

**PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM ACEH
(Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi
Produk Impor dan Kedudukannya dalam Hukum Islam)**



**ZUL RIDHA SILVIA RAHMAH
NIM. 201008011**

**Tesis Ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Mendapatkan Gelar Magister
Dalam Program studi Ekonomi Syariah**

**PASCA SARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM ACEH

(Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor dan
Kedudukannya dalam Hukum Islam)

ZUL RIDHA SILVIA RAHMAH

NIM: 201008011

Program Studi Ekonomi Syariah

Tesis ini sudah dapat diajukan kepada
Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh untuk dapat diujikan
dalam Ujian Tesis

Menyetujui

Pembimbing I

Pembimbing II

Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M. Si

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

LEMBAR PENGESAHAN

PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM ACEH
(Analisis Faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor dan
Kedudukannya dalam Hukum Islam)

ZUL RIDHA SILVIA RAHMAH

NIM: 201008011

Program Studi Ekonomi Syariah

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Tesis
Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry
Banda Aceh

Tanggal : 18 Desember 2023
5 Jumadil Akhir 1445

TIM PENGUJI

Ketua,

Dr. Israk Ahmadsyah, B.Ec. M.Ec., M. Sc

Penguji,

Dr. Hendra Syahputra, MA

Penguji,

Dr. Bisri Khalid, M. Si

Sekretaris,

Sherman, SIP., M.Ec

Penguji,

Dr. Khairul Amri, SE., M. Si

Penguji,

Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

Banda Aceh, 28 Desember 2023

Pascasarjana

Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

Direktur,

Prof. Eka Sri Mulyani, MA., Ph.D

NIP. 197702191998032001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zul Ridha Silvia Rahmah
Tempat, Tanggal Lahir : Sigli, 6 Mei 1996
Nomor mahasiswa : 201008011
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Banda Aceh, 20 Oktober 2023
Saya yang menyatakan




Zul Ridha Silvia Rahmah
NIM. 201008011

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk memudahkan penulisan tesis ini, ada beberapa aturan yang menjadi pegangan penulis, penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertasi tahun 2019. Transliterasi ini dimaksud untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga apa yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan Arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat terhindarkan.

Fonem konsonan Bahasa Arab, yang di dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, di dalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik dibawahnya)
خ	Ka'	KH	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ZH	Zet dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SH	Es dan Ha
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik

			dibawahnya)
ض	Dad	Ḍ	D (dengan titik dibawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik dibawahnya)
ظ	Za	Ẓ	Zed (dengan titik dibawahnya)
ع	'Ain	‘-	Koma terbalik diatasnya
غ	Gain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه/ة	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'-	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan W dan Y.

wad'	وضع
'iwad	عوض
Dalw	دلو
Yad R - R A N I R Y	يد
ḥiyal	حيل
ṭahi	طهي

3. Mād

Ūlá	أولي
ṣūrah	صورة
Zhū	ذو
Īmān	إيمان
Fī	في
Kitāb	كتاب

siḥāb	سحاب
Jumān	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan **aw** dan **ay**. Contoh:

Awj	اوج
Nawm	نوم
Law	لو
Aysar	أيسر
Shaykh	شيخ
‘aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

fa’alū	فعلوا
ulā’ika	أولئك
Ūqiyah	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan baris fathah (َ) ditulis dengan lambang á. Contoh:

ḥattá	حتى
maḍá	مضى
Kubrá	كبرى
Muṣṭafá	مصطفى

7. Penulisan *alif maqṣūrah* (ي) yang diawali dengan baris kasrah (ِ) ditulis dengan lambang ĭ, bukan ĭy . Contoh:

Raḍī al-Dīn	رضي الدين
al-Miṣrī	المصري

8. Penulisan َ (tā marbūṭah) bentuk penulisan َ (tā marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu: Apabila َ (tā marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan َ (hā’). Contoh:

