

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Persoalan penting yang menjadi fokus perhatian ilmu ekonomi ialah kelangkaan sumber daya yang dapat dipergunakan oleh masyarakat. Pengalokasian sumber-sumber potensial yang dapat digunakan manusia ialah masalah utama ekonomi. Analisis perilaku manusia yang berkaitan dengan persoalan ini disebut teori ekonomi.¹

Salah satunya permasalahan itu adalah kebutuhan konsumsi barang dan jasa. Pemenuhan kebutuhan, setiap individu selalu dihadapkan pada berbagai pilihan (*prefensi*) yang ada di pasar. Membuat sejumlah keputusan bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan dan juga harus memilih penggunaan uang untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kebutuhan individu terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang harus atau wajib terpenuhi, artinya apabila kebutuhan tersebut tidak terpenuhi, maka manusia akan mengalami kesulitan dalam hidupnya². Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang sifatnya melengkapi kebutuhan primer dan kebutuhan itu baru terpenuhi setelah kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan tersier timbul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi. Pada umumnya, kebutuhan tersier ini disebut kebutuhan mewah, karena pemenuhan kebutuhannya tertuju pada barang-barang mewah yang hanya dilakukan oleh orang yang berpenghasilan tinggi.

Menentukan pilihan kebutuhan, harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferensi dan ketersediaan sumber daya. Keputusan seseorang untuk memilih alokasi sumber daya inilah yang melahirkan fungsi permintaan. Fungsi permintaan termasuk salah satu bagian dari kegiatan masyarakat untuk

¹ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta :Kencana Prenadamedia Grup, 2010, h.83

² M. Zamroni, *Buku Kantong Ekonomi SMA IPS*, h. 2

mengonsumsi suatu barang. Menurut ekonomi Konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya.³ Perilaku konsumsi merujuk pada kegiatan untuk memenuhi kebutuhannya sehingga mencapai kepuasan yang optimal. Pada dasarnya pandangan tersebut mempelajari tentang upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya tidak terbatas) akan barang dan jasa.

Teori ekonomi konvensional tidak membedakan antara kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*). Keduanya dianggap sama, yakni relatif tidak terbatas. Pandangan konvensional tersebut menunjukkan sifat materialistis. Konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan, dan lain-lain tanpa mempedulikan dimensi spiritual. Dimensi spiritual dianggap berada di luar otoritas wilayah ilmu ekonomi. Tidak ada yang dapat menghalangi perilaku *homo economicus* kecuali kemampuan dananya.

Konsumsi sekarang tidak memiliki sifat peduli terhadap masa depan diri sendiri di dunia, terlebih untuk masa depan kelak di akhirat. Mengonsumsi alkohol dan rokok, menguras minyak bumi, menebangi hutan, serta proses industri yang menimbulkan polusi dan air merupakan contoh nyata yang bersifat merusak. Bagi ekonomi konvensional yang terpenting ialah bagaimana cara memuaskan utilitas pribadi.⁴

Menurut ilmu ekonomi, konsumsi merupakan kegiatan menggunakan atau memakai barang dan jasa secara langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi berhubungan erat dengan tingkat pendapatan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia.⁵ Konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi

³ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, h.127

⁴ Mustafa Edwin Nasution, et al. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media, 2010, h .68- 69

⁵ Lilik Kasmari, *Ekonomi*, Klaten : Viva Pakarindo, h.41

lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu, dan sebagainya.

Definisi konsumsi menurut para peneliti ekonomi Islam tidak berbeda dengan definisi tersebut. Akan tetapi kesamaan definisi tidak berarti kesamaan dalam setiap yang meliputinya. Sebab, barang dan jasa yang dipergunakan dalam memenuhi kebutuhan seorang muslim dan keinginannya harus halal. Sebagaimana kebutuhan dan keinginan tersebut juga harus benar sesuai syariah.⁶ Selain itu ajaran yang penting dalam konsumsi, misalnya perlunya memperhatikan orang lain dan diharamkan juga seorang masyarakat ataupun keluarga hidup dalam serba berlebihan. Seorang muslim ataupun keluarga yang baik akan lebih mempertimbangkan *mashlahah* dari pada *utilitas*.⁷

Menurut ekonomi islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak dapat mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah *Ta'ala* dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada –Nya. Karena itu tidak aneh jika Islam mewajibkan manusia mengkonsumsi apa yang dapat menghindarkan dari kerusakan dirinya, dan mampu melaksanakan kewajiban-kewajiban yang di bebankan Allah *Ta'ala* kepadanya.⁸

