konsumsi barang, melainkan berfungsi “ibadah” dalam rangka mendapat ridha Allah SWT.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ
إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

⁴ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Erlangga, 2012, h. 87

⁵ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995, h. 45.

Artinya : “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (Al-Baqarah : 168).

2. Memperhatikan kaidah ilmiah

Dalam berkonsumsi, seorang Muslim harus memperhatikan prinsip keberhasilan. Prinsip *keberhasilan* mengandung arti barang yang dikonsumsi harus bebas dari kotoran maupun penyakit, demikian juga harus menyehatkan, memiliki manfaat tidak mempunyai kemudharatan. Islam menjunjung tinggi kebersihan, bahkan berdasarkan hadits kebersihan merupakan bagian dari iman. Kaidah ilmiah juga memperhatikan prinsip keadilan. Prinsip keadilan mengandung arti bahwa dalam berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, yakni berada dalam aturan atau hukum agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan (*halalan thoyiban*). Islam memiliki berbagai ketentuan barang ekonomi yang boleh dikonsumsi (dilarang). Pada prinsipnya ketentuan larangan ini berkaitan dengan suatu yang dapat membahayakan fisik maupun spiritual manusia. Sehingga ketentuan ini harus dipatuhi oleh seorang Muslim.

3. Memperhatikan bentuk konsumsi

Dari konsep ini, fungsi konsumsi Muslim berbeda dengan prinsip konvensional yang bertujuan kepuasan maksimum (*maximum utility*), terlepas ada keridhaan Allah atau tidak, karena pada hakekatnya teori konvensional tidak mengenal Tuhan. Dari segi bentuk konsumsi, seorang Muslim harus memperhatikan apa saja yang dikonsumsinya. Hal ini tentu berhubungan dengan adanya batasan orang Muslim dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Adapun yang menjadi batasan dalam mengkonsumsi menurut perspektif Islam meliputi⁶:

- a. Pembatasan dalam hal kuantitas atau ukuran konsumsi.
Islam melarang umatnya berlaku kikir. Namun Allah juga tidak menghendaki umatnya membelanjakan harta yang berlebihan.
- b. Pembatasan dalam hal sifat dan cara, seorang muslim harus jeli dan sensitif untuk melihat barang yang haram dan halal jangan karena murah masyarakat menjadi terlena akan nilai-nilai yang telah dijelaskan didalam Al-Qur'an.

⁶ Sumar'in, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 95.

Dalam islam juga diajarkan bahwa seorang Muslim memiliki sifat yang sederhana dan tidak bermewah-mewahan dalam mengkonsumsi serta menyesuaikan antara pemasukan dengan konsumsi.

1. Sederhana, tidak bermewah-mewahan.

Sesungguhnya kuantitas konsumsi yang terpuji dalam kondisi yang wajar adalah sederhana, Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah Yang Maha Pengasih. Prinsip kesederhanaan, maksudnya dalam mengkonsumsi hendaknya menghindari sikap berlebihan, sifat ini sangat dibenci oleh Allah SWT. Demikian juga menjauhi sifat mubazir karna sifat mubazir juga merupakan sifat yang dibenci oleh Allah SWT. Setiap individu hanya pantas berbelanja untuk mendapatkan barang-barang ekonomi secukupnya agar dirinya dapat hidup secara memadai.⁷

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ

لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas“. (al-maidah 87).⁸

⁷ Ika Yuania Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014, h. 180.

⁸ Departemen Agama RI, *AL-qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010,

2. Kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi.

Kesesuaian antara pemasukan dan konsumsi adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Di mana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ
 رَبَّنَا لَا تُؤَاخِذْنَا إِنْ نَسِينَا أَوْ أَخْطَأْنَا رَبَّنَا وَلَا تَحْمِلْ عَلَيْنَا إَصْرًا كَمَا حَمَلْتَهُ
 عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِنَا رَبَّنَا وَلَا تُحَمِّلْنَا مَا لَا طَاقَةَ لَنَا بِهِ ۗ وَاعْفُ عَنَّا وَاعْفِرْ لَنَا
 وَأَرْحَمْنَا أَنْتَ مَوْلَانَا فَانصُرْنَا عَلَى الْقَوْمِ الْكَافِرِينَ

Artinya : “Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. ia mendapat pahala (dari kebajikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya. (mereka berdoa): "Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau hukum Kami jika Kami lupa atau Kami tersalah. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau bebankan kepada Kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami. Ya Tuhan Kami, janganlah Engkau pikulkan kepada Kami apa yang tak sanggup Kami memikulnya. beri ma'afilah kami; ampunilah kami; dan rahmatilah kami. Engkaulah penolong Kami, Maka tolonglah Kami terhadap kaum yang kafir."(Al-baqarah 286).

Bagi seorang konsumen Muslim tidak hanya memenuhi kebutuhan dirinya sendiri akan tetapi juga harus memikirkan kebutuhan orang lain, hal ini disebut sebagai prinsip prioritas sebagai seorang Muslim. Prioritas atau urutan konsumsi yang ditempatkan pada harta menurut Syariat Islam, antara lain⁹ :

1. Untuk nafkah diri, istri, anak, dan saudara
 - a. Nafkah diri, manusia diwajibkan untuk memenuhi kebutuhan diri dan mendahulukannya atas pemenuhan kebutuhan orang lain. Hal ini sesuai dengan sabda Rasulullah SAW : *“Mulailah dengan dirimu sendiri. Maka bersedekahlah untuk diri itu. Kelebihan sesuatu yang kamu miliki adalah untuk keluargamu dan kelebihan selanjutnya adalah untuk para kerabatmu”*.
 - b. Nafkah Istri, nafkah harus dipenuhi oleh suaminya karena ikatan dirinya kepada suaminya. Status istri telah menyebabkan ia telah diserahkan kepada suaminya, konsekuensinya suamilah yang menanggung keperluan (nafkah)nya. Semula, sebelum terikat dalam suatu pernikahan nafkah tersebut ditanggung oleh orang tuannya.
 - c. Nafkah kerabat, sebab wajibnya nafkah tersebut adalah adanya kehaaman untuk memutuskan silaturahmi. Kerabat dibedakan menjadi beberapa macam, yaitu :

⁹ Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Erlangga, 2012, h. 97.

- 1) Keturunan dalam kategori adalah mereka yang telah dewasa atau masi kecil.
 - 2) Ayah dan Ibu yang termasuk garis keturunan ke atas, nafkah ayah dan ibu wajib dipenuhi oleh anak-anaknya.
 - 3) Saudara laki-laki dan perempuan serta semua kerabat yang masuk dalam kategori ini.
- d. Nafkah bagi pihak yang membantu istri. Dalam mengerjakan pekerjaan rumah, ketika ada orang yang membantu istri maka nafkahnya menjadi tanggung jawab suami dari istri tersebut. Besarnya nafkah tergantung situasi dan kondisi atau kesepakatan, karena merupakan upah atau gaji.
- e. Nafkah untuk budak. Pada masa perbudakan, pemilik budak diharuskan untuk memberikan nafkah kepada para budak yang dimilikinya.
- f. Pemenuhan kebutuhan pada binatang peliharaannya.

Seorang yang tidak mampu memelihara hewan dan memberinya makan, dihadapkan kepada tiga alternatif yaitu, menjualnya, menyewakannya, atau menyembelihnya jika hewan itu bisa dimakan. Jika orang it tidak mau menerima salah satu dari tiga alternatif tersebut, maka negara berhak memaksanya

untuk memilih, sebagaimana negara berhak memaksa orang yang berhutang dan tidak mau melunasinya.¹⁰

Islam memperhatikan pembangunan moralitas bagi manusia yang digambarkan dalam perintah agama. Untuk mengajarkan manusia selalu bersyukur atas segala karunia yang diberikan Allah. Sehingga secara tidak langsung akan membawa dampak terhadap perkembangan psikologis manusia. Dalam Al-qur'an telah dijelaskan dalam surat al-baqarah ayat 172:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُلُوْا مِنْ طَيِّبٰتِ مَا رَزَقْنٰكُمْ وَاشْكُرُوْا لِلّٰهِ اِنْ كُنْتُمْ اِيَّاهُ

تَعْبُدُوْنَ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah”.(Al-Baqarah : 172).¹¹

Dengan bersyukur manusia akan merasa lebih tenang dan qana'ah terhadap segala yang Allah berikan padanya sehingga akan mendorong sifat besar hati serta tidak ada tekanan dalam pribadinya. Dalam berkonsumsi harus menjaga adab dan etika.¹² Etika Islam berarti akhlaq mahmudah atau akhlak terpuji. Istilah etika yang dalam bahasa Indonesianya adalah “kesusilaan”, kata dasarnya adalah “susila” kemudian diberi awalan ke- dan akhiran -an. “Susila”

¹⁰ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997. h. 146.

¹¹ Departemen Agama RI, *AL-qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010,

¹² Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 94.

berasal dari kata Sansekerta, “su” berarti baik dan “sila” berarti norma kehidupan. Jadi etika berarti menyangkut kelakuan yang menuruti norma-norma kehidupan yang baik. Adapun etika Islam, berarti menuruti hukum-hukum yang telah ditetapkan Allah SWT. agar manusia mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat.

Di bidang ekonomi, etika Islam berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencapai barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT. Orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang dicipta Allah untuk umat manusia.¹³

Perilaku konsumen (consumer behavior) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumberdaya (resources) yang dimilikinya. Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi pondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi.

¹³ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h. 37.

Ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim:¹⁴

1. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akherat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan future consumption (karena terdapat balasan surga di akherat), sedangkan konsumsi duniawi adalah present consumption (konsumsi saat sekarang).
2. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
3. Kedudukan harta merupakan anugerah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

¹⁴ Huda, Nurul. (2005). [http://:KuliahYarsi.ac.id.google](http://KuliahYarsi.ac.id.google). Masmiar Net. Tgl akses, 15 desember 2015 22:10 Hal.1

Ekonomi Islam adalah ekonomi yang berdasarkan ketuhanan. Sistem ini bertitik tolak dari Allah, bertujuan akhir kepada Allah, dan menggunakan sarana yang tidak lepas dari syariat Allah.¹⁵ Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah itu milik semua manusia dan suasana yang menyebabkan sebagian di antara anugerah-anugerah itu berada di antara orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri, sedangkan orang lain tidak memiliki bagaimana sehingga banyak di antara anugerah-anugerah yang diberikan Allah kepada umat manusia itu masih berhak mereka miliki walaupun mereka tidak memperolehnya. Dalam al-qur'an Allah SWT. mengutuk dan membatalkan argumen yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksediaan mereka memberikan bagian atau miliknya ini.

