

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan yang dijalaninya, baik manusia pada zaman dahulu (sebelum maju) sampai sekarang yang bisa dikatakan zaman semakin maju tak akan pernah lepas dari sebuah alat untuk membantu meringankan atau mempercepat pekerjaannya. Hal itu dapat terlihat karena manusia pada umumnya merupakan makhluk sosial yang selalu membutuhkan bantuan selain dirinya sendiri, baik manusia ataupun benda-benda di sekelilingnya.

Manusia memiliki kebutuhan hidup yang jauh lebih banyak, baik dalam jenis, jumlah maupun kualitas yang mereka inginkan.¹Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia.²Kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya, misalnya baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki, dan sebagainya. Dan di sisi lain, keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun fungsi barang.³

Gaya hidup lebih menunjukkan pada bagaimana individu menjalankan kehidupan, bagaimana membelanjakan uang dan bagaimana memanfaatkan waktunya. Dan daya perspektif ekonomi, gaya hidup menunjukkan pada bagaimana seseorang mengalokasikan pendapatannya, dan memilih produk maupun jasa dan berbagai pilihan lainnya ketika memilih alternatif dalam kategori jenis-jenis produk yang ada. Adanya

¹ Miftahul Huda, *Aspek Ekonomi dalam Syari'at Islam*, Mataram: Lembaga Konsultasi dan Bantuan Hukum (LKBH), IAIN Mataram, 2007, h.2

² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006, h.53

³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008, h. 130

perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat lingkungan ekonomi yang berubah.⁴

Sebagaimana seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, ia juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan. Ia juga tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan halal dengan melebihi batas kewajaran karena sikap boros bertentangan dengan paham *istikhla'* harta majikannya (Allah).⁵ Agama Islam memberikan petunjuk dalam hal mengkonsumsi, maka harus dipilih makanan yang halal dan baik, dan dari rezeki yang halal juga.⁶ Konsumsi dalam Islam juga telah diatur. Jumlah yang dikonsumsi oleh seseorang manusia tidak boleh kikir, tidak boleh berlebihan, boros, dan semata-mata hanya untuk memenuhi hawa nafsu. Ancaman Allah sangat nyata terhadap konsumsi yang berlebihan. Tindakan konsumsi yang berlebihan dibenci Allah, karena perbuatan itu perilaku setan.⁷ Dalam syariat semua larangan-larangan itu mempunyai keabsahan yang pasti, maka para konsumen muslim janganlah memperturutkan hati untuk makan makanan yang terlarang demi disiplin sosial, persatuan Islam, dan arti penting spiritual. M. Abdul Manan mempunyai pandangan lebih luas mengenai “sikap tidak berlebih-lebihan” dalam hal konsumsi yang dituntut oleh perilaku para konsumen muslim yang mengutamakan kepentingan orang lain.⁸ Orang mu'min dalam Alqur'an dilukiskan sebagai salah satu diantara “orang-orang yang, ketika membelanjakan harta, tidak berlebih-lebihan dan tidak menimbulkan keburukan, tetapi (mempertahankan) keseimbangan yang adil diantara sikap-sikap (yang ekstrim) tersebut. Namun dalam pembelanjaan untuk bersedekah, untuk meningkatkan kondisi kehidupan

⁴ Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008, h.73

⁵ Yusuf Qordhawi, *Darul Qiyam wal Akhlaq fil Iqtishadil Islami*, Zainal Arifin dan Dahlia Husin, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h.148

⁶ Jaka Isgiyarta, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam Menuju Sirathal Mustaqim*, Yogyakarta: EKONOSIA, 2012, h.59

⁷ *Ibid.*, h.61

⁸ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT.Dana Bhakti Prima Yasa, 1997, h. 50

masyarakat dan menyebar luaskan ajaran-ajaran Islam, konsep berlebih-lebihan tersebut tidak berlaku.⁹

Bukan aspek halal haram saja yang menjadi batasan konsumsi dalam syariah Islam. Yang termasuk batasan konsumsi dalam syariah adalah pelarangan *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan:

1. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat;
2. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.¹⁰

Beberapa indikator yang cenderung mengarah ke perilaku konsumtif:

1. Membeli produk karena modelnya yang menarik.
2. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi.
3. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaan).

Sedang indikator dalam kebutuhan diantaranya:

1. Membeli dan memakai produk tersebut untuk membantu memudahkan aktifitas dalam hidupnya.
2. Jika tidak membeli dan memakai produk tersebut akan ada akibat yang ditimbulkan.
3. Membeli dan memakai bukan karena hal lain (gengsi, *trend*) tetapi memang untuk keperluan.