ṣalāh	صلاة
-------	------

Apabila ة (tā marbūṭah) terdapat dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*ṣifat mawṣūf*), dilambangkan dengan ° (hā’). Contoh:

al-risālah al-bahīyah	الرسالة البهية
-----------------------	----------------

Apabila ة (tā marbūṭah) ditulis sebagai *muḍāf* dan *mudaf ilayh*, maka *muḍāf* dilambangkan dengan “t”. Contoh:

wizārat al-tarbiyah	وزارة التربية
---------------------	---------------

9. Penulisan ء (hamzah) Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu:

Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Asad	أسد
------	-----

Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”. Contoh:

mas’alah	مسألة
----------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Rihlat Ibn Jubayr	رحلة ابن جبير
al-istidrāk	الإستدراك
kutub iqtanat’hā	كتب اقتنتها

11. Penulisan *shaddah* atau *tashdīd* terhadap.

Penulisan *shaddah* bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yā’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

Quwwah	قُوَّة
‘aduww	عَدُوّ
Shawwāl	شَوَّال
Jaw	جَوّ
al-miṣriyyah	المصريّة

Ayyām	أَيَّام
quṣayy	قَصَيَّ
al-kashshāf	الكَشَّاف

12. Penulisan alif lām (ال).

Penulisan ال dilambangkan dengan “al” baik pada ال shamsiyyah maupun ال qamariyyah. Contoh:

al-kitāb al-thānī	الكتاب الثاني
al-ittihād	الإتحاد
al-aṣl	الأصل
al-āthār	الأثار
Abū al-Wafā	أبو الوفاء
Maktabah al-Nahḍah al-Miṣriyyah	مكتبة النهضة المصرية
bī al-tamām wa al-kamāl	بالتمام والكمال
Abū al-Layth al-Samarqandī	أبو الليث السمرقندي

Kecuali: Ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “lil”. Contoh:

Lil Lil-Sharbaynī	للشربيني
-------------------	----------

13. Penggunaan “`” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā) yang beriringan dengan huruf ه (hā) dengan huruf ذ (zh) dan (th). Contoh:

Ad’ham	أدهم
Akramat’hā	أكرمتهَا

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

Allah	الله
Billāh	بِالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بِسْمِ الله

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Shalawat dan salam penulis sanjungkan kepangkuan Nabi Muhammad SAW, beserta keluarga dan sahabat beliau yang telah memberikan pencerahan bagi kita hingga dapat merasakan nikmatnya iman dalam Islam, serta nikmat kemuliaandalam ilmu pengetahuan.

Penulisan Tesis ini yang berjudul **“Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Aceh (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam)”** untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi Ekonomi Syariah pada Pasca Sarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam penyusunan Tesis ini, penulis mendapat bimbingan, arahan dan bantuan dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ungkapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT dengan berkat Rahmat pertolongan dan kehendak-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini, serta salam sejahtera kepada Baginda Rasulullah SAW.
2. **Orang tua terhebat yang penulis cintai, Ayahanda Drs. Wirman Muhammad dan Ibunda Sakdiyah, S.Ag yang senantiasa mendidik, memberi dukungan dan doa kepada penulis.**
3. Ridwan Nurdin, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah.
4. Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA selaku pembimbing I yang telah memberikan kemudahan dan dukungan sehingga terselesaikan Tesis ini. Dan Dr. Bismi Khalidin, M. Si selaku pembimbing II yang telah memberikan motivasi, bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan Tesis ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Pasca Sarjana UIN Ar-Raniry yang telah memberikan ilmunya selama proses belajar-mengajar, dan motivasi untuk lebih berkembang.
 6. Sahabat-sahabatku tercinta (Chalida Munira, Sefina Khairunnisa, Zahratul Mahfudhah, Siti Khumaira, Adik Yuniar, Sarwati, dan Adikku Tercinta Wahyu Munandar).
 7. Teman-teman seangkatan 2020 di Pasca Sarjana
 8. Adik-adik pengajian TPA Tgk. Chik Bin Sawang, desa Mns. Krueng.
 9. Dan guru-guru TPA Tgk. Chik Bin Sawang, desa Mns. Krueng.
- Meskipun segala usaha telah dilakukan untuk penyempurnaan Tesis ini, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun pembahasannya. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi meningkatkan mutu dan menyempurnakan penyusunan Tesis ini kedepannya.