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ قَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْطَعِمُ مَنْ لَوْ يَشَاءُ

اللَّهُ أَطَعَمَهُمْ إِنْ أَنْتُمْ إِلَّا فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٤٧﴾

Artinya : “Dan apabila dikatakan kepada mereka: "Nafkahkanlah sebahagian dari reski yang diberikan Allah kepadamu", Maka orang-orang yang kafir itu berkata kepada orang-orang yang beriman: "Apakah Kami akan memberi Makan kepada orang-orang yang jika Allah menghendaki tentulah Dia akan memberinya makan, Tiadalah kamu melainkan dalam kesesatan yang nyata". (Yasin :47) .¹⁶

¹⁵ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomo Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997. h. 31.

¹⁶ Departemen Agama RI, *AL-qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010, h. 443.

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang diciptakan (Allah) untuk umat manusia demi kemaslahatan umat. Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, atau tempat tinggal. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan¹⁷.

Salah satu ciri penting dalam Islam adalah bahwa ia tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalahgunaannya. Ciri khas Islam ini juga memiliki daya aplikatifnya terhadap kasus orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabzir*. Dalam pandangan (*Fiqih*) Islam, orang semacam itu seharusnya dikenai pembatasan-pembatasan dan, bila dianggap perlu, dilepaskan dan dibebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri. Dalam pandangan

¹⁷ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo, PT Era Adicitra Intermedia, 2011, h. 141.

Syari'ah dia seharusnya diperlakukan sebagai orang tidak mampu dan orang lain seharusnya ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya.¹⁸

C. Konsep Masalah Konsumen Muslim

Di dalam teori ekonomi, kepuasan seorang dalam mengonsumsi suatu barang dinamakan utility atau nilai guna. Kalau kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin tinggi pula nilai gunanya. Sebaliknya, bila kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya. Dalam ekonomi Islam, kepuasan dikenal dengan masalah dengan pengertian terpenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Kepuasan seorang Muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang di konsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi.¹⁹

Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*want*). *Want* ditetapkan berdasarkan konsep utility, tetapi *need* didasarkan atas konsep masalah. Tujuan syari'ah adalah menyejahterakan manusia. Karenanya semua barang dan jasa yang memberikan masalah disebut kebutuhan manusia. Teori ekonomi konvensional menggambarkan utility sebagai pemilikan terhadap barang atau jasa untuk memuaskan keinginan manusia. "Kepuasan" bersifat subjektif. Setiap orang menentukan kepuasan berdasarkan kriteria mereka sendiri. Sebagian aktivitas ekonomi dilakukan atau memproduksi sesuatu didorong oleh utilitasnya. Jika segala sesuatu dapat

¹⁸ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 28.

¹⁹ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014. h. 97.

memuaskan keinginannya, manusia akan mau berusaha untuk memenuhi, memproduksi, mengonsumsi barang-barang tersebut.

Masalah menurut Shatibi adalah pemilikan atau kekuasaan dari barang atau jasa yang memelihara prinsip-prinsip dasar dan tujuan hidup manusia di dunia. Shatibi telah mendeskripsikan lima kebutuhan dasar yang harus dipenuhi bagi eksisnya kehidupan manusia di dunia, yaitu :

1. Kehidupan (life atau al-nafs)
2. Kekayaan (property atau al-maal)
3. Keimanan (faith atau al-diin)
4. Akal (intellect atau al'aql)
5. Keturunan (posterit atau al-nasl)

Seluruh barang dan jasa yang akan mempertahankan kelima elemen ini disebut masalah bagi manusia. Seluruh kebutuhan tidak sama pentingnya. Ada tiga tingkatan kebutuhan²⁰:

1. Tingkatan di mana kelima elemen di atas mendasar untuk dilindungi (assentials atau dharuriyat).

Tujuan dharuriyat merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yaitu mencakup terpeliharanya lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, keyakinan atau agama, akal/intelektual, keturunan dan keluarga serta

²⁰ Mustofa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h.64.

harta benda. Jika tujuan dharuriyat diabaikan, maka tidak akan ada kedamaian, yang timbul adalah kerusakan (fasad) di dunia dan kerugian yang nyata di akhirat.

2. Tingkatan di mana kelima elemen tersebut adalah pelengkap yang menguatkan perlindungan mereka (complementeries atau hajjiyat).

Syariah bertujuan memudahkan kehidupan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi melainkan menghilangkan kesempitan dan berhati-hati terhadap lima hal pokok tersebut.

3. Tingkatan di mana kelima elemen tersebut merupakan kesenangan atau keindahan (amelioratories atau tahsiniyyat)

Syariah menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Terdapat beberapa provisi dalam syariah yang dimaksudkan untuk mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dan simplifikasi dari dharuriyat dan hajjiyat. Misalnya dibolehkannya memakai baju yang nyaman dan indah.

Seluruh barang dan jasa yang mendorong dan berkualitas dalam memelihara kelima elemen tersebut disebut masalah. Seorang Muslim didorong oleh keberagamannya memerlukan atau memproduksi seluruh barang dan jasa yang merupakan masalah bergantung pada barang atau jasa yang cenderung

mempertahankan elemen mendasar. Barang atau jasa yang melindungi elemen-elemen ini akan lebih bermanfaat diikuti oleh barang atau jasa yang akan meningkatkan dan barang-barang yang sekedar memperindah kebutuhan dasar.

Berikut ini beberapa keunggulan konsep masalah : ²¹

1. Masalah subjektif dalam arti bahwa justifikasi terbaik terhadap kebutuhan barang atau jasa ditentukan berdasarkan kemaslahatan bagi dirinya. Masalah tidak menafikan subjektifitas seperti halnya utility. Sebagai contoh apakah mobil Mercedes merupakan utility ditentukan berdasarkan kriteria yang berbeda-beda. Misalnya mobil tersebut untuk dipamerkan, dibanggakan, dan prestise bagi seorang juga utility, atau seorang suka terhadap desain mobil tersebut, atau mobil itu diproduksi oleh kota asalnya atau kota yang disukainya, hal ini juga merupakan utility, dan lain sebagainya.
2. Terdapat banyak sekali kriteria yang menjadi dasar bagi seorang untuk menentukan apakah segala sesuatu itu memiliki utility atau tidak. Hal ini tidak terdapat dalam konsep masalah, kriteria jelas atau pasti bagi setiap orang dan keputusan ditentukan atas kriteria ini. Kekayaan dalam perspektif masalah berbeda dari utility atau tidak. Hal ini tidak terdapat dalam konsep masalah, kriteria jelas atau pasti bagi setiap orang dan keputusan ditentukan atas dasar kriteria ini. Kekayaan dalam perspektif

²¹ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011, h. 150.

masalah berbeda dari konsep utility dapat meningkatkan prediksi dan validitas kebijakan ekonomi karena kriteria yang ada bagi setiap orang dalam membuat keputusan telah diketahui.

3. Masalah bagi setiap individu selalu konsisten dengan masalah sosial, berbeda utility pada seseorang sering berkonflik dengan kepentingan sosial. Hal ini juga karena tidak adanya kriteria yang jelas dalam menentukan utility. Lima kebutuhan dasar di atas tersebut adalah hasrat yang dibutuhkan baik untuk individu maupun sosial. Bahkan kepuasan individu pada suatu keinginan (*want*) tertentu mungkin berbeda dengan kehendak sosial. Sebagai contoh buah durian mungkin bagi sebagian orang merupakan utility, namun bagi sebagian orang yang lain mungkin durian bukanlah utility baginya justru menjadi salah satu faktor stimulan timbulnya kemudharatan baginya.
4. Konsep masalah menaungi seluruh aktifitas ekonomi masyarakat. Karenanya hal ini adalah tujuan konsumsi sebagaimana dalam produksi dan transaksi, berbeda dari teori konvensional di mana utility adalah tujuan konsumsi dan laba (*profit*) adalah tujuan produksi. Konsep masalah juga merupakan tujuan aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh individu maupun negara.
5. Sulit membandingkan utility seorang A dengan seorang B dalam mengonsumsi barang yang sama dan dalam kuantitas yang sama., misalnya apel. Dengan kata lain seberapa banyak kepuasan yang

diperoleh A maupun B dari suatu konsumsi tidak dapat dijelaskan. Membandingkan masalah dalam beberapa hal mungkin dapat dilakukan, bahkan pada tingkatan atau level masalah yang berbeda. Sebagai contoh, seorang dapat membandingkan situasi dimana seorang A dapat melindungi kehidupannya dengan memakan sebuah apel sementara seorang B memakannya untuk meningkatkan kesehatannya. Dalam hal ini masalah bagi A lebih tinggi daripada B.

Apabila dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (utility) maka dalam ekonomi Islam, konsumen bertujuan untuk mencapai suatu masalah. Pencapaian masalah merupakan tujuan dari syariat Islam yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. Dalam menjelaskan konsumsi, diasumsikan bahwa seorang konsumen cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini sesuai dengan prinsip rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Seorang konsumen Muslim mempunyai keyakinan bahwasanya kehidupan tidak hanya di dunia saja, namun ada pula kehidupan akhirat. Berkaitan dengan perilaku mencari masalah, seseorang akan selalu melihat :²²

1. Masalah yang lebih besar atau lebih tinggi akan lebih disukai dari pada yang lebih sedikit. Masalah yang lebih tinggi jumlah atau tingkatnya

²² M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011. H. 152.

lebih disukai daripada masalah yang lebih rendah jumlah atau tingkatnya atau monotonicity masalah yang lebih besar akan memberikan kebahagiaan yang lebih tinggi. Karenanya, ia lebih disukai dari pada masalah yang lebih kecil.

2. Masalah diupayakan akan terus meningkat sepanjang waktu. Konsep ini sering disebut dengan quasi concavity, yaitu situasi masalah yang menunjukkan pola nondecreasing.

D. Preferensi Konsumen

perilaku konsumen dapat dipahami dalam tiga tahapan, yaitu ²³:

1. Preferensi konsumen. Ini adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk daripada jenis produk yang lain.
2. Garis anggaran. Konsumen juga akan mempertimbangkan faktor harga dan akan memutuskannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya. Apa yang harus dilakukan konsumen dalam situasi ini, jawabannya akan ditemukan dengan menggabungkan preferensi konsumen dan garis anggaran dalam langkah ketiga.
3. Pilihan konsumen. Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka.

²³ Sumar'in, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 86.