Saat seseorang menginginkan sebuah alat transportasi yang bisa mempercepat perjalanannya dalam pekerjaan sehari-harinya. Alat

⁹ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam (telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995, h. 23-24

¹⁰ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006, h. 15-16

transportasi beroda dua, beroda tiga, beroda empat dan sebagainya. Keinginan terkait dengan suka atau tidaknya seseorang terhadap suatu barang atau jasa, dan hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antara satu orang dengan yang lain. Transportasi sebagai teknologi yang telah berkembang pesat dan menyuguhkan kemudahan. Pertumbuhan alat transportasi menunjukkan kenaikan yang signifikan, terutama pada moda alat transportasi sepeda motor. Dari sekian banyak jenis kendaraan atau alat transportasi, mayoritas masyarakat yang ada saat ini lebih menyukai yang namanya sepeda motor, karena mereka menilai sepeda motor merupakan salah satu produk sekaligus sarana yang sangat dibutuhkan untuk memudahkan aktifitas serta lebih praktis, dan harganya yang terjangkau.

Dalam agama Islam memandang bahwa perilaku konsumen dalam hukum ekonomi Islam tidak terbatas pada orang-perorangan saja, tapi juga mencakup suatu badan hukum (*al-syakhsyiyat al-ma'nawawiyah*), seperti yayasan wakaf atau perusahaan tertentu. Kata “pemakai”, juga sudah mencakup konsumsi terhadap lingkungan. Kata barang dan jasa secara singkat dalam hukum ekonomi Islam cukup disebut sebagai harta (*al-mal*) karena, harta terdiri dari barang dan jasa (*al-manfa'ah*). Baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain, menunjukkan obyek dari suatu pemakaian. Dengan demikian dalam hukum ekonomi Islam tidak adanya antara pemakai akhir dengan pemakai medium. Para ahli hukum Islam juga tidak membedakan harta antara barang konsumsi, barang produksi dan barang perantara, sebagaimana yang terdapat dalam ilmu ekonomi umum.¹¹

Sepeda motor adalah kendaraan beroda dua yang digerakkan oleh sebuah mesin dimana untuk menjalankannya dibutuhkan bahan bakar, bahan bakar yang biasa digunakan seperti bensin, listrik atau bahan bakar lainnya. Letak kedua roda berbaris lurus dan pada kecepatan tinggi sepeda

¹¹ Muhammad dan Alimin, *Etika & Perlindungan Konsumen dalam Ekonomi Islam*, Yogyakarta: BPF, 2004 h. 130-131

motor akan tetap stabil disebabkan oleh gaya giroskopik. Sedangkan pada kecepatan rendah, kestabilan atau keseimbangan sepeda motor bergantung kepada pengaturan setang oleh pengendara. Penggunaan sepeda motor di Indonesia sangat populer karena harganya yang relatif murah, terjangkau untuk sebagian besar kalangan dan penggunaan bahan bakarnya serta biaya operasionalnya cukup hemat.

Bagi masyarakat desa Sayung kecamatan Sayung Kabupaten Demak, untuk penggunaan sepeda motor saat ini bukan hanya alat transportasi untuk membantu mempercepat aktivitas mereka sehari-hari seperti: berangkat kerja, pulang kerja, pergi ke pasar, dan sebagainya. Akan tetapi lebih cenderung untuk memenuhi gaya hidup mereka untuk saat ini, karena mereka memiliki sebuah ideologi bahwa ketika seorang anak menginjak usia remaja atau bahkan dewasa belum memiliki sepeda motor maka dia akan merasa tidak percaya diri karena dia melihat orang-orang di sekelilingnya memiliki sepeda motor tersebut dengan berbagai cara memperolehnya, adapun dengan cara membeli sendiri bagi yang sudah dewasa dan mempunyai penghasilan ada pula yang memperoleh dari orangtua sebagai hadiah karena anaknya sudah remaja dan agar tidak ketinggalan dengan teman-teman sebaya lainnya. Dilihat dari latar belakang kehidupan masyarakat di desa Sayung, yang masyarakatnya beragama Islam dan mayoritas bekerja di perusahaan-perusahaan terbatas yang ada di kabupaten Demak sendiri, yang didukung dengan gaji mereka yang sudah lebih dari cukup untuk memenuhi kebutuhannya selama sebulan.