Semoga kita selalu mendapatkan Ridha dan Rahmat dari Allah SWT, *Amin YaaRabbal'Alamin*.

Banda Aceh, 10 Desember 2023

Penulis,



Zul Ridha Silvia Rahmah

ABSTRAK

Judul : Perilaku Konsumtif Masyarakat Aceh
(Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor dan Kedudukannya dalam Hukum Islam)

Nama Penulis : Zul Ridha Silvia Rahmah
Nim : 201008011
Pembimbing I : Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Pembimbing II : Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M. Si
Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Masyarakat Muslim Aceh, Produk Impor, Hukum Islam

Perilaku konsumen merupakan suatu hal yang mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Salah satunya dengan memilih kualitas suatu produk yaitu memilih antara produk dalam negeri dengan produk luar negeri (produk impor). Beberapa orang beranggapan bahwa kualitas produk impor lebih baik dari kualitas produk dalam negeri. Begitupun halnya dengan Masyarakat Aceh yang menjadi salah satu konsumen produk impor, baik dari kalangan remaja hingga orang tua. Akan tetapi dalam penelitian ini ditemukan fakta bahwa masyarakat Aceh masih belum terlalu tertarik dengan produk impor dalam artian masyarakat Aceh masih ragu-ragu untuk mengkonsumsi produk impor. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa faktor apa saja yang mempengaruhi konsumsi produk impor dikalangan masyarakat Aceh, dan bagaimana kedudukan konsumsi produk impor dalam hukum Islam. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Aceh masih ragu-ragu dalam mengkonsumsi produk impor karena mengikuti faktor gaya hidup. Sedangkan faktor lingkungan tidak menjadi faktor masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor. Adapun faktor selera menjadi salah satu alasan masyarakat Aceh mengkonsumsi produk impor. Sedangkan hukum mengkonsumsi produk impor terlebih jika produk tersebut dari negara non muslim maka diperbolehkan selama produk tersebut dapat dipastikan kehalalannya serta tidak mengandung dan bersentuhan dengan bahan-bahan yang mengandung najis didalamnya. Oleh karena itu, akan lebih baik bagi masyarakat muslim Indonesia untuk mengkonsumsi produk lokal, karena selain jelas kehalalannya, mengkonsumsi produk lokal dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Hal ini merupakan salah satu anjuran dalam Islam yaitu untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan.

خلاصة

العنوان	: السلوك الاستهلاكي لشعب آتشيه (تحليل العوامل المؤثرة في استهلاك المنتجات المستوردة ومكانتها في الشريعة الإسلامية)
اسم المؤلف	: ذو الرضا سيلفيا رحمة
عدد الطلاب معرف	: ١١٠٨٠٠١٠٢
المشرف الأول	: البروفيسور . دكتور. محمد ياسر يوسف، درجة الماجستير في الآداب
المشرف الثاني	: دكتور بسمي خالدين، عالم الدين الإسلامي .سيد ساينس
الكلمات المفتاحية	: السلوك الاستهلاكي، المجتمع المسلم في آتشيه، المنتجات المستوردة، الشريعة الإسلامية