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah – Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan (Allah) untuk umat manusia demi kemaslahatan umat. Perilaku konsumsi yang berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam islam dan disebut israf (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Pemborosan berarti menggunakan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum ataupun makanan yang berlebih, pakaian yang mewah,dan lain sebagainya. Ajaran islam mengajarkan perilaku

⁶ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al- Khathab*, Jakarta : Khalifa, 2006, h.135

⁷ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008, h.128

⁸ Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al- Khathab*, Jakarta : Khalifa, 2006, h.138

konsumsi masyarakat ataupun keluarga harus seimbang dan penggunaan harta secara wajar.⁹

Islam melarang untuk bersikap berlebihan dalam hal konsumsi seperti firman Allah berikut ini :

﴿ يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ

لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝۱۰

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Harta diberikan Allah SWT kepada manusia bukan untuk disimpan, ditimbun atau sekedar dihitung-hitung. Akan tetapi digunakan untuk kemaslahatan manusia sendiri serta sarana beribadah kepada Allah. Konsekuensinya penimbunan harta dilarang keras oleh Islam dan manfaatkannya adalah kewajiban.

Perilaku konsumsi Islam tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Perananan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif.¹¹ Perintah wajib membelanjakan uang juga tercantum setelah anjuran beriman kepada Allah dan Nabi-Nya. Ini merupakan pertanda jelasnya perintah membelanjakan uang, bukan sekedar anjuran yang boleh dikerjakan atau ditinggalkan. Kombinasi antara iman dan infak banyak terdapat di dalam al-

⁹ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup, 2010, h. 86-87

¹⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *AL-Qur'an dan Terjemahnya*, Semarang : PT Kumudasmoro Grafindo Semarang, 1994

¹¹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006, h.12

Qur'an. Misalnya “ mereka yang beriman kepada gaib, yang mendirikan shalat dan menafkahkan sebagaian rezeki yang kami anugerahkan kepada mereka.¹²

Perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat islam. Mengonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang dirasa sebagai berkah dari barang atau jasa yang dikonsumsi masyarakat atau keluarga.¹³

Perspektif ekonomi Islam juga menjelaskan masalah menabung untuk keperluan konsumsi di masa mendatang. Sesuai ajaran Nabi Muhammad Saw. Bahwa jika seseorang meninggal, adalah lebih baik meninggalkan keturunan yang berkecukupan dari pada yang miskin, supaya mereka tidak perlu menghutang.

Gaya hidup keluarga sangat mempengaruhi tingkat perilaku konsumsi. Jika gaya hidupnya boros, ia cenderung bersikap konsumtif yaitu membelanjakan semua uangnya untuk membeli barang yang tidak mengandung unsur manfaat. Islam menolak asumsi, bahwa semua keinginan itu sama pentingnya dan bahwa kesemuanya itu harus dipuaskan. Sebaliknya, islam memahami bahwa manusia memiliki kebutuhan tertentu, yang sebagian di antaranya lebih penting dari pada yang lain. Kebutuhan yang lebih penting harus terpenuhi terlebih dahulu, baru diikuti kebutuhan yang kurang penting.¹⁴

Kepuasan seorang muslim tidak dilihat dari banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas nilai ibadah yang didapat dari nilai konsumsinya. Mengurangi konsumsi suatu barang sebelum mencapai

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema insani, 1995, h.138

¹³ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008, h.129

¹⁴ M. Fahim Khan, *Esai-Esai Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, h.36

kepuasan maksimal adalah prinsip utama konsumsi yang diajarkan Rasulullah, seperti makan sebelum lapar dan berhenti sebelum kenyang.¹⁵

Keluargapun melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh keluarga ini dapat dipengaruhi oleh pendapatan, lingkungan masyarakat, serta kebutuhan. Perilaku konsumsi keluarga dapat dijadikan salah satu perbedaan antara keluarga yang sudah mapan atau yang masih belum mapan. Untuk itu perilaku konsumsi antara yang belum mapan tidak boleh mengikuti keluarga yang sudah dikatakan hampir kecukupan.