Preferensi konsumen adalah pilihan suka tidak suka oleh seseorang terhadap produk (barang atau jasa) yang dikonsumsi. Preferensi konsumen menunjukkan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk yang ada. Preferensi konsumen diasumsikan dalam empat prinsip, yaitu :²⁴

1. Kelengkapan (Completeness)

Prinsip ini, mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya di antara dua keadaan. Konsumen dapat membandingkan dan menilai semua produk yang ada. Bila A dan B ialah dua keadaan produk yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu di antara kemungkinan yang ada. Dengan kata lain, untuk setiap dua jenis produk A dan B, konsumen akan lebih suka A daripada B, lebih suka B daripada A, suka akan keduanya, atau tidak suka akan keduanya. Preferensi ini mengabaikan faktor biaya dalam mendapatkannya. Dengan dasar ini tiap orang diasumsikan tidak pernah ragu dalam menentukan pilihan, sebab mereka tahu mana yang lebih baik dan mana yang lebih buruk, dan dengan demikian selalu bisa menjatuhkan pilihan di antara dua alternatif.

2. Transsivitas (Transitivity)

Prinsip ini, menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa

²⁴ M. Nur Rianto Al-Arif, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010, h. 109.

alternatif pilihan produk. Di mana jika seseorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B”, dan “produk B lebih disukai daripada produk C”. Maka ia pasti akan mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambilan keputusan. Hal ini, menunjukkan bahwa pada setiap alternatif pilihan seorang individu akan selalu konsisten dalam memutuskan preferensinya atas suatu produk dibandingkan dengan produk lain.

3. Kesenambungan (Continuity)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B. Jadi ada suatu kekonsistenan seorang konsumen dalam memilih suatu produk yang akan di konsumsinya.

4. Lebih Banyak Lebih Baik (The More Is The Better)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat, jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan di dapat. Meskipun akan dibatasi oleh penghasilan (budget constraint).

Dengan demikian tiap orang selalu dapat membuat atau menyusun ranking semua situasi dan kondisi mulai dari yang paling disenangi hingga yang paling tidak disukai dari bermacam barang/jasa yang tersedia. Seseorang yang rasional akan memilih barang yang paling disenanginya. Akan tetapi yang perlu diperhatikan adalah preferensi itu bersifat independen terhadap pendapatan dan harga. Kemampuan untuk membeli barang-barang tidak menentukan menyukai atau tidak disukai oleh konsumen. Terkadang seseorang dapat memiliki preferensi untuk produk A lebih dari produk B, tetapi ternyata sarana keuangannya hanya cukup untuk membeli produk B.

BAB III

GAMBARAN UMUM TOKO TOHA PUTRA DAN TOKO SUMBER BAROKAH

A. Sejarah Pasar Johar Semarang

Pasar johar adalah pasar tradisional yang berada di tengah kota Semarang, yaitu terletak di Jl. Agus Salim yang termasuk Kelurahan Kauman, Kecamatan Semarang Tengah. Pasar ini merupakan salah satu cabang dinas wilayah I. Pada tahun 1860 terdapat pasar yang menempati bagian timur alun-alun ini dipagari oleh deretan pohon johar ditepi jalan. Dari sinilah asal dari nama Pasar johar. Menurut informasi dari beberapa informan dan dari profil pasar tahun 2004 diketahui Pasar Johar dibangun tahun 1936 dan difungsikan pada tahun 1939. Sebagai bangunan yang memiliki sejarah panjang, Pasar Johar karya arsitektur Belanda yaitu Thomas Karsten ini bahkan memiliki keunikan arsitektur bangunan yang tidak ditemui di daerah lain. Pasar Johar memiliki sebuah atap Cendawan berbentuk jamur. Konstruksi cendawannya pasar ini merupakan bukti pengkajian yang cermat dengan menyesuaikan dengan iklim tropis di negara Indonesia. Dengan arsitektur dan manajemen yang bagus, bahkan

pada tahun 1955, Pasar Johar disebut sebagai pasar terbesar dan terbaik di Asia Tenggara.¹

Lokasi Pasar Johar ada disebalah barat Pasar Semarang yang disebut pula Pasar Pedamaran. Lokasi ini berdekatan pula dengan penjara, sehingga menjadi tempat penampung orang yang akan mengunjungi kenalan atau kerabat yang ada dipenjara. Pasar Johar menjadi semakin padat dan membutuhkan perluasan ruang. Kemudian pohon-pohon johar yang ada disekitar pasar ditebang dan membangun bangunan baru. Pada tahun 1931 gedung penjara tua yang terletak di dekat Pasar Johar dibongkar sehubungan dengan rencana pemerintah kotapraja mendirikan Central modern. Pasar kemudian didirikan dengan tujuan untuk mempersatukan lima pasar yang telah ada, yaitu Pasar Johar, Pasar Pedamaran, Pasar Beteng, Pasar Jurnatan dan Pasar Pekojan.² Komunitas Pegiat Sejarah Semarang, Jawa Tengah mengusulkan agar renovasi Pasar Induk Johar Semarang paska kebakaran, Sabtu, 9 Mei 2015 tetap mempertahankan bangunan asli. Sebab pasar yang pernah berjaya dan menjadi pasar terindah di Asia Tenggara ini masuk dalam cagar budaya langka di Kota Semarang.

¹ Emiliana Sadilah dkk, Eksistensi Pasar Tradisional, Yogyakarta, Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2011, hal 25-27.

² <http://nasional.news.viva.co.id> diakses pada tanggal 14 september 2015.

B. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di 2 toko, yaitu di toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah, ke dua toko ini berlokasi yang tidak terlalu jauh jarak tempuhnya yaitu sama-sama berada di jalan Kauman Bangunharjo Semarang atau di sebelah masjid Kauman yang terletak di sekitar Pasar Johar Semarang. sehingga mempermudah untuk bertemu dan bertanya langsung kepada konsumen yang akan membeli kitab kuning. Berikut adalah sejarah singkat toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah.

1. Sejarah Dan Gambaran Umum Toko Toha Putra Semarang

P.T Karya Toha Putra Semarang adalah perusahaan percetakan kitab Al-Qur'an terbesar di Indonesia. Toha Putra didirikan pada tahun 1956 oleh bapak H. Toha yang diberi nama Al-Munir. Pada awalnya AL-Munir hanya memiliki satu mesin cetak manual untuk mencetak buku-buku kecil. Pada saat itu terjadi krisis kertas, kemudian Al-Munir berganti nama menjadi C.V Toha Putra. Kemudian IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) mendukung Al-munir, semakin banyaknya kertas yang diberi dari IKAPI maka C.V Toha Putra Semarang memperbanyak cetakannya dengan mencetak bukunya di beberapa percetakan yang ada di Semarang seperti percetakan milik Suara Merdeka, Vandorp De Brand. Kondisi ini dilakukan bertahun-tahun hingga pada akhirnya C.V. Toha Putra membeli 4 mesin cetak bekas. Pada tanggal 27 Februari 1966 C.V Toha Putra yang berbentuk CV berubah menjadi PT. Karya Toha Putra Semarang.

Visi PT. Karya Toha Putra Semarang yaitu :

- a. Menyiarkan dan mendakwahkan ajaran Islam melalui percetakan Al-Qur'an dan penerbitan buku-buku agama Islam.
- b. Memperluas cakrawala pandangan hidup.

Misi PT. Karya Toha Putra Semarang

- a. Menunjang pemikiran akhlak masyarakat dan karyawan beserta keluarga.
- b. Meningkatkan minat baca masyarakat dan operasinya terhadap buku-buku agama.
- c. Menyediakan buku-buku agama Islam yang bermutu tinggi dengan harga bersaing dengan penerbit lain.
- d. Memberikan kontribusi secara aktif terhadap pembangunan ekonomi nasional, khususnya ekonomi perusahaan dan seluruh pihak terkait, yaitu pemilik, manajer, dan karyawan PT. Karya Toha Putra Semarang.

Tujuan pendirian PT. Karya Toha Putra Semarang yaitu :

- a. Tujuan umum
 - 1) Untuk memperoleh laba. Sebagaimana perusahaan swasta, keuntungan merupakan tujuan utama didirikannya suatu perusahaan. Modal yang ditanam

dalam perusahaan diharapkan akan menghasilkan keuntungan yang maksimal.

- 2) Menciptakan hasil produksi yang berkualitas, baik yang menyangkut fisik maupun isi dari buku itu sendiri agar tetap diminati oleh konsumen.

b. Tujuan khusus

- 1) Mencerdaskan kehidupan bangsa. Hal ini dibuktikan dengan hasil produksi perusahaan yang berupa buku-buku pelajaran, buku-buku agama maupun buku-buku ilmiah.
- 2) Menambah minat baca pelajar, mahasiswa, dan masyarakat melalui buku-buku yang diterbitkan.
- 3) Mencetak dan menerbitkan buku-buku keislaman dan disebarluaskan pada masyarakat.
- 4) Untuk pendidikan
- 5) Untuk berdakwah

Adapun produk yang di jual oleh PT. Karya Toha Putra Semarang adalah :

- a. Al-Qur'an dan Al-Qur'an terjemahan
- b. Kitab Kuning
- c. Buku Agama
 - 1) buku pedoman Haji
 - 2) buku kisah para Wali

- 3) buku tata cara sholat
- 4) buku pedoman zakat
- 5) terjemahan Jus Amma, dan lain-lain.

d. Buku pelajaran

- 1) Matematika
- 2) IPS
- 3) IPA
- 4) Bahasa Arab
- 5) Seputar soal-soal Ujian Nasional, dan lain-lain.

PT. Karya Toha Putra Semarang memiliki 3 toko yang jarak tokonya berdekatan yaitu toko Toha Putra no. 1 dan 3, toko Toha Putra no. 16 dan toko Toha Putra no. 02, semua toko ini berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang. Terdapat 40 karyawan yang bekerja di 3 toko PT. Karya Toha Putra Semarang. Toko ini buka dari hari senin sampai hari sabtu jam 08.00 sampai 16.30, hari minggu dan hari besar agam Islam toko ini tutup. Lokasi pabrik percetakan PT. Karya Toha Putra terletak di daerah Mangkang Semarang.³

2. Sejarah Dan Gambaran Umum Toko Sumber Barokah Semarang

Toko Sumber Barokah dahulunya bernama Toko AL Alawiyah yang bertempat di Jalan Kauman Semarang. Toko ini juga membuka cabang di Pasar Johar Utara nomor 9.10 akan tetapi semenjak terjadinya kebakaran di pasar johar maka Toko Sumber Barokah

³ Wawancara pada bapak Mohammad Roihan, Tgl. 24 Oktober 2015

sekarang hanya berada di Jalan Kauman Pasar Johar Semarang. Toko Sumber Barokah berdiri dari tahun 1981 yang didirikan oleh bapak H. Ansori Alwi, kemudian diteruskan oleh anaknya yang bernama bapak K.H. Alwi Sofwan. Selain menjual kitab-kitab, toko ini juga menjual peralatan-peralatan sholat seperti mukena, tasbih, sarung, minyak wangi, peralatan haji. Akan tetapi toko Sumber Barokah sekarang lebih terfokus pada penjualan kitab-kitab dan minyak wangi. Kitab-kitab yang dijual di toko Sumber Barokah ini menjual kitab dari percetakan Pustaka Al-Alawiyah yang berlokasi di daerah Terboyo Semarang. Toko Sumber Barokah memiliki 6 karyawan yang bekerja setiap hari senin sampai hari sabtu, yang mulai buka dari jam 09.00 sampai jam 16.30, hari minggu dan hari besar agama Islam toko Sumber Barokah tutup.⁴ Semenjak terjadinya kebakaran di Pasar Johar sabtu, 9 mei 2015 menjadikan pedagang berpindah tempat untuk membuka toko mereka kembali, termasuk juga pedagang kitab-kitab.