سلوك المستهلك هو الشيء الذي يؤثر على المستهلكين لاتخاذ قرارات الشراء. إحدى الطرق هي اختيار جودة المنتج، أي الاختيار بين المنتجات المحلية والمنتجات الأجنبية (المنتجات المستوردة). يعتقد البعض أن جودة المنتجات المستوردة أفضل من جودة المنتجات المحلية. وبالمثل، فإن شعب آتشيه مستهلكون للمنتجات المستوردة، من المراهقين إلى كبار السن. ومع ذلك، فقد اكتشف في هذا البحث أن سكان آتشيه لا يزالون غير مهتمين جدًا بالمنتجات المستوردة، مما يعني أن سكان آتشيه لا يزالون مترددين في استهلاك المنتجات المستوردة. يهدف هذا البحث إلى تحليل العوامل التي تؤثر على استهلاك المنتجات المستوردة بين سكان آتشيه، وما هو موقف استهلاك المنتجات المستوردة في الشريعة الإسلامية. والطريقة المستخدمة في هذا البحث هي البحث الكمي الوصفي. تظهر نتائج البحث أن سكان آتشيه ما زالوا مترددين بشأن استهلاك المنتجات المستوردة بسبب عوامل نمط الحياة. وفي الوقت نفسه، فإن العوامل البيئية ليست عاملاً بالنسبة لشعب آتشيه في استهلاك المنتجات المستوردة. يعد عامل التذوق أحد الأسباب التي تجعل سكان آتشيه يستهلكون المنتجات المستوردة. وفي الوقت نفسه، فإن قانون استهلاك المنتجات المستوردة، خاصة إذا كان المنتج من دولة غير إسلامية، جائز طالما يمكن التأكد من أن المنتج حلال ولا يحتوي على مكونات نجسة أو يتلامس معها. ولذلك، سيكون من الأفضل للمجتمع المسلم الإندونيسي أن يستهلك المنتجات المحلية، لأنه بصرف النظر عن كونها حلالاً بشكل واضح، فإن استهلاك المنتجات المحلية يمكن أن يحسن اقتصاد المجتمع. وهذه من وصايا الإسلام، وهي التعاون على الخير.

ABSTRACT

Title : Consumptive Behavior of Acehnese People (Analysis of factors influencing the consumption of imported products and their position in Islamic law)

Author Name : Zul Ridha Silvia Rahmah

Student ID : 201008011

Supervisor I : Prof. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

Supervisor II : Dr. Bismi Khalidin, S.Ag, M.Si

Keywords : Consumptive Behavior, Acehnese Muslim Community, Imported Products, Islamic Law

Consumer behavior is something that influences consumers to make purchasing decisions. One way is to choose the quality of a product, namely choosing between domestic products and foreign products (imported products). Some people think that the quality of imported products is better than the quality of domestic products. Likewise, the people of Aceh are consumers of imported products, from teenagers to the elderly. However, in this research it was discovered that the people of Aceh are still not very interested in imported products, meaning that the people of Aceh are still hesitant to consume imported products. This research aims to analyze what factors influence the consumption of imported products among the people of Aceh, and what the position of consumption of imported products is in Islamic law. The method used in this research is descriptive quantitative research. The research results show that the people of Aceh are still hesitant about consuming imported products due to lifestyle factors. Meanwhile, environmental factors are not a factor for the Acehnese people in consuming imported products. The taste factor is one of the reasons why Acehnese people consume imported products. Meanwhile, the law on consuming imported products, especially if the product is from a non-Muslim country, is permissible as long as the product can be confirmed to be halal and does not contain or come into contact with unclean ingredients in it. Therefore, it would be better for the Indonesian Muslim community to consume local products, because apart from being clearly halal, consuming local products can improve the community's economy. This is one of the recommendations in Islam, namely to help each other in good things.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	v
KATA PENGANTAR.....	x
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	15
1.3 Batasan Masalah.....	17
1.4 Rumusan Masalah.....	17
1.5 Tujuan Penelitian.....	17
1.6 Manfaat penelitian	18
1.7 Kajian Pustaka	19
BAB II : LANDASAN TEORI	26
2.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	26
2.1.1 Faktor Penentu Perilaku Konsumen	26
2.1.2 Motivasi Konsumen.....	32
2.1.3 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam	34
2.1.4 Konsep Islam Tentang Kebutuhan.....	39
2.1.5 Perilaku Konsumsi Masyarakat Aceh.....	41
2.1.6 Gaya Hidup dan Nilai-nilai	42
2.2 Produk Impor.....	46
2.2.1 Jenis-jenis Impor.....	47
2.2.2 Dampak Dari kebiasaan mengkonsumsi produk impor	48
2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi produk impor	48
2.3.1 Sikap Masyarakat dalam mengkonsumsi suatu barang.....	48
2.3.2 Sosial Kemasyarakatan.....	50
2.3.3 Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat	51
2.4 Ekonomi Syariah.....	54
2.4.1 Sistem Ekonomi Islam	55
2.5 Kerangka Teori.....	58