Pada observasi yang saya lakukan tentang perilaku konsumsi di Desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati, masyarakat yang pekerjaannya petani dan perantau (pendapatan yang tidak tetap) merekapun melakukan beraneka ragam perilaku konsumsi. Perilaku konsumsi keluarga berbeda-beda satu dengan yang lainnya. Bisa dikarenakan sebuah kebutuhan atau gaya hidup. Ada beberapa keluarga yang terlihat berlebih – lebih dalam perilaku konsumsinya. Padahal dalam Islam hal tersebut tidak dianjurkan. Pendapatan harus seimbang dengan pengeluaran (tidak boleh besar pasak dari pada tiang).

Untuk itu si penulis ingin mengetahui lebih lanjut mengenai perilaku konsumsi keluarga muslim di desa Padangan ini. Maka dari itu si penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana “ **ANALISIS PERILAKU KONSUMSI KELUARGA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI KASUS DI DESA PADANGAN KECAMATAN WINONG KABUPATEN PATI)** ”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah diatas, dapat diambil beberapa rumusan masalah diantaranya yaitu

1. Bagaimana perilaku konsumsi keluarga muslim Desa Padangan Kec. Winong kab. Pati dalam perspektif ekonomi islam?

¹⁵ Rozalinda, *Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, h.97-100

2. Apa yang mempengaruhi perilaku konsumsi keluarga muslim Desa Padangan Kec.Winong Kab. Pati ?

C. Tujuan dan Manfaat Hasil Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Mengetahui bagaimana perilaku konsumsi keluarga muslim desa Padangan dalam perspektif ekonomi islam.
- b. Mengetahui apa yang mempengaruhi perilaku konsumsi keluarga muslim Desa Padangan Kec.Winong Kab. Pati

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pengetahuan serta sumber bagi semua pihak yang ingin mengetahui dan mendalami ilmu perilaku konsumsi dalam perspektif ekonomi islam, khususnya bagi masyarakat tentang bagaimana perilaku konsumsi yang sesuai dalam Ekonomi Islam.

3. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Sebagai sarana untuk mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh dibangku perkuliahan, menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada dimasyarakat sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya, mendapatkan pengetahuan tentang konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam.

b. Bagi Universitas

Selanjutnya diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian. Dan sebagai kontribusi positif untuk pengembangan wawasan melakukan keilmuan dimasa akan datang.

c. Bagi tempat penelitian

- 1) Sebagai bahan informasi mengenai perilaku konsumsi keluarga muslim dalam ekonomi islam.

- 2) Sebagai bahan informasi bagi masyarakat ataupun keluarga untuk lebih berhati-hati dalam masalah mengonsumsi agar sesuai perspektif ekonomi Islam

D. Tinjauan Pustaka

Untuk menghindari dari kesamaan serta *plagiarism* dari penelitian terdahulu, maka penulis menentukan beberapa hasil penelitian sebelumnya yang terkait dengan rencana penelitian ini, ada beberapa penelitian terdahulu yang memiliki korelasi dengan penelitian ini. Diantaranya adalah :

Pertama, Penelitian oleh Zahidatul Amanah, yang berjudul “*Perilaku Konsumsi Islam Pemikiran Monzer Kahf (studi kasus di perumahan Taman Suka Asri Sidoarjo)*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumsi masyarakat Perumahan Taman Suko Asri Sidoarjo sebagian masih bersikap konsumtif yang terlalu mengikuti hawa nafsu dalam memenuhi keinginan. Kemudian sebagian lagi masih bersikap wajar dalam berkonsumsi. Wajar dalam hal ini berarti mereka tidak terlalu mengikuti keinginan hawa nafsu dalam membeli suatu barang. Perilaku konsumsi masyarakat Perumahan Taman Suko Asri Sidoarjo dalam perspektif teori konsumsi Islam Monzer masih bersikap israf (berlebih-lebihan) atau tabz}ir (menghambur-hamburkan uang tanpa guna). Karena masyarakat Perumahan Taman Suko Asri Sidoarjo yang menuruti hawa nafsu dalam memenuhi keinginan baik untuk diri sendiri maupun keluarga tanpa memperdulikan manfaat yang ditimbulkan dari barang yang dibeli.¹⁶

Kedua, Penelitian oleh Tin Warratul Watimah, yang berjudul “*Analisis Model Perilaku konsumen terhadap pembelian handphone menurut teori konsumsi Islam (studi kasus pada masyarakat muslim desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang)*”. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumen masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang terhadap pembelian handphone adalah sebagai