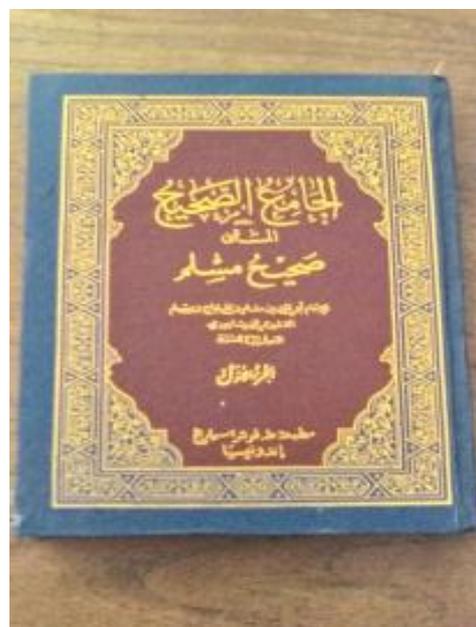
Ketika kita mendengar kitab kuning maka kita akan teringat dengan pesantren serta santri dan kyai. Wajar, sebab ketiga komponen inilah yang sejak awal telah menggunakan kitab kuning sebagai media belajar yang utama disamping Al-Qur'an dan Al-Hadist. Sebab umumnya kitab kuning memuat ajaran-ajaran serta penjelasan-penjelasan dari kedua sumber utama umat Islam tersebut (Al-Qur'an dan Al-Hadist). Yaitu

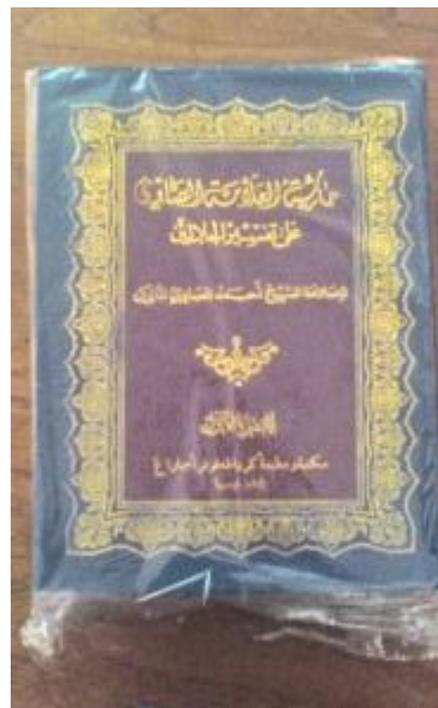
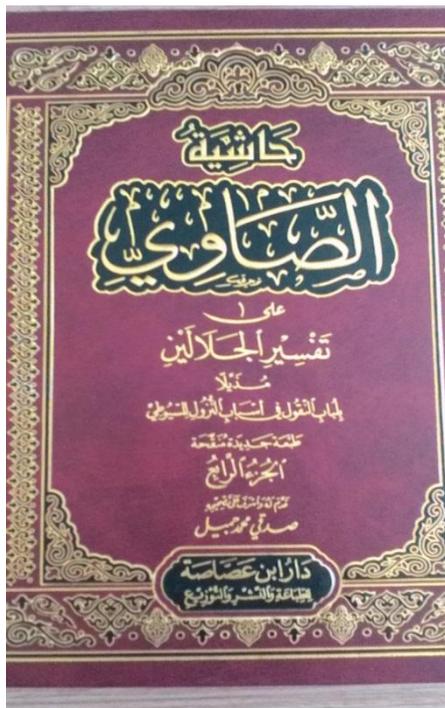
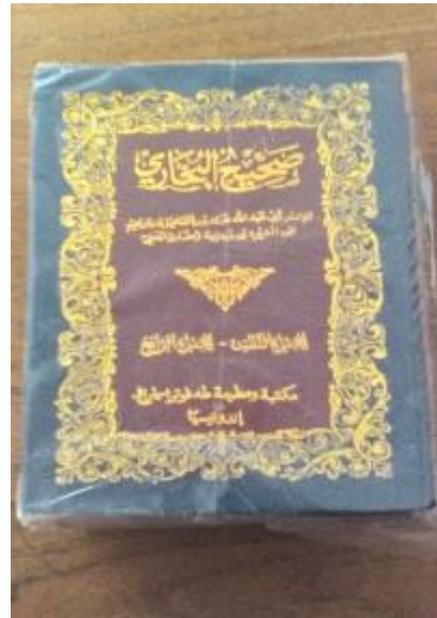
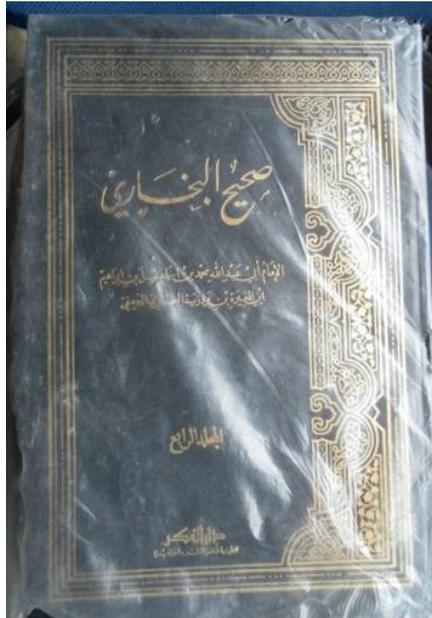
⁴ Wawancara pada bapak Syaifudin, Tanggal 24 Oktober 2015.

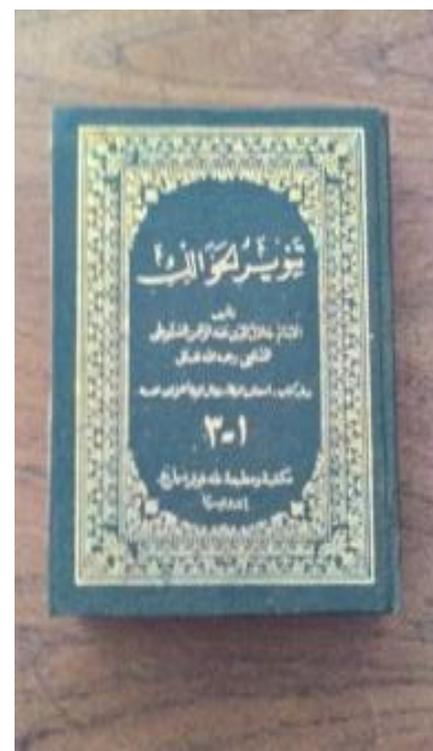
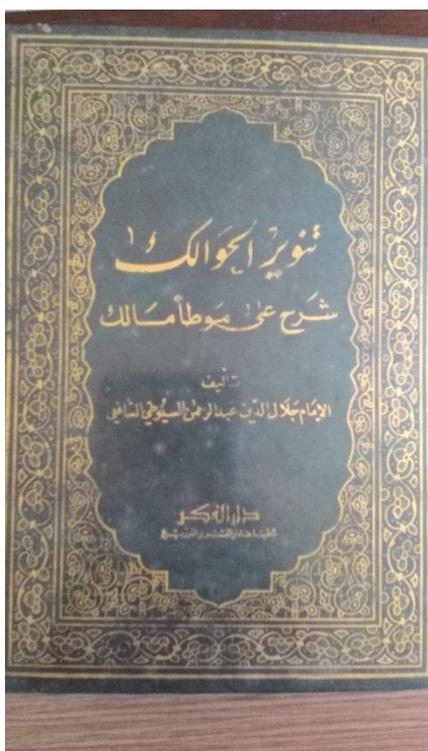
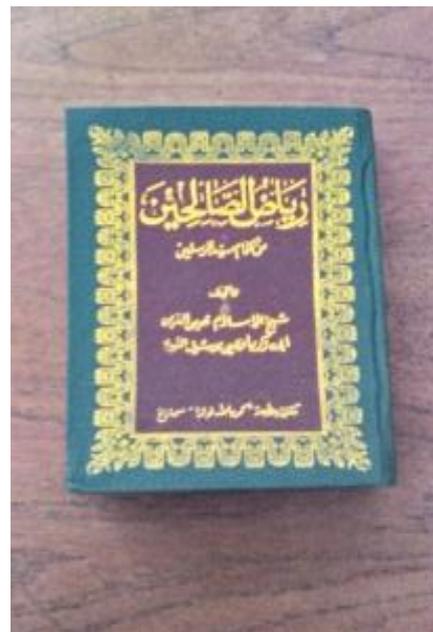
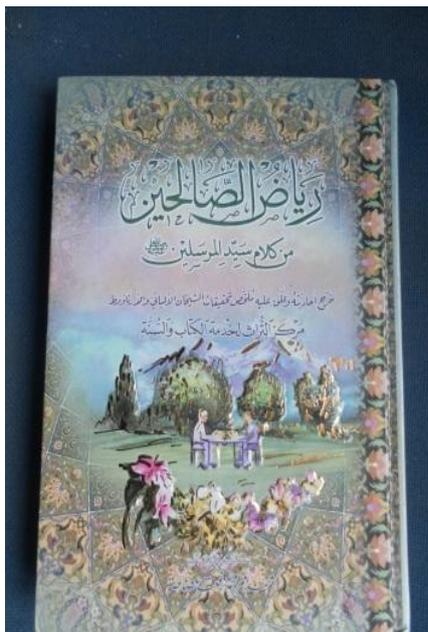
pengajarnya adalah Kyai yang diajar adalah santri sementara tempat belajarnya adalah pesantren atau pondok pesantren.