Menurut responden dalam membeli sebuah sepeda motor dianggap mudah mengingat harga sepeda motor sekarang yang sangat terjangkau. Hasil wawancara terhadap masyarakat desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak alasan mereka membeli sepeda motor karena kebutuhan sebagai alat transportasi untuk meringankan aktifitas sehari-hari, untuk menjangkau dari suatu tempat ke tempat lain

dengan cepat dan efisien sesuai kebutuhan masing-masing. Cara untuk mengetahui model atau tipe sepeda motor yang di inginkan yaitu dari iklan televisi, teman, bahkan dari tetangga. Sebagian masyarakat desa Sayung membeli sepeda motor menggunakan sistem tunai, tetapi sebagian besar masyarakat desa Sayung membeli sepeda motor dengan sistem kredit, dimana dia tidak perlu membayar lunas diawal dan bisa di bayar berangsur dengan biaya awal yang sangat minimal. Untuk mendapatkan sepeda motor secara kredit sangatlah mudah hanya dengan modal fotokopi kartu tanda penduduk (KTP) dan fotokopi kartu keluarga (KK) saja sudah bisa membawa pulang sepeda motor yang diinginkan

Gambaran yang sering terjadi di lingkungan masyarakat, suatu kondisi dimana kendaraan bermotor sudah menjadi kebutuhan utama yang harus ada di setiap rumah. Mengikuti perkembangan zaman seperti saat ini sepertinya tidak sulit untuk memperoleh kendaraan bermotor karena sudah banyak usaha-usaha penjualan yang memudahkan pembeli untuk mendapatkan sepeda motor atau kendaraan idaman lainnya. Kegunaannya memang sangat terasa sekali, untuk urusan bisnis, berangkat sekolah, berangkat kerja, pergi ke rumah saudara bisa dengan mudah dan cepat dengan kendaraan bermotor milik pribadi yang kita miliki, tidak perlu capek-capek menunggu dan berdesakan dalam kendaraan umum ataupun susah-susah berjalan kaki dan bersepeda, semua bisa diatasi dengan kendaraan pribadi yang dimiliki.

Kendaraan pribadi memang menjadi solusi, semua bisa dilakukan dengan waktu yang tidak lama dan cara yang mudah. Akan tetapi, kembali lagi setiap segala sesuatunya pasti memiliki nilai positif dan negatif. Begitupun dengan kendaraan sepeda motor. Menurut data yang ada, jumlah kartu keluarga (KK) yang memiliki sepeda motor ada 2528 (KK),¹² dengan jumlah sepeda motor sebanyak 3627 kendaraan dari

¹² Wawancara dengan Sekretaris Desa Sayung, 8 oktober 2016

jumlah penduduk 8119 jiwa,¹³ dilihat dari jumlah tersebut menggambarkan hampir semua orang dewasa memiliki sepeda motor pribadi, atau setiap kartu keluarga (KK) memiliki minimal 1 sepeda motor, ada juga yang memiliki 2,3,4 sampai 5 sepeda motor per KK.

Penggunaan sepeda motor yang berlebihan dapat menimbulkan kesenjangan sosial di masyarakat. Tidak dipungkiri bahwasanya pada zaman sekarang begitu banyak kendaraan yang bermerek bahkan modelnya yang menarik untuk menarik minat konsumen, terutama pada kendaraan yang bermesin beroda dua (sepeda motor). Terlihat dari kecanggihan dan kemajuan teknologi dan sumberdaya manusianya yang berkompeten. Model sepeda motor tersebut membuat semua orang berusaha untuk memilikinya bahkan ketika produk dan model yang baru keluar lagi. Ini bisa terlihat di Desa Sayung yang sebagian besar masyarakatnya sebagai buruh pabrik swasta maupun negeri, dapat dengan mudah membeli atau memiliki sepeda motor yang di inginkan.

Dengan gaji yang sudah UMR dan terdapat uang lembur di luar gaji pokok, membuat mereka semakin ringan untuk membeli sepeda motor, dari *showroom* pun juga menawarkan jasa yang memudahkan konsumen yaitu dari cicilan yang begitu murah, bisa diangsur dalam waktu yang disepakati bahkan bisa membeli sepeda motor itu tanpa harus memberi uang muka terlebih dahulu. Keadaan seperti itu mengakibatkan masyarakat akan membeli kendaraan bermotor sejumlah anggota keluarga, dengan alasan dapat mempermudah pekerjaan masing-masing anggota keluarga. Hal ini berbanding terbalik dengan apa yang seharusnya terjadi, hasilnya dengan adanya kendaraan bermotor yang berlebihan dalam satu rumah, anak-anak yang seharusnya belum saatnya bisa menggunakan kendaraan tersebut dengan keadaan seperti itu mereka akhirnya bisa mengendarainya di bawah umur minimal pengguna sepeda motor.