¹⁶ Zahidatul Amanah, “*Perilaku Konsumsi Islam Pemikiran Monzer Kahf (studi kasus di perumahan Taman Suka Asri Sidoarjo)*”, Skripsi, Surabaya : Perpustakaan IAIN Sunan Ampel, 2014, h. 74,t.d.

berikut: *Pertama*, karena adanya faktor kebutuhan, yaitu untuk berkomunikasi, di samping juga adanya faktor keinginan. *Kedua*, handphone dapat membantu berbagai aktivitas/kegiatan sehari-hari mereka. *Ketiga*, untuk usia anak-anak, handphone belum dapat membantu untuk meningkatkan kualitas keberagamaan mereka, tetapi untuk usia remaja, dewasa dan orang tua handphone dapat membantu meningkatkan kualitas keberagamaan mereka. Dan *keempat*, mereka terkadang mengganti handphone dengan tujuan untuk memperlancar komunikasi dan kegiatan yang mereka lakukan. Tetapi, sebagian mereka membeli handphone karena mengikuti trend. Perilaku konsumen masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang terhadap pembelian handphone ditinjau dari teori konsumsi Islam adalah sebagai berikut: *Pertama*, pembelian handphone dilakukan sesuai dengan konsep kebutuhan, yaitu kebutuhan berkomunikasi dan bersosialisasi. *Kedua*, *mashlahah* yang tercapai dengan adanya handphone diantaranya tercapainya komunikasi yang diharapkan, dan kegiatan-kegiatan lain yang menunjang dalam kehidupan bermasyarakat. *Ketiga*, manfaat yang didapat tidak hanya di dunia saja tetapi di akhirat juga, seperti untuk pengingat shalat, mengaji dan lain sebagainya, dan *keempat*, sebagian mereka berganti-ganti handphone karena keinginan mengikuti trend, padahal dalam Islam telah diajarkan untuk bersikap sederhana.¹⁷

Penelitian Sri Rizqiningsih yang berjudul “*Analisis Perilaku Konsumen dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada mahasiswi Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo Semarang)*.” Penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa mahasiswi Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang memaknai jilbab adalah sebagai sebuah sarana penutup aurat dan merupakan sebuah kewajiban bagi kaum Muslimah yang memang dianjurkan dalam Al-Qur’an. Sedangkan perilaku konsumsi mahasiswi Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang dalam mengikuti trend jilbab belum sesuai dengan syariat Islam.

¹⁷ Tin Warratul Watimah, “*Model perilaku Konsumen terhadap Pembelian Handphone menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kec. Banyuputih Kab. Batang)*”, Skripsi, Semarang : Perpustakaan UIN Walisongo, 2015, h.87, t.d.

Karena alasan ingin tampil modis dan tidak ketinggalan zaman, sehingga ada keinginan untuk membeli jilbab yang sesuai dengan model terbaru dan lebih mengarah ke perilaku konsumtif. Dan sebagian besar mahasiswi ini sering mengikuti trend jilbab padahal mereka masih punya jilbab yang masih bagus dan masih layak pakai.¹⁸

Apabila dilihat dari hasil penelitian terdahulu di dibandingkan dengan penelitian ini sama- sama membahas tentang konsumsi sedangkan perbedaannya adalah

1. Objek penelitian ini dilakukan dilakukan di Desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.
2. Pembahasan dari skripsi ini yaitu Analisis Perilaku Konsumsi Keluarga dalam Perspektif Ekonomi Islam.

E. Kerangka Teori

Pada landasan teori berikut dikemukakan tentang perilaku konsumsi dan teori keluarga.

1. Perilaku Konsumsi.

Perilaku konsumsi merupakan proses yang dinamis yang mencakup perilaku konsumsi individual, kelompok dan anggota masyarakat yang terus menerus mengalami perubahan. Dalam memahami perilaku konsumen menurut pendapat Blackwell, Miniard, dan Engel (2006) agar dapat memahami perilaku konsumsi secara tepat maka perlu di memperhatikan tindakan langsung yang dilakukan konsumen dalam mendapatkan, mengonsumsi, dan menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Upaya yang dilakukan konsumen untuk memperoleh barang dan jasa dapat diawali dengan upaya pencarian informasi, bisa melalui tetangga ataupun menanyakan pada tenaga penjual. Perilaku yang dilakukan antar