Pesantren adalah sebuah tempat pendidikan agama Islam, dan merupakan tempat dimana berkumpulnya para ulama dan para calon ulama (santri) sebagai penerus para Nabi yang mengajarkan ajaran samawi. Mereka sering sekali dijadikan rujukan masyarakat dalam mengatasi permasalahan hidup agar mereka bisa mendapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pada umumnya para ulama dan santri menjawab berbagai permasalahan hidup dengan merujuk kepada kitab kuning.

Berikut ini ada beberapa macam sampel kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri dari toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang :







Gambar kitab kuning diatas adalah contoh kitab kuning, kitab kuning yang disebelah kiri merupakan kitab kuning cetakan luar negeri dan yang disebelah kanan merupakan kitab kuning cetakan dalam negeri. Isi dari kedua kitab kuning diatas adalah sama hanya saja kualitas cetakannya yang berbeda. Produk mana yang akan di beli konsumen semuanya kembali lagi pada pihan konsumen.

C. Preferensi Konsumen Terhadap Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri dan Cetakan Dalam Negeri

Preferensi konsumen adalah pilihan suka atau tidak suka terhadap produk (barang atau jasa) yang di konsumsi⁵. Dalam penelitian ini ditemukan 30 konsumen kitab kuning yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang. Kitab kuning yang menjadi preferensi konsumen yaitu :

1. Konsumen yang menyukai kitab kuning cetakan luar negeri berjumlah 20 konsumen.
2. Konsumen yang menyukai kitab kuning cetakan dalam negeri berjumlah 7 konsumen.
3. Konsumen yang menyukai kedua-dua cetakan kitab kuning 3

⁵ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004, hal.19

Alasan yang paling di pertimbangkan konsumen saat membeli kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang yaitu mereka melihat dari :

1. Harga kitab kuning
2. Banyaknya ketersediaan kitab kuning
3. Kualitas kitab kuning

Kualitas kitab kuning yang dilihat oleh konsumen yaitu dari segi :

- a. Kerapian dan kejelasan tulisan dalam pencetakan kitab
- b. Cover kitab
- c. Penjilidtan kitab

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Preferensi Konsumen Terhadap Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri dan kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri

Preferensi konsumen menjadi langkah awal pada saat konsumen akan membeli kitab kuning. Preferensi dapat terbentuk ketika konsumen merasakan kepuasan atau ketidakpuasan dalam membeli kitab kuning yang dibelinya, jika konsumen merasa puas terhadap kitab kuning yang dibelinya maka konsumen akan terus-menerus menggunakan kitab kuning tersebut. Akan tetapi jika konsumen tidak merasa puas pada kitab kuning yang sudah dibelinya maka konsumen akan melakukan hal yang sebaliknya, bahkan dapat menceritakan ketidakpuasannya kepada orang lain disekitarnya, sehingga dapat mempengaruhi konsumen lain tidak ingin membeli kitab kuning tersebut. Berikut ini merupakan beberapa konsumen yang dapat diwawancarai yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

Konsumen yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra :

1. Konsumen yang membeli kitab kuning cetakan luar negeri berjumlah 5 konsumen.

2. Konsumen yang membeli kitab kuning cetakan dalam negeri berjumlah 4 konsumen.
3. Konsumen yang membeli kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri berjumlah 5 konsumen.

Terdapat 14 konsumen yang membeli kitab kuning pada toko Toha putra, dari 14 konsumen ini memiliki preferensi yang berbeda terhadap kitab kuning, yaitu :

1. Konsumen yang mengatakan bahwa kitab kuning cetakan luar negeri sebagai preferensi kesukaan mereka yaitu terdapat 11 konsumen.
2. Konsumen yang mengatakan bahwa kitab kuning cetakan dalam negeri sebagai preferensi kesukaan mereka yaitu terdapat 2 konsumen.
3. Konsumen yang mengatakan kedua-dua cetakan kitab kuning menjadi preferensi kesukaan mereka terdapat 1 konsumen.

Dari 11 konsumen yang mengatakan bahwa kitab kuning cetakan luar negerilah yang menjadi preferensi kesukaan mereka karena kitab kuning cetakan luar negeri memiliki kualitas yang lebih bagus dari pada kitab kuning cetakan dalam negeri. Sedangkan 2 konsumen yang mengatakan kitab kuning cetakan dalam negerilah yang menjadi preferensi kesukaan mereka dikarenakan mereka sudah merasa puas ketika menggunakan kitab kuning cetakan dalam negeri selain itu konsumen ini mengatakan menyukai produk kitab kuning cetakan dari negeri sendiri. Dan 1 konsumen yang mengatakan bahwa ke dua-dua cetakan

kitab kuning menjadi preferensi kesukaan karena disetiap ingin membeli kitab kuning maka dirinya akan membeli kitab kuning yang sesuai dengan preferensi kesukaannya.

Pada toko Sumber Barokah terdapat 16 konsumen yang dapat diwawancarai, semua konsumen ini membeli kitab kuning cetakan dalam negeri. Akan tetapi dari 16 konsumen ini juga memiliki preferensi yang berbeda-beda terhadap cetakan kitab kuning, diantaranya yaitu :

1. Konsumen yang mengatakan bahwa kitab kuning cetakan luar negeri sebagai preferensi kesukaan mereka yaitu terdapat 9 konsumen.
2. Konsumen yang mengatakan bahwa kitab kuning cetakan dalam negeri sebagai preferensi kesukaan mereka yaitu terdapat 5 konsumen.
3. Konsumen yang mengatakan kedua-dua cetakan kitab kuning menjadi preferensi kesukaan mereka terdapat 2 konsumen.

Dari 16 konsumen kitab kuning cetakan dalam negeri yang membeli pada toko Sumber Barokah terdapat 9 konsumen mengatakan kitab yang menjadi preferensi kesukaan mereka yaitu kitab kuning cetakan dari luar negeri, hal ini juga sama seperti konsumen yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra yaitu dikarenakan kitab kuning cetakan luar negeri lebih tinggi tingkat kualitasnya dari pada kitab kuning cetakan dalam negeri. 5 konsumen mengatakan kitab kuning cetakan dalam negeri yang menjadi preferensi kesukaan mereka karena sudah merasa puas ketika menggunakan kitab kuning

cetakan dalam negeri, hal terpenting bagi mereka yaitu mengerti isi dari kitab kuning.

Selain itu terdapat konsumen juga yang mengatakan membeli kitab kuning dikarenakan hanya mengikuti prosedur pondok pesantren, Kyai dan teman-temannya juga memakai kitab kuning cetakan dalam negeri. Manusia adalah bagian dari masyarakat. Seorang muslim harus menyadari bahwa dirinya adalah salah satu bagian yang membentuk masyarakat. Maka dalam konsumsi kita dituntut untuk menghormati keberadaan sesama. Hal ini akan menghindarkan dari kesenjangan sosial. Kemudian 2 konsumen lagi menyukai kitab kuning cetakan luar negeri dan kitab kuning cetakan dalam negeri, ke 2 konsumen ini membeli kitab karena menyesuaikan dengan kesukaan mereka.

Dari 30 konsumen yang dapat diwawancarai membeli kitab kuning pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang bertempat di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang terdapat 20 konsumen mengatakan bahwa preferensi kesukaan mereka adalah kitab kuning cetakan luar negeri. 7 konsumen mengatakan merasa suka terhadap cetakan kitab dari negeri sendiri, dan 3 konsumen lagi menyukai kedua-dua cetakan kitab, bahkan dari 3 konsumen ini terdapat 1 konsumen yang ingin mempunyai kedua-dua cetakan kitab baik itu cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri.

B. Pilihan Konsumen Dalam Membeli Kitab Kuning

Kitab kuning cetakan luar negeri dan kitab kuning cetakan dalam negeri memiliki banyak perbedaan, baik itu dari segi kerapian tulisan, kerapian saat menjilid kitab, ketebalan kertas, bahkan dalam bentuk harga juga berbeda. Yang menjadikan pertimbangan awal konsumen mengapa konsumen membeli kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang yaitu melihat dari ketersediaan kitab kuning, harga kitab kuning dan kualitas kitab kuning.

1. Harga kitab kuning

Harga merupakan salah satu alasan yang menjadi penentu mengapa konsumen memilih membeli kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri. Preferensi konsumen yang berbeda-beda akan menentukan apakah konsumen akan membeli produk atau tidak. Harga kitab kuning cetakan luar negeri yang lebih mahal dari pada harga kitab kuning cetakan dari dalam negeri juga mempengaruhi konsumen ketika membeli kitab. Pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah Konsumen yang membeli kitab kuning cetakan dalam negeri lebih banyak daripada pembeli kitab kuning cetakan luar negeri karena harga kitab kuning dari dalam negeri lebih murah. Beberapa harga kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri.

- a. Fatchul Wahab cetakan luar negeri berharga Rp. 83.500, sedangkan cetakan dalam negerinya berharga Rp. 54.000.
- b. Kifayatul Akhyar cetakan luar negeri berharga Rp. 67.000, sedangkan cetakan dalam negerinya berharga Rp. 42.000.
- c. Nihayatu Zein cetakan luar negerinya berharga Rp. 64.000, sedangkan cetakan dalam negerinya berharga Rp. 37.000.
- d. Riyadussholihin cetakan luar negeri berharga Rp. 79.000, sedangkan cetakan dalam negerinya berharga Rp. 45.000.

Harga-harga kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri memiliki perbedaan harga yang cukup jauh berbeda sehingga menjadikan konsumen yang berpenghasilan terbatas lebih memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri, meskipun terdapat beberapa konsumen mengatakan yang menjadi preferensi kesukaan mereka adalah kitab kuning cetakan luar negeri.

2. Ketersediaan produk kitab kuning.

Ketersediaan produk juga akan menjadi preferensi responden konsumen. Jika barang yang diinginkan konsumen susah ditemukan karena jika ketersediaan produk sedikit maka konsumen akan memilih produk kitab kuning yang barangnya mudah didapatkan karena ketersediaan produk lebih banyak. Dari 30 responden, konsumen yang membeli kitab kuning di toko kitab Toha Putra dan

Toko kitab Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang lebih banyak memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena persediaan kitab lebih banyak terjual di toko-toko kitab. Mudahnya di temukan kitab kuning cetakan dalam negeri telah menjadi pertimbangan awal konsumen ketika membeli kitab.