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	60
3.1 Metodologi Penelitian	60
3.2 Jenis dan sumber data.....	60
3.3 Populasi dan Sampel	61
3.4 Teknik Pengambilan Data	61
3.5 Instrumen Penelitian.....	62
3.5.1 Skala Pengukuran.....	62
3.5.2 Analisis Frekuensi Responden	64
3.6 Teknik pengumpulan data	64
3.6.1 Cara pengolahan Data	65
3.6.2 Teknik Analisis Data.....	65
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	66
4.1 Profil Provinsi Aceh	66
4.1.1 Sejarah Provinsi Aceh.....	66
4.1.2 Kebudayaan Aceh.....	70
4.1.3 Perkembangan Syariat Islam di Aceh.....	70
4.2 Gambaran Umum Responden	74
4.3 Statistik Deskriptif	77
4.4 Hasil Penelitian	79
4.4.1 Uji Validitas.....	79
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	80
4.4.3 Perilaku Masyarakat dalam Mengkonsumsi Produk Impor.....	83
4.4.4 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku konsumtif Masyarakat Aceh dalam Mengkonsumsi Produk Impor 85	
4.4.5 Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi Masyarakat Aceh Menurut Hukum Islam.....	89
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	93
4.6.1 Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Aceh Terhadap Produk Impor	93
4.6.2 Analisis Faktor-faktor Apa Saja yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Aceh dalam Mengkonsumsi Produk Impor	94
4.6 Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konsumsi Produk Impor yang Berasal dari Negara Non-Muslim.....	95
BAB V PENUTUP	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran.....	104
DAFTAR PUSTAKA	105

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk di Aceh.....	9
Tabel 1.2 Nilai barang impor di Indonesia selama 3 tahun terakhir.....	13
Tabel 1.3 Penelitian Terkait.....	22
Tabel 2.1 Tabel Jumlah Konsumsi Makanan/Non-Makanan Provinsi Aceh	42
Tabel 3.1 Alternatif pilihan jawaban kuesioner penelitian menggunakan Skala <i>likert</i>	61
Tabel 4.1 Tabel Jumlah penduduk muslim di Indonesia	65
Tabel 4.2 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia.....	71
Tabel 4.3 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
Tabel 4.4 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
Tabel 4.5 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	73
Tabel 4.6 Karakteristik Data Responden Berdasarkan Domisili	73
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif.....	74
Tabel 4.8 Validitas Data	76
Tabel 4.9 Reliabilitas konsumsi produk impor	77
Tabel 4.10 Reliabilitas Gaya Hidup	78
Tabel 4.11 Reliabilitas Selera.....	78
Tabel 4.12 Reliabilitas Lingkungan	78
Tabel 4.13 Reliabilitas kepedulian kehalalan	79
Tabel 4.14 Reliabilitas menghindari sikap Boros	79
Tabel 4.15 Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Reponden	80
Tabel 4.16 Statistic Deskriptive Variabel Konsumsi Produk...	80
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Variabel Faktor Gaya Hidup ..	82
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Variabel Faktor Selera.....	83
Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan	85
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Variabel Kepedulian Kehalalan.....	86
Tabel 4.21 Statistik Deskriptif Variabel Sikap Boros	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pilihan yang Dihadapi Konsumen	40
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	57