¹⁸ Sri Rizqiningsih, “Analisis Perilaku Konsumen dalam Hal Trend Jilbab Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Syari’ah Jurusan Ekonomi Islam Angkatan 2009 IAIN Walisongo Semarang)”, Skripsi, Semarang : Perpustakaan UIN Walisongo, 2013, h.80, t.d.

konsumen tentu akan beragam sesuai kondisi konsumen, situasi dan kondisi eksternal yang mempengaruhinya.¹⁹

Lingkungan kehidupan yang relatif konsumtif seperti saat ini dan adanya iklan di berbagai media komunikasi ke konsumen agar membeli produk, tuntutan untuk lebih dapat memahami secara baik terhadap perilaku konsumen menjadi penting. Dengan mengetahui individu seperti motif, sikap, dan perilakunya serta faktor-faktor usaha pemasaran maupun lingkungan eksternal lain yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dan pada gilirannya akan berpengaruh terhadap perilakunya.

Sedangkan perilaku konsumsi dalam ekonomi islam, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat islam. Mengonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang dirasa sebagai berkah dari barang atau jasa yang dikonsumsi masyarakat atau keluarga.²⁰

Menurut ekonomi islam perilaku konsumsi dilakukan dalam rangka ibadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah. Karena itu seorang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan untuk umat manusia.

Ajaran islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut maka martabat manusia bisa meningkat, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang atau jasa yang halal dan baik saja secara wajar serta tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan dibolehkan selama hal itu mampu menambah *maslahah* ataupun tidak menentang

¹⁹ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen di Era Internet*, Yogyakarta : Graha Ilmu, 2013, h.3

²⁰ P3EI Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2008, h.129

kemudahan. Ekonomi Islam memberi kerangka analisis yang benar-benar berbeda, keinginan tidak dapat menjadi kekuatan pendorong bagi perilaku konsumen islam.²¹

Menurut Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya. Keimanan sangat memengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Konteks inilah akan mengetahui tentang perilaku konsumsi halal dan haram, pelarangan terhadap israf, pelarangan terhadap bermewah-mewah dan bermegah-megahan, konsumsi sosial dan aspek-aspek normatif lainnya.²²

Hidup sederhana adalah tradisi Islam yang mulia, baik dalam membeli makanan, minuman, pakaian, dan kediaman, atau dalam segi kehidupan apapun. Setiap muslim dianjurkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluaran dan uang pendapatan dengan uang belanja, agar tidak terpaksa pula berhutang dan merendahkan diri dihadapan orang lain.²³ Dalam perspektif ekonomi islam tersebut akan menjadi pijakan analisis untuk diterapkan pada perilaku konsumsi keluarga dalam bingkai Islam.

²¹ M. Fahim Khan, *Esai-Esai Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014, h.35

²² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2006, h.12

²³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta : Gema insani, 1995, h.149

2. Keluarga

Keluarga adalah suami, istri yang menikah dan tinggal bersama anak-anak (jika mempunyai anak ataupun anak hasil adopsi). Dari aspek formalitas atau legalitas keluarga dipandang sebagai berkumpulnya dua orang atau lebih dan saling berinteraksi yang ada suatu ikatan perkawinan.

Konsep tentang keluarga di Indonesia lebih luas. Para pakar membagi istilah keluarga ke dalam dua kategori, yaitu keluarga inti dan keluarga besar. Keluarga inti digunakan untuk menggantikan *terminologi nuclear family*, sedangkan keluarga besar digunakan untuk menggantikan *istilah tended family*. Keluarga yang diperluas dalam beberapa kelompok masyarakat juga digunakan untuk menunjuk pada individu-individu yang mempunyai kekerabatan kuat karena hubungan darah dan tinggal dalam satu kompleks tertentu ataupun terpisah. Dari pengertian tersebut maka keluarga adalah suami, istri, anak-anak dan pembantu atau orang tua yang tinggal dalam satu rumah (tempat tinggal).

Keluargapun melakukan aktivitas ekonomi sehari-hari termasuk konsumsi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh keluarga ini dapat dipengaruhi oleh pendapatan, lingkungan masyarakat, serta kebutuhan. Perilaku konsumsi keluarga dapat dijadikan salah satu perbedaan antara keluarga yang sudah mapan atau yang masih belum mapan. Untuk itu perilaku konsumsi antara yang belum mapan tidak boleh mengikuti keluarga yang sudah dikatakan hampir kecukupan.