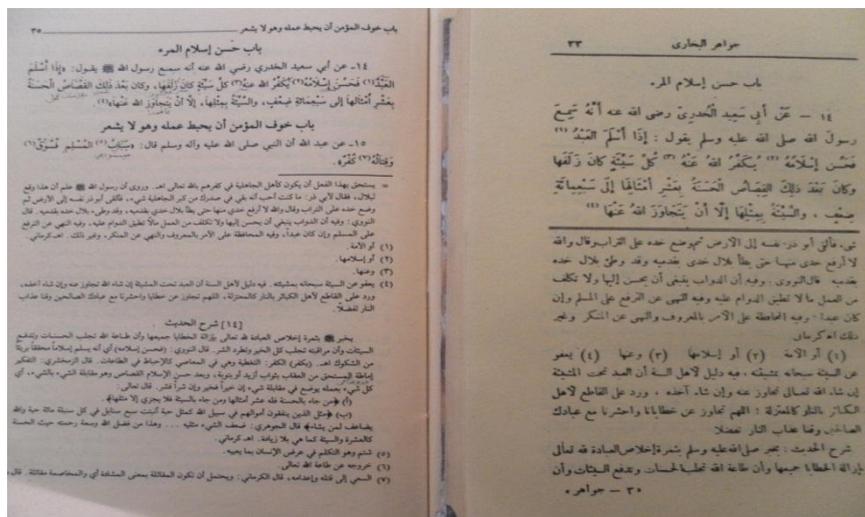
3. Kualitas (Mutu) Produk kitab kuning

Kualitas produk merupakan hal yang mendapat perhatian bagi konsumen, kualitas suatu produk juga berkaitan erat dengan masalah keputusan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Semakin bagus kualitas kitab kuning maka akan menjadi semakin tertarik pula konsumen untuk memilikinya akan tetapi semakin besar juga harga yang harus dikeluarkan konsumen. Dalam penelitian ini ditemukan konsumen yang beralasan mengapa dirinya membeli kitab kuning cetakan dalam negeri, yaitu karena ingin menghargai produk kitab kuning cetakan negeri sendiri meski dirinya tahu bahwa kualitas dari kitab kuning cetakan dalam negeri tidak sebagus kitab kuning cetakan luar negeri. Kemudian ditemukan juga konsumen yang mengatakan mengapa dia membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena hanya ingin mengikuti prosedur pondoknya yang guru mengajar dan teman-temannya menggunakan kitab kuning cetakan dalam negeri, konsumen ini tidak mempermasalahkan kualitas kitab kuning. Pemikiran ke dua

konsumen ini tidak memperhatikan kualitas kitab, yang terpenting bagi mereka adalah mereka bisa mempelajari kitab kuning. akan tetapi bagi konsumen yang menyukai kitab kuning cetakan luar negeri mengatakan bahwa mereka sangat menyukai kualitas kitab kuning cetakan luar negeri, hanya saja sebagian dari mereka tidak dapat membeli karena harganya mahal.

Dari 30 konsumen yang dapat diwawancarai membeli kitab kuning pada toko kitab Toha Putra dan toko kitab Sumber Barokah di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang 20 konsumen mengatakan lebih menyukai kualitas kitab kuning cetakan luar negeri, dengan menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri konsumen merasa puas ketika sedang menggunakan kitab karena :

1. Tulisannya yang rapi dan cetakan tulisannya juga jelas tintanya tidak buram.



Yang disebelah kiri merupakan salah satu contoh kitab kuning cetakan luar negeri dan yang di sebelah kanan merupakan salah satu contoh kitab kuning kitab kuning cetakan dari dalam negeri. kitab kuning cetakan dari luar negeri terlihat lebih rapi dari pada kitab kuning cetakan dari dalam negeri. tulisannya kitab kuning cetakan dalam negeri juga terlihat lebih buram.

2. Cover kitab dari luar negeri lebih menarik perhatian konsumen.



Kitab kuning yang disebelah kiri merupakan kitab kuning cetakan luar negeri sedangkan kitab kuning yang di sebelah kanan merupakan kitab kuning cetakan dari dalam negeri. Dari segi cover kitab kuning cetakan luar

negeri terlihat lebih berkelas dari cover kitab kuning cetakan dalam negeri. Sampul yang digunakan pada kitab kuning cetakan luar negeri juga lebih tebal dan kuat. Banyak konsumen yang mengatakan bahwa dengan melihat cover yang desainnya bagus serta kuat menjadikan mereka tertarik untuk melihat kitab tersebut.

3. Kertas kitab juga lebih halus.
4. Penjilidtan kitab lebih rapi sehingga kitab kuning cetakan luar negeri lebih awet.
5. Dan juga ketika menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri, konsumen merasa ada kebanggaan tersendiri jika memiliki kitab kuning cetakan luar negeri.

Yang menjadikan mengapa lebih banyak ditemukan konsumen membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yaitu :

1. Karena harga kitab kuning cetakan dalam negeri lebih murah.
2. karena ketersediaan produk kitab kuning cetakan dalam negeri banyak tersedia di toko-toko kitab, sehingga konsumen merasa tidak kesulitan mencari kitab.
3. Terdapat juga konsumen yang mengatakan bahwa mereka lebih menyukai dan menghargai produk dalam negeri.

Hasil penelitian pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang preferensi konsumen terhadap kitab kuning cetakan luar negerilah yang paling banyak disukai konsumen, akan tetapi

kitab yang paling banyak dibeli adalah kitab kuning cetakan dalam negeri hal ini dikarenakan harga kitab kuning cetakan dalam negeri lebih murah dari kitab kuning cetakan luar negeri, ketersediaan kitab kuning cetakan dalam negeri juga lebih banyak sehingga konsumen mudah menemukan kitab.

C. Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Kitab Kuning Cetakan Luar Negeri Atau Kitab Kuning Cetakan Dalam Negeri

Perilaku konsumen muncul karena adanya preferensi dari konsumen. Perilaku yang dilakukan oleh seorang konsumen Muslim dimana dalam membelanjakan penghasilannya tidak sekedar untuk memenuhi kebutuhannya saja tetapi juga membelanjakan sebagian pendapatannya di belikan di jalan Allah SWT. karena seorang konsumen Muslim memiliki kesadaran bahwa dirinya hidup untuk mencari ridha Allah SWT. konsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan perolehan kenikmatan tidak dilarang dalam Islam selama tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau justru dapat menimbulkan kemudharatan. Seorang konsumen Muslim harus pintar memperhatikan apa saja yang ingin dikonsumsi, apakah yang akan dikonsumsi akan menimbulkan manfaat yang baik atau malah menimbulkan kerugian bagi dirinya maupun orang lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan peneliti dengan menggunakan wawancara kepada konsumen yang membeli kitab kuning pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang

lebih banyak yang mengatakan bahwa mereka lebih menyukai kitab kuning cetakan luar negeri akan tetapi tidak semuanya membeli kitab kuning cetakan luar negeri, hal ini dikarenakan terbatasnya hasil pemasukan mereka sehingga mereka lebih memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yang sesuai dengan jumlah penghasilan mereka. Karena tidak semua penghasilan digunakan untuk membeli kitab saja akan tetapi masi banyak kebutuhan lain yang juga harus dibelinya. Jika ingin membeli kitab yang tidak sesuai dengan penghasilannya maka sebaiknya konsumen untuk bekerja lebih keras lagi untuk menambah penghasilannya sehingga kekurangan ini menjadikannya motivasi diri untuk menuju yang lebih baik dan juga lebih mendekatkan diri kepada Allah SWT. memohon dipermudahkannya rizkinya dan memiliki kesabaran dalam memperoleh apa yang diinginkan.

Dalam Islam juga mengajarkan untuk menyesuaikan antara pemasukan dengan konsumsi agar manusia hidup dalam kecukupan, baik untuk diri sendiri maupun untuk keluarganya. Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melemkaui batas. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan dan juga tidak menekan pengeluaran terlalu rendah sehingga mengarah pada kebakhilan.

Kitab kuning cetakan luar negeri harganya lebih mahal dari kitab kuning cetakan dalam negeri, kualitas kedua cetakan kitab ini juga berbeda. Karena

kualitas kitab kuning cetakan luar negeri lebih bagus menjadikan banyak konsumen yang diwawancarai pada toko Toha Putra dan Toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang mengatakan menyukai kitab kuning cetakan luar negeri. Selain dari keterbatasan penghasilan terdapat pula konsumen yang mengatakan bahwa mereka membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena tidak banyak toko kitab yang menyediakan menjual kitab kuning cetakan luar negeri sehingga mereka lebih memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri saja yang banyak terjual ditoko-toko kitab.

Ketersediaan kitab kuning cetakan luar negeri tidak banyak di jual di toko kitab menjadikan beberapa konsumen memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yang banyak tersedia di toko kitab. Selain menghemat waktu, hal ini juga dapat menjadikan konsumen untuk berhemat, menabung atau menggunakan sebagian penghasilannya untuk kepentingan yang lain dan juga lebih bermanfaat lagi bagi kehidupannya. Belajar dalam kesabaran juga didapatkan oleh konsumen karena mereka tidak dapat menggunakan kitab kuning seperti yang mereka sukai. Rasa keikhlasan dan bersyukur kepada Allah SWT. karena masih dapat membeli dan menggunakan kitab kuning cetakan dalam negeri. Kepuasan seorang muslim tidak didasarkan pada banyak sedikitnya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa nilai ibadah yang didapatkan dari apa yang dilakukannya, hal ini sesuai bagi pemikiran beberapa konsumen yang telah diwawancarai bahwa mereka tidak

memandang kualitas kitab tersebut yang terpenting bagi mereka adalah bahwa mereka bisa mempelajari isi dari kitab tersebut.

Islam memiliki konsep etika dalam kegiatan berkonsumsi yaitu Tauhid, sumber utama etika Islam adalah kepercayaan penuh terhadap kesatuan Tuhan.¹ Prinsip ini adalah prinsip yang meyakini bahwa segala apapun yang dikerjakan oleh manusia tidak akan terlepas dari hubungan manusia itu dengan Allah. Bagaimana seorang muslim dalam setiap tingkah lakunya hanya ditujukan untuk mendapatkan ridho Allah semata, sehingga apa yang dilakukan harus sesuai dengan yang telah dituntun dalam penjelasan al-qur'an.