¹³ Dokumen Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian skripsi di Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak. Dengan mengambil Judul “ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DESA SAYUNG KECAMATAN SAYUNG KABUPATEN DEMAK PADA PEBELIAN SEPEDA MOTOR MENURUT TEORI KONSUMSI ISLAM”. Dengan mengambil rumusan masalah sebagai berikut:

B. Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana perilaku konsumen masyarakat Muslim desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak pada pembelian sepeda motor?
2. Bagaimana perilaku konsumen masyarakat Muslim desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak pada pembelian sepeda motor menurut teori konsumsi islam?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Muslim desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak terhadap pembelian sepeda motor.
2. Mengetahui bagaimana perilaku masyarakat Muslim desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak terhadap pembelian sepeda motor menurut teori konsumsi islam.

Adapun manfaat yang penulis harapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan informasi mengenai perilaku konsumen dalam pembelian barang menurut teori konsumsi islam.
2. Sebagai bahan informasi bagi masyarakat untuk lebih berhati-hati dalam mengkonsumsi agar sesuai dengan teori konsumsi islam.

D. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah salah satu bentuk istilah untuk mengkaji, menelaah, meninjau bahan atau literatur kepustakaan. Ini sebagai bahan pendukung sekaligus untuk mengantisipasi kesamaan yang telah dilakukan oleh penelitian-penelitian yang lalu. Dari hasil penelusuran terdapat beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian ini. Diantaranya adalah:

1. Skripsi Tin Waroatul Watimah mahasiswi jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis islam UIN Walisongo Semarang dengan judul “*Model Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim desa Kalibelik Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang)*”. Hasil penelitian ini membahas tentang Bagaimana Perilaku konsumen masyarakat Muslim Desa Kalibelik Kecamatan Banyu Putih Kabupaten Batang terhadap pembelian handphone adalah sebagai berikut: *pertama*, karena adanya faktor kebutuhan, yaitu untuk berkomunikasi disamping itu juga adanya faktor keinginan. *Kedua*, handphone dapat membantu aktifitas/kegiatan sehari-hari. *Ketiga*, untuk usia anak-anak handphone belum dapat membantu tetapi untuk usia remaja, dewasa dan orang tua handphone dapat membantu meningkatkan kualitas keberagamann mereka.
2. Skripsi Atiya Rizky Setiyana Putri mahasiswi Prodi SI manajemen, fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Telkom dengan judul “*Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi kasus pada Konsumen Astra Motor Jakarta)*” hasil penelitian ini membahas tentang bagaimana perilaku konsumen masyarakat DKI Jakarta terhadap pembelian sepeda motor, bagaimana keputusan pembelian sepeda motor honda, dan seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap pembelian sepeda motor honda pada masyarakat DKI Jakarta adalah sebagai berikut: perilaku konsumen Astra motor Jakarta termasuk dalam kategori baik dengan

nilaki persentase perilaku konsumen sebesar 72.2%, dengan faktor budaya (76%), pribadi (67%), dan psikologis (74.2%). Dari konsumen sangat mendasari perilaku masing-masing konsumen. Keputusan pembelian dari konsumen Astra motor Jakarta termasuk kategori baik dengan persentase 76.3%. hasil perhitungan perilaku konsumen (X) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 40.1% menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan.

3. Skripsi Dewi Urip Wahyuni mahasiswi jurusan ekonomi manajemen fakultas ekonomi Universitas Kristen Petra dengan judul “*Pengaruh Motivasi Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda di Kawasan Surabaya Barat*” hasil penelitian ini menarik kesimpulan bahwa motivasi dalam diri akan mempengaruhi seseorang (konsumen) dalam melakukan pembelian karena didasarkan pada dorongan yang dimiliki misalnya penilaian terhadap kualitas, harga, kenyamanan terhadap produk yang digunakan. Peran persepsi konsumen akan mempengaruhi pula terhadap keputusan pembelian, hal ini wajar karena setiap orang akan memiliki persepsi yang berbeda-beda oleh suatu objek oleh karena itu keputusan pembelian akan cepat terlaksana apabila muncul persepsi positif terhadap barang yang akan dibelinya. sikap merupakan stimulus yang dapat menyebabkan konsumen tertarik membeli suatu barang, sikap yang muncul adalah sikap yang positif misalnya: kepercayaan, emosional untuk memiliki suatu barang dengan kesadaran tinggi terhadap untung dan ruginya.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dan tujuan dan kegunaan tertentu.¹⁴ Adapun metode penelitian yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

¹⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif Kualitatif R&D*, Cet 10, Bandung: Alfabeta, 2010, h.3

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian lapangan adalah penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari lapangan kerja penelitian.¹⁵ Objek penelitian ini adalah masyarakat Muslim Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak.

2. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terdiri data primer dan data skunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh si peneliti, misalnya melalui wawancara atau pengisian kuesioner.¹⁶ Adapun yang menjadi sumber data primernya adalah mereka yang diamati dan diobservasi serta wawancara.¹⁷ Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dari objek penelitian, yaitu masyarakat muslim Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak.

b. Data Skunder

Data skunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung atau melalui sumber lain, misalnya melalui catatan atau arsip perusahaan, publikasi pemerintah, atau yang disediakan media massa.¹⁸ Data sekunder 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:

¹⁵ Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, jogjakarta: UII Press, 2005, h.34

¹⁶ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial & Bisnis, Cet II*, jogjakarta: Graha Ilmu, 2013, h.

160

¹⁷ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002, h.

17

¹⁸ Zulganef, *Metode Penelitian sosial & Bisnis, Cet II*, h. 161

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan, perhatian, atau pengawasan. Metode mengumpulkan data dengan observasi artinya mengumpulkan data yang menjaring data dengan melakukan pengamatan terhadap subyek atau obyek penelitian secara seksama (cermat dan teliti) dan sistematis.¹⁹ Observasi dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan pengamatan dan mencari tahu bagaimana perilaku konsumen Muslim masyarakat desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak dalam pembelian sepeda motor.

b. Wawancara (*interview*)

Wawancara adalah suatu proses interaksi dan komunikasi antara peneliti dengan responden dimana peneliti diharapkan menyampaikan pertanyaan kepada responden secara lisan, merangsang responden untuk menjawabnya, menggali jawaban lebih jauh bila dikehendaki dan mencatatnya.²⁰ Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan sejumlah responden masyarakat Muslim Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak untuk mengetahui mereka dalam pembelian sepeda motor.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain sebagainya.²¹ Adapun jenis dokumentasi dalam penelitian ini adalah dokumen yang terkait dengan masyarakat desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak dan berbagai tulisan yang berhubungan dengan tema penelitian.

¹⁹ Supardi, *metodologi Penelitian Ekonomi & Bisnis*, h. 136

²⁰ Zulganef, *Metode Penelitian Sosial & Bisnis, Cet II*, h. 162

²¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prakte*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002, h. 206

4. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul langkah selanjutnya adalah menganalisis data yang diperoleh tersebut baik data-data yang diperoleh dari kepustakaan atau hasil dari penelitian lapangan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif analisis. Metode ini diterapkan dengan cara menganalisis dan menggambarkan: ANALISIS PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DESA SAYUNG KECAMATAN SAYUNG KABUPATEN DEMAK PADA PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MENURUT TEORI KONSUMSI ISLAM. Dengan mengambil rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana Perilaku Konsumen Masyarakat Muslim desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak pada pembelian sepeda motor, dan bagaimanan Perilaku Konsumen Masyarakat Muslim Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak pada pembelian sepeda motor menurut teori konsumsi Islam.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam memahami isi skripsi, maka penulis memaparkan tentang sistematika penulisan skripsi, dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyusun atas lima bab. Anantara bab satu denagn bab lain saling berhubungan karena merupakan satu kesatuan yang utuh, adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, tinjauan dan manfaat penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode penelitian, dan Sistematika penulisan.

BAB II TEORI KONSUMSI DALAM ISLAM

Bab ini berisisi Tentang Perilaku Konsumen, Teori Konsumsi dalam Islam, serta Pengertian Sepeda Motor.

BAB III PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM DESA SAYUNG KECAMATAN SAYUNG KABUPATEN DEMAK TERHADAP PEMBELIAN SEPEDA MOTOR

Bab ini berisi Tentang Gambaran Umum Desa Sayung Kecamatan Sayung Kabupaten Demak, dan Gambaran Umum Tentang Objek Penelitian.

**BAB IV TINJAUAN TEORI KONSUMSI ISLAM TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI MUSLIM MASYARAKAT DESA
SAYUNG KECAMATAN SAYUNG KABUPATEN DEMAK
PADA PEMBELIAN SEPEDA MOTOR**

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri dari Kesimpulan, Saran dan Penutup.

Bagian akhir yang tersusun dari Daftar Pustaka, Lampiran, dan Daftar Riwayat Hidup Penulis.