Lingkup keluarga, masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda untuk membeli sesuatu. Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda. Anak-anak misalnya, tidak selalu menerima apa saja dari orang tua, tetapi menginginkan juga sesuatu yang lain. Apalagi anak-anak yang sudah besar, keinginan mereka semakin banyak. Namun demikian terdapat kebutuhan keluarga yang digunakan oleh seluruh anggota. Suatu saat anggota keluarga dapat berfungsi sebagai pengambil keputusan, tetapi pada saat yang berlainan juga dapat berbuat sebagai pembelinya. Sering dijumpai bahwa keputusan membeli dibuat

bersama-sama antara suami dan istri, kadang-kadang anak juga termasuk, terutama untuk membeli kebutuhan seluruh keluarga.

Setiap anggota keluarga mempunyai pengaruh yang berbeda-beda. Perbedaan tersebut tergantung pada karakteristik produk dan keluarga. Perilaku pembelian dari sebuah keluarga juga berubah-ubah sesuai dengan perkembangan tahap di dalam siklus kehidupan keluarga. ²⁴

Keluarga berperan penting dalam mempengaruhi perilaku konsumsi. Konsumen sebagai anggota keluarga sering berinteraksi dengan anggota keluarga yang lain sehingga, perilakunya secara tidak langsung merupakan hasil interaksi tersebut. Keluarga mempengaruhi pembelajaran, sikap, persepsi, dan perilaku orang-orang yang ada di dalamnya. Oleh karena itu keluarga secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh penting terhadap perilaku konsumen.

Sebagai pengambilan keputusan yang kompleks, pola pengambilan keputusan yang terjadi antar keluarga tentunya tidak sama. Keluarga muda yang baru menikah kurang dari 6 bulan tentu berbeda proses dan dinamikanya dibandingkan dengan keluarga yang sudah mempunyai anak-anak umur Taman Kanak-kanak (TK) dan Sekolah Dasar (SD). Demikian juga anak-anaknya yang sudah menginjak remaja dan kuliah pasti berbeda dalam pengambilan keputusan. Dan juga pada keluarga yang single parent, pola pengambilan keputusannya dan perilakunya akan sangat berbeda.

Perilaku konsumsi keluarga sebagai kelompok primer yang interaksinya sangat intensif dan ada dukungan emosional yang kuat secara sosiologis mempunyai fungsi dan peran yang sangat penting. Beberapa peran penting dari keluarga antara lain adalah:

- a. Memenuhi kesejahteraan secara ekonomi.
- b. Memberikan dukungan emosional.
- c. Membentuk gaya hidup.
- d. Sosialisasi.

²⁴ Basu swastha & irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty, 2008, h.109

Perilaku konsumsi keluarga muslim berbeda dengan keluarga non muslim, karena konsumen keluarga muslim dalam konsumsinya lebih mengharapkan rida Allah SWT, sehingga akan terdapat unsur di jalan Allah dalam fungsi konsumsinya, konsumen muslim harus bisa menahan diri dari konsumsi yang berlebihan dan seorang konsumen muslim harus memilih barang atau jasa yang memberikan *maslahah* maksimum.²⁵

F. Metode penelitian

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.²⁶ Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menekankan pada quality atau hal yang terpenting dari sifat suatu barang atau jasa. Hal terpentingnya berupa fenomena, kejadian, dan gejala social. Penelitian kualitatif dilakukan karena peneliti ingin mengeksplor fenomena-fenomena yang tidak dapat dikuantifikasikan yang bersifat deskriptif.²⁷ Yaitu data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar dari pada dari pada angka-angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan-kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyediakan bukti presentasi, transkrip wawancara, catatan lapangan, dokumen-dokumen, memfoto dan dokumen resmi lainnya.²⁸

²⁵ M. Nur Rianto Al Arif & Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta : Kencana Prenadamedia Grup, 2010, h. 104

²⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cet 10*, Bandung: Alfabeta, 2010, h.3

²⁷ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2013, h.23

²⁸ Emzir, *Metodelogi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta : Rajawali Pers, 2012, h. 3

Penelitian ini yang langsung berhubungan dengan obyek yang diteliti yaitu keluarga Muslim desa Padangan kecamatan Winong Kabupaten Pati. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis tentang perilaku konsumsi keluarga di Desa Padangan. Serta berupa prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan wawancara oleh masyarakat atau keluarga muslim di desa Padangan tersebut. Hal ini dipeoleh untuk mendapatkan data yang sebenarnya, dan memahami fenomena dari subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, dan lain sebagainya.

2. Sumber Data

Bila dilihat dari Sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer ini merupakan data yang secara langsung diperoleh kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini diperoleh langsung dari sumber yang memiliki hubungan dengan masalah pokok penelitian yang dapat dijadikan sebagai bahan informasi yang akan dikumpulkan.²⁹

Dengan demikian, dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari objek penelitian, yaitu Keluarga Muslim di Desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati.

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen, arsip pemerintahan, ataupun yang disediakan di media masa.³⁰

²⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 225

³⁰ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2013, h. 145

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai sumber yang terkait dengan tema penelitian, seperti buku, artikel, jurnal, majalah dan sumber-sumber lain.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan interaksi antara si pewawancara dan terwawancara dengan maksud menghimpun informasi interview. Interview dari penelitian kualitatif adalah informan yang dari padanya pengetahuan dan pemahaman diperoleh.³¹

b. Observasi

Metode pengumpulan data dengan observasi artinya mengumpulkan data atau menjangkit data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek atau obyek penelitian secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis.³² Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan dan mencari tahu bagaimana perilaku konsumsi keluarga muslim di desa Padangan kecamatan Winong kabupaten Pati.

c. Dokumentasi

Dengan teknik dokumentasi ini, peneliti dapat memperoleh informasi bukan dari orang sebagai narasumber, tetapi mereka memperoleh informasi dari macam-macam sumber tertulis atau dari dokumen yang ada pada informan dalam bentuk peninggalan budaya, karya seni dan karya pikir.³³

³¹ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2013, h. 129

³² Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, h.136

³³ Djam'an Satori & Aan Komariah, *Metodelogi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta, 2013, h. 148

Adapun jenis dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumen yang terkait dengan keluarga desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati dan berbagai tulisan baik yang ada hubungannya dengan tema penelitian ini.

4. Teknis Analisis Data

Setelah data diperoleh selanjutnya adalah melakukan analisis data. Analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, menyusun kedalam pola, dan membuat kesimpulan agar dapat difahami dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.³⁴ Untuk menganalisa data yang telah diperoleh dari data primer dan sekunder atau hasil wawancara maupun *observasi*, maka peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data-data yang terkait dengan perilaku konsumsi keluarga Muslim desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.³⁵ Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data dan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Data dan informasi yang terkait dengan penelitian berasal dari hasil wawancara dengan informan penelitian dan hasil dokumentasi terkait dengan perilaku konsumsi keluarga dalam perspektif ekonomi islam yang terjadi di Desa Padangan Kec. Winong Kab. Pati.
- b. Mereduksi data dengan memilih data-data yang penting dan memfokuskan pada hal-hal yang pokok. Hasil wawancara informan kemudian dijadikan transkrip wawancara.

³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 244

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Cet 10*, Bandung : Alfabeta, 2010, h. 207

- c. Menyajikan data dalam bentuk analisis perilaku konsumsi keluarga dalam perspektif ekonomi islam mulai dari pengakuan perilaku konsumsi keluarga yang ada di Desa Padangan kemudian dijadikan bahan analisis deskripsi melalui penjelasan uraian singkat.
- d. Setelah mengetahui perilaku konsumsi keluarga yang terjadi di Desa Padangan Kecamatan Winong Kabupaten Pati barulah ditarik kesimpulan dari hasil analisis yang sesuai perspektif ekonomi islam.

G. Sistematika Penulisan

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari lima bab, antara bab satu dengan bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, kelima bab tersebut adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : PEMBAHASAN UMUM

Dalam bab ini menerangkan tentang kajian teori yang diteliti kerangka pemikiran teoritis serta tinjauan umum (termasuk historis dan deskriptif). Kajian teori ini kemudian dijadikan dasar dalam pembahsan dan menjawab berbagai permasalahan dalam skripsi ini, yaitu perilaku konsumsi keluarga dalam perspektif Ekonomi Islam.

BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

Berisi uraian tentang objek penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini, yaitu sejarah singkat Desa Padangan, lokasi penelitian di Desa Padangan, serta gambaran tentang perilaku konsumsi keluarga pada Desa Padangan ini.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis perilaku konsumsi keluarga dalam perspektif Ekonomi Islam di desa Padangan kec. Winong kab. Pati.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab sebelumnya yang dapat dijadikan masukan bagi berbagai pihak yang berkepentingan.