Konsumen yang mengatakan bahwa mereka lebih menyukai kitab kuning cetakan dalam negeri beralasan karena harganya murah serta menyukai produk dari negeri sendiri walaupun kitab kuning cetakan dalam negeri lebih rendah kualitasnya dari kualitas kitab kuning cetakan luar negeri akan tetapi mereka sudah merasa puas dalam menggunakan kitab kuning cetakan dalam negeri. Konsumen ini telah menjadikan dirinya memiliki sikap yang sederhana. Sikap sederhana juga termasuk dalam etika konsumen Muslim. Prinsip kesederhanaan adalah adil yaitu di antara boros dan kikir, jadi dalam keadaan kecukupan. Konsep sederhana dapat mengendalikan hawa nafsu, dermawan, puas, serta berperilaku mulia.

¹ Syed Nabawi Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2003, hal 37

Konsep hidup sederhana yang bercermin pada cara hidup Rasulullah yang jauh sebelumnya telah menerapkan konsep ini, serta adanya konsep masalah yaitu konsep yang dalam perlakuannya juga memikirkan kepentingan orang banyak. Yang terpenting adalah adanya konsep senantiasa bersyukur atas apa yang dimiliki sehingga akan menambah rasa cinta kepada Allah dan hidup akan lebih terjaga, tercapainya tujuan hidup keseimbangan dunia dan akhirat. Menurut Islam, tujuan konsumsi adalah untuk masalah terbesar, sehingga ia dapat mencapai kemenangan di dunia dan akhirat.

Bagi konsumen yang membeli kitab kuning cetakan luar negeri juga hanya menginginkan membeli kitab sesuai dengan kebutuhan mereka, karena dengan menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri mereka merasa puas dan tidak kecewa ketika menggunakannya, sehingga mereka semangat untuk mengetahui dan mempelajari isi dari kitab kuning. Hal ini bukan untuk menghambur-hamburkan uang mereka karena konsumen ini tidak menyia-nyaiakan kitab yang telah mereka beli dari toko kitab Toha Putra yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

Konsep masalah konsumen Muslim kebutuhan merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan. Keinginan ditetapkan berdasarkan konsep utility, tetapi kebutuhan didasarkan atas konsep masalah. Pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah dari 30 konsumen yang diwawancarai ditemukan lebih banyak konsumen yang membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yaitu berjumlah 20 konsumen beberapa diantaranya mengatakan mengapa mereka

membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yaitu karena keterbatasan dengan pemasukkan mereka. Karena ingin belajar tentang isi dari kitab kuning konsumen ini tidak lagi mementingkan preferensi kesukaan mereka akan tetapi mereka lebih memikirkan kemanfaatan dari kitab kuning tersebut. Dari pada tidak bisa belajar lebih baik konsumen ini membeli kitab yang sebenarnya yang tidak sesuai dengan preferensi kesukaan mereka.

Dalam analisis penelitian ini preferensi konsumen yaitu lebih banyak yang menyukai kitab kuning cetakan luar negeri akan tetapi kitab yang mereka beli berlawanan dengan preferensi kesukaan mereka. mereka lebih memilih membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena harga kitab kuning cetakan dalam negeri lebih murah dari kitab kuning cetakan luar negeri, harga merupakan salah satu faktor utama bagi mereka yang memiliki penghasilan tidak terlalu besar. Sehingga konsumen lebih memikirkan kebutuhan lain yang paling dibutuhkannya. Apa saja yang menjadi preferensi konsumen terhadap kitab kuning baik itu cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri yang terpenting adalah kitab kuning tersebut dapat bermanfaat bagi mereka.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Konsumen yang menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri mengatakan bahwa preferensi mereka terhadap kitab kuning cetakan luar negerilah yang menjadi kesukaan mereka, konsumen merasa puas ketika menggunakan kitab kuning cetakan dari luar negeri. Sedangkan konsumen yang membeli kitab kuning cetakan dalam negeri memiliki preferensi yang berbeda-beda, terdapat konsumen yang mengatakan bahwa mereka lebih menyukai ketika membaca kitab kuning cetakan luar negeri dan ada juga yang mengatakan bahwa mereka sudah merasa puas serta menyukai kitab kuning cetakan dari negeri sendiri, yang terpenting mereka dapat membaca dan mempelajari dari isi kitab.
2. Alasan mengapa konsumen membeli dan menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri karena tulisan dalam pencetakan kitab terlihat lebih jelas dan rapi, cover kitab dari luar negeri lebih menarik karena desainnya terlihat bagus dan tahan lama, kertas kitab kuning cetakan luar negeri juga terasa lebih halus, penjilidtan

kitab juga lebih kuat dan rapi, ketika menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri konsumen juga merasakan kepuasan tersendiri sehingga merasa senang ketika menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri. karena kualitas kitab yang bagus menjadikan lebih banyak terdapat konsumen yang menyukai kitab kuning cetakan luar negeri.

Yang menjadikan mengapa konsumen memilih kitab kuning cetakan dalam negeri karena harga kitab kuning cetakan dalam negeri lebih murah, ketersediaan kitab kuning cetakan dalam negeri banyak di toko-toko kitab, beberapa konsumen juga lebih menyukai dan menghargai produk dari negeri sendiri.

B. Saran

1. Diharapkan percetakan kitab kuning dalam negeri meningkatkan cetakan kualitas kitab kuning, baik dari segi kerapian tulisan, tinta tidak buram sehingga ketika membaca kitab konsumen melihat dengan jelas, cover kitab di desain lebih menarik lagi sehingga ketika melihat covernya saja, konsumen langsung merasa tertarik ingin membeli kitab tersebut, dan penjiilidtan kitab kuning juga harus awet serta rapi sehingga kitab kuning cetakan dalam negeri menjadi tahan lama jika di gunakan sesering mungkin. Selain kualitas percetakan kitab yang semakin ditingkatkan dan dengan menawarkan harga yang terjangkau oleh konsumen maka akan

menjadikan konsumen lebih menyukai dan merasa bangga ketika menggunakan kitab kuning cetakan dari negeri sendiri.

2. Bagi toko yang menjual kitab-kitab kuning sebaiknya lebih banyak lagi menyediakan kitab kuning cetakan luar negeri, sehingga bagi konsumen yang ingin membeli kitab kuning cetakan luar negeri akan lebih mudah menemukannya.

C. Penutup

Puji syukur Alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan kekuatan, hidayah dan taufik-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurah kepada Rasulullah Muhammad SAW yang kita harapkan syafa'atnya kelak di hari kiamat. Penulis menyadari meskipun dalam penulisan skripsi ini telah berusaha semaksimal mungkin, namun dalam penulisan ini tidak lepas dari kesalahan dan kekeliruan. Hal itu semata-mata merupakan keterbatasan ilmu dan kemampuan yang penulis miliki. Penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat menambah keilmuan bagi kita semua. Amin

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011.
- Al-Arif, M. Nur Rianto, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2010.
- Aziz, Abdul, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Azwar, Syaifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Bilson Simamora, Bilson, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT.Gramedia Pusaka Utama, 2004.
- Departemen Agama RI, *AL-qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010.
- Fauzia Ika Yuania dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2014.
- Hakim, Lukman, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, Erlangga, 2012.
- <http://lppm.universitazazzahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/>, diakses 20 oktober 2015.
- <http://nasional.news.viva.co.id> diakses pada tanggal 14 september 2015.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Kitab_kuning. tanggal 17.02.2015 jam 21.03.
- Huda, Nurul. (2005). [http://:KuliahYarsi.ac.id.google](http://KuliahYarsi.ac.id.google). Masmiar Net. Tgl akses, 15 desember 2015 22:10.
- Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Ma'sum, Ali, *Jurnal Penelitian Kependidikan*, Lembaga Penelitian Universitas Negeri Malang, tahun 20 Nomor 20 ktober 2010.
- Mannan, M. Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Naqvi, Syed Nabawi Haider, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.

- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, *Metodologi penelitian*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Nasution, Mustofa Edwin, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006.
- Nazir, Moh “*Metode Penelitian*”, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1988.
- Purhantara, Wahyu, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Qardhawi, Yusuf, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani, 1997.
- Ramdhani, Muhammad Iqbal, *Analisis Perbedaan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk International Brand Spare Part dan Local Brand Spare Part di Toko Spare Part Nuhi Motor Kudu*, mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang, 2014.
- Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Sadilah Emiliana dkk, *Eksistensi Pasar Tradisional*, Yogyakarta: Balai Pelestarian Sejarah dan Nilai Tradisional, 2011.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta, cet ke-17, 2012.
- Sumar'in, *Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.
- Suwiknyo, Dwi, *Komplikasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.
- Usman Rianse dan Abdi, “*Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi Teori dan Aplikasi*”, Bandung: Alfabeta, 2012.
- Wijaya, Marissa Arum, *Analisis Preferensi Konsumen Dalam Membeli Daging Sapi di Pasar Tradisional Kabupaten Purworejo*, mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2008.

Pedoman Wawancara 24 Oktober 2015

Pada toko Toha Putra

1. Sejak kapan Toha Putra didirikan?

Jawab: Toha Putra didirikan pada tahun 1956.

2. Siapa pendiri toko Toha Putra?

Jawab: didirikan oleh Bapak H. Toha

3. Ada berapa jumlah toko Toha Putra Yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang ?

Jawab : berjumlah 3 toko

- a. No. 1 dan 3
- b. No. 16
- c. No. 02

Semua toko ini berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

4. Berapa jumlah karyawan di toko Toha Putra?

Jawab: jumlah karyawan pada semua toko Toha Putra berjumlah 40 karyawan.

5. Produk apa saja yang di jual di Toko Toha Putra?

Jawab: yang dijual yaitu

- a. . Al-Qur'an dan Al-Qur'an terjemahan
- b. Kitab Kuning
- c. Buku Agama
 - 1) buku pedoman Haji
 - 2) buku kisah para Wali
 - 3) buku tata cara sholat
 - 4) buku pedoman zakat
 - 5) terjemahan Jus Amma, dan lain-lain.
- d. Buku pelajaran
 - 1) Matematika

- 2) IPS
- 3) IPA
- 4) Bahasa Arab
- 5) Seputar soal-soal Ujian Nasional, dan lain-lain.

6. Jam kerja karyawan?

Jawab: hari senin sampai juma'at karyawan mulai kerja dari jam 08.00-16.30, hari minggu libur serta hari perayaan Islam.

Pada toko Sumber Barokah

1. Sejak kapan toko Sumber Barokah didirikan?

Jawab : didirikan sejak tahun 1981, dulu toko ini bernama Al-Alawiyah. Percetakan Al-Alawiyah berada di terboyo Semarang.

2. Siapa pendiri toko Sumber Barokah?

Jawab; didirikan oleh bapak K.H Alwi Sofwan kemudian setelah beliau meninggal maka diserahkan kepada anaknya bapak H. Ansori Alwi.

3. Produk apa saja yang di jual pada toko Sumber Barokah?

Jawab?