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 SK Pembimbing	
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian	
Lampiran 3 Jawaban Responden	
Lampiran 4 Hasil Uji SPSS	
Daftar Riwayat Hidup.....	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Islam merupakan pedoman hidup dari Allah SWT yang disampaikan oleh Nabi Muhammad SAW. Arah hidup dalam pelajaran Islam disebut dengan aturan Islam dan memuat arahan/syariah untuk mengawasi diri sendiri secara tegas, mengurus keluarga, mengawasi masyarakat, berbangsa dan bernegara. Islam juga mengarahkan bidang muamalat untuk memberikan manfaat bagi ummat¹. Muamalat sendiri sudah berkembang dari zaman Rasulullah yang dikenal saat ini dengan nama Ekonomi syariah, akan tetapi eksistensinya di dunia, baru terlihat beberapa tahun terakhir dengan munculnya perbankan-perbankan Syariah di dunia yang merupakan sektor di bidang keuangan. Kemudian sistem ekonomi syariah ini mulai meliputi sektor perindustrian yang mendapat respon positif bagi kalangan muslim yang pada dasarnya mengkonsumsi produk-produk halal².

Indonesia merupakan negara yang sebagian besar penduduknya mempunyai status Muslim juga merasakan perkembangan di bidang perekonomian syariah, yang memudahkan akses bagi masyarakat muslim Indonesia dalam bertransaksi dengan cara yang bagus dan benar sesuai pelajaran islam (*halalan-thayyiban*)³. Ekonomi syariah pertama kali berkembang di Indonesia yaitu dengan berdirinya Perbankan Syariah pada tahun 1991 yang dipelopori oleh bank muamalat Indonesia dan

¹ Nastiti, D. Novia. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen, Gaya Hidup Dan Perilaku Berderma Masyarakat Kelurahan Bugih Pamekasan Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Tesis)*. Pasca Sarjana Universitas Sunan Ampel. Surabaya. Hal. 1.

² Antonio, Syafi'i, Muhammad. 2007. *Bank Syariah: dari teori ke praktik, cetakan ke sebelas*. Gema insani. Jakarta. Hal. 7.

³ Yuliyani. 2015. *Konsep Dan Peran Strategis Ekonomi Syariah Terhadap Isu Kemiskinan. Jurnal Iqtishadia*, Vol. 8, No. 1. Hal.134 .

diresmikan pada tahun 1992⁴. Sistem perekonomian syariah semakin berkembang seiring berjalannya zaman. Bahkan mencakup dalam berbagai bidang kehidupan masyarakat seperti bidang konsumsi, produksi, keuangan dan lain sebagainya. Oleh sebab itu, para pengusaha menjadikan hal ini sebagai peluang bisnis dengan menciptakan industri halal bagi masyarakat muslim. Bisnis halal mencakup administrasi makanan, non-makanan dan lokal. Semua produk tersebut disesuaikan dengan prinsip konsumsi dalam persektif Islam agar terciptanya kenyamanan bagi para konsumen Muslim⁵.

Pertumbuhan penduduk yang sangat cepat di Indonesia memberikan peluang bagi para visioner bisnis untuk melakukan hal tersebut dapat memenuhi segala keinginan para konsumennya. Hal ini menambah nilai produksi yang semakin tinggi untuk meningkatkan penjualan produk-produk yang ditawarkan. Akan tetapi, penjualan tersebut tidak terlepas dari strategi pemasarannya agar kualitas produk tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada para konsumen terlebih lagi konsumen yang mayoritas muslim. Sebelum membahas apa itu perilaku konsumen maka sangat penting untuk dapat mengenal dan memahami apa itu konsumen. Karena, konsumen merupakan komponen penting dari strategi pemasaran suatu produk. Ketika, seorang pengusaha ingin menawarkan suatu produk, maka pengusaha tersebut terlebih dahulu harus memahami situasi calon pembelinya. Seperti, produk yang dibutuhkannya ataupun produk yang sedang dicari maupun produk yang sedang tenar di masanya. Seteleh dapat memahami situasi tersebut maka pengusaha dapat menyusun strategi yang

⁴ Adriamarthanino, vareladevanka. *Sejarah perkembangan ekonomi syariah diIndonesia*. Diakses tanggal 3 Februari 2022. Dari <https://www.kompas.com/stori/read/2022/08/30/120000279/sejarah-perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia>.

⁵ Rahmawati, Laela S.Pd.i. 2016. *Agama, Pendidikan, dan Gaya Hidup (Tesis)*. UIN Sunan Kali Jaga. Yogyakarta. Hal. 14

bagus, unik, serta dapat dipahami dan dapat menarik konsumen untuk membeli produknya. Hal tersebut harus benar-benar disesuaikan dengan gaya hidup masyarakat di wilayah tersebut agar produknya dapat diterima dengan baik dan tidak menimbulkan rasa ketidakcocokan. Orang yang suka menghamburkan uang tanpa banyak berpikir diketahui sering melakukan perilaku boros. Sementara itu, menurut Setiaji dalam Komersialisasi (1995), cara berperilaku buruk adalah demonstrasi yang berlebihan dan tunanetra dalam pembelian saham.

Jika membahas mengenai perilaku konsumtif hal pertama yang muncul dipemikiran kita yaitu bagaimana memahami sifat dan gaya hidup para konsumen. Setiap orang pasti memiliki sifat dan gaya hidup yang berbeda-beda, bahkan tidak jarang beberapa orang memiliki kepribadian sesuatu yang luar biasa yang tidak dimiliki orang lain. Untuk mempelajari kepribadian seseorang para peneliti menggunakan pendekatan teori kepribadian agar dapat memahami motivasi yang muncul dari setiap diri manusia. Akan tetapi, tidak semua peristiwa dapat dimaknai melalui hipotesis karakter, misalnya peristiwa keributan sosial, bentrokan pemuda, dan lain-lain yang berkaitan dengan persoalan sosial. Untuk menjelaskan hal tersebut akan lebih cocok menggunakan pendekatan gaya hidup (*life style*)⁶.

Gaya hidup merupakan suatu cara hidup yang berhubungan dengan bagaimana seseorang menyumbangkan energinya (berolahraga), proses berpikirnya yang sangat besar terhadap kondisi yang sedang berlangsung (kepentingan), dan cara pandangnya terhadap diri sendiri serta unsur lingkungannya (sentimen). Cara hidup suatu masyarakat dan kehidupan warganya akan berbeda dari satu masyarakat ke masyarakat lainnya serta kelompok tertentu juga akan berubah dari waktu ke waktu, namun

⁶ Setiadi, N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif...*, Hal 60

gaya hidup tidak berubah dengan cepat sehingga dalam jangka waktu tertentu gaya hidup tersebut bertahan cukup lama.

Struktur dalam masyarakat modern, gaya hidup merupakan cerminan dari status sosial. Kesejahteraan ekonomi harus diperjuangkan (dicapai) dan bukan atas dasar pemberian atau berdasarkan genealogi (dikaitkan). Status sosial seseorang harus mencerminkan apresiasi masyarakat terhadap prestasinya. Jika seseorang telah berbuat sesuatu, maka ia berhak berada pada kelas sosial tertentu. Setiap orang seharusnya mempunyai kesempatan yang sama untuk mencapai prestasi, dan melakukan persaingan untuk mencapainya. Kelas-kelas sosial ini diatur sebagaimana diatur oleh Coleman menjadi tujuh kelas sosial, yaitu kelas atas, atas-bawah, atas-tengah, tengah, buruh, bawah-atas, bawah⁷. Hal ini berhubungan dengan ide diri. Pelanggan menganggap produk ini dapat membantu mereka mengkomunikasikan gambar yang mereka keluarkan. Gambaran ini mencerminkan pandangan mental diri yang sejati (*the real self*) yang menggambarkan diriku yang sejati (*the authentic me*) serta potret mental diri yang terbaik (*the best self*) yang menggambarkan sosok ideal (individu yang diidam-idamkan). Benda ini bisa digunakan untuk kedua gambar tersebut, khususnya digunakan untuk mencerminkan siapa diri kita, dan juga pada kesempatan lain cenderung digunakan untuk menjadi apa yang