- a. Kitab-kitab kuning
- b. Al-Qur'an
- c. Peralatan sholat
 - 1) Mukena
 - 2) Sarung
 - 3) Tasbih
- d. Minyak Wangi
- e. Peralatan Haji

4. Jumlah karyawan pada toko Sumber Barokah?

Jawab :berjumlah 6 Karyawan, 3 karyawan terfokus di bagian kitab dan 3 karyawan lagi terfokus di bagian minyak serta produk lainnya.

5. Jam kerja karyawan?

Jawab ; hari senin-sabtu buka dari jam 09.00-16.30

Tanggal merah serta hari perayaan Islam diliburkan.

Pertanyaan Untuk Konsumen kitab kuning yang membeli pada toko Toha Putra dan toko Sumber Barokah yang berada di Jl. Kauman Pasar Johar Semarang.

1. Nama konsumen :
2. Kitab kuning cetakan mana yang anda beli (kitab kuning cetakan luar negeri atau kitab kuning cetakan dalam negeri)?
3. Mengapa anda memilih membeli kitab kuning cetakan luar negeri atau cetakan dalam negeri?
4. Kitab kuning cetakan mana yang menjadi preferensi kesukaan anda?

Hasil Wawancara Dari Konsumen Kitab Kuning

Pada toko Toha Putra

1. Abdullah Rikza (42th) :
 - a. membeli ke dua-dua cetakan kitab kuning
 - b. alasan membeli kitab kuning cetakan luar negeri karena kitabnya bagus (cover, tulisan, kertas lebih baik).

alasan membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena mudah di dapatkan di toko-toko kitab.
 - c. yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.
2. Agus Maghfur (32th) :
 - a. Membeli ke dua-dua cetakan kitab kuning
 - b. Alasan membeli kitab kuning cetakan luar negeri karena lebih jelas tulisannya, lebih modern, kertas lebih bagus, covernya lebih menarik.

Alasan membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena banyak tersedia mudah dicari.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.
3. M. Sholeh (42th) :
 - a. Menggunakan ke dua-dua cetakan kitab kuning
 - b. Alasan membeli disesuaikan dengan kebutuhan, dan juga bisa untuk membandingkan ke dua cetakan kitab, harga tidak menjadi masalah yang terpenting suka.
 - c. Preferensi kesukaannya disesuaikan dengan kitab kuning yang disukainya.
4. Abu Fahiq
 - a. Membeli ke dua-dua cetakan kitab kuning

- b. Alasan membeli kitab kuning cetakan luar negeri yaitu karna kualitasnya lebih baik dan jika mempunyai uang lebih.

Alasan membeli kitab kuning cetakan dalam negeri yaitu karena harganya murah, mudah dicari.

- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

5. M. Rofii (38th)

- a. Membeli kedua-dua cetakan kitab kuning

- b. Alasan membeli kitab kuning cetakan luar negeri karena kualitasnya lebih bagus (segi kertas, cetakan tulisannya)

Alasan membeli kitab kuning cetakan dalam negeri karena harganya murah, membelinya juga mudah ditemukan.

- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

6. Muhammad Azka (30t)

- a. Membeli kitab kuning cetakan luar negeri

- b. Alasan membeli karena kualitas kertas lebih bagus, saat menggunakan juga lebih merasa nyaman. Harga tidak menjadi masalah.

- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

7. Hayyinatul Muna (23th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan luar negeri

- b. Alasan membeli karena bahan kertasnya lebih halus, nyaman saat menggunakan.

- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

8. Abdul Munif

- a. Membeli kitab kuning cetakan luar negeri

- b. Alasan membeli karena kertas kitab luar negeri lebih bagus, merasa nyaman saat menggunakan, harga tidak menjadi masalah.

c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

9. M. Khoiri (35)

a. Membeli kitab kuning cetakan luar negeri

b. Alasan membeli karena kitabnya bagus, enak dipandang, lebih puas ketika digunakan. Tidak mempermasalahkan harga.

c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

10. Dzikron

a. Menggunakan kitab kuning cetakan luar negeri.

b. Alasan membeli karena kualitasnya lebih bagus dari kitab kuning cetakan dalam negeri dilihat dari segi (cover, hasil cetakan) dan jika dipandang atau dibaca adem dimata. Tidak mempermasalahkan harga.

c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

11. Fauzi (35th)

a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.

b. Alasan membeli karena mudah ditemukan, harganya murah.

c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri karena sudah merasa puas menggunakannya.

12. H. Muhson (40th)

a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.

b. Alasan membeli karena kitabnya mudah dicari/terjangkau tempatnya karena banyak yang menjual di toko-toko kitab, harganya murah, dan menghargai produk dalam negeri.

c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.

13. Atabik Amrullah (34th)

a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.

- b. Alasan membeli karena mudah didapatkannya kitab, harganya juga lebih murah.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri karena lebih bagus dan awet.

14. Muqorrobin (40th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena harganya lebih terjangkau dan mudah menemukan kitabnya.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri karena kitabnya lebih bagus.

Pada toko Sumber Barokah

1. Muhammad Munif

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena mudah didapatkan dan harganya lebih murah
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu menyukai kedua-dua cetakan kitab dan ingin membeli kitab kuning cetakan luar negeri dan cetakan dalam negeri.

2. Lutfil maki

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena harganya lebih terjangkau dan mudah ditemukan di toko-toko kitab.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kedua-dua cetakan kitab disukai.

3. M. Yusrul Falah (27th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena mudah dicari, lebih percaya pada kitab kuning cetakan dalam negeri.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.

4. Bambang (32th)
 - a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
 - b. Alasan membeli karena hanya mengikuti prosedur pondok, mengikuti apa yang dikatakan oleh Kyai.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.
5. Muh. Faizun
 - a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
 - b. Alasan membeli karena mudah didapatkan, harganya lebih murah, dan ada juga yang sudah menyediakan terjemahannya jadi lebih mudah dimengerti.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.
6. Hadi Santoso (40th)
 - a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
 - b. Alasan membeli karena mendapatkannya lebih mudah dan banyak tersedia, harganya juga murah, suka produk dalam negeri.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.
7. Aly Masyhar (45th)
 - a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
 - b. Alasan membeli karena harganya terjangkau dan juga untuk mempromosikan kitab produk negeri sendiri.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan dalam negeri.
8. Sohibatul ulya
 - a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
 - b. Alasan membeli karena kitab kuning cetakan dalam negeri mudah ditemukan dan supaya kitab kuning cetakan dalam negeri lebih laku.
 - c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

9. Syaikhina (59th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena harganya murah dan mudah di cari.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

10. Ngatno (43th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena harganya lebih murah.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

11. Munsorif (50th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena mencarinya gampang/mudah dan harganya murah
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri karena lebih bagus .

12. Sita Oktafia (22th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena harganya lebih murah dan mudah dijangkau/ditemukan kitab cetakan dalam negeri.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

13. Banati (30th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena mudah di dapat dan harganya terjangkau.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

14. Kholishotul Amalia

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.

- b. Alasan membeli karena harga lebih murah, dan mudah didapat karena persediaan banyak.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

15. Sri Wahyuni

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri.
- b. Alasan membeli karena mudah membelinya/terjangkau dan harganya lebih murah.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

16. Jumari (55th)

- a. Membeli kitab kuning cetakan dalam negeri
- b. Alasan membeli karena harganya terjangkau, banyak tersedia di toko-toko kitab.
- c. Yang menjadi preferensi kesukaan yaitu kitab kuning cetakan luar negeri.

Wawancara di toko Toha Putra Semarang dengan Bapak Mohammad Roihan pada tanggal 24 Oktober 2015.





Wawancara di toko Sumber Barokah kepada Bapak Syaifudin tanggal 24 Oktober 2015.







**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
WALISONGO**

Jl. Walisongo No. 3 - 5 Telp. (024) 7624334, 7604554 Fax. 7601293 Semarang 50185

SERTIFIKAT

Nomor : In.06.0/R.3/PP.03.1/3177A/2011

Diberikan kepada :

Nama :
NIM :
Fak./Jur./Prodi :

telah mengikuti Orientasi Pengenalan Akademik (OPAK) Tahun Akademik 2011/2012 dengan tema
" MENEGUHKAN KOMITMEN MAHASISWA DALAM MENGENBAN AMANAT RAKYAT "

yang diselenggarakan oleh

IAIN Walisongo Semarang pada tanggal 08 - 12 Agustus 2011 sebagai, "PESERTA" dan dinyatakan :

LULUS

Demikian sertifikat ini dibuat, untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 12 Agustus 2011

An. Rektor
Pembantu Rektor III


Prof. Dr. H. Moh. Erfan Soebahar, MA
NIP. 19560624 198703 1002

Ketua Panitia


H. Hasyim Muhammad, M.Ag
NIP. 19720315 199703 1002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN
KEPADA MASYARAKAT (LP2M)

Jl. Walisongo No. 3-5 Semarang 50185 telp/fax. (024) 7615923 email: lppm.walisongo@yahoo.com

PIAGAM

Nomor : In.06.0/L.1/PP.06/480/2015

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M) Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, menerangkan bahwa:

Nama : **PUTRI HANDRI ANA**

NIM : **112411134**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Telah melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Angkatan ke-64 tahun 2015 di Kabupaten Temanggung, dengan nilai :

.....**86**..... (.....**4,0** /A.....)

12 Juni 2015


Dr. H. Sholihan, M. Ag.
NIP. 19600604 199403 1 004

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Data Pribadi

Nama Lengkap : Putri Handri Ana
Tempat, Tanggal Lahir : Kutacane, 30 September 1991
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Status : Belum Kawin
Identitas : KTP Semarang
No. 3374107009910006
Alamat : Rowosari Krasak, Rt/Rw 002/003
Kec. Tembalang Semarang
Telepon/HP : 085725033387
Email : putrihandriana92@gmail.com

B. Pendidikan

1999-2005 : SD. Negeri 1 Babel, Aceh Tenggara
2005-2008 : SMP Negeri 2 Kutacane, Aceh Tenggara
2008-2011 : MA Husnul Khatimah Semarang (Jurusan IPS)
2011-2015 : S.1 Ekonomi Islam UIN Walisongo Semarang

C. Riwayat Pekerjaan

2014 : Magang di PT. Samudera Perdana Selaras

D. Pengalaman Organisasi

2011 : Anggota BKC (Bandung Karate Club) serta ikut menjadi Peserta Orsenik mendapatkan juara ke 3.

Demikian Riwayat Hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 30 November 2015

Putri Handri Ana
NIM: 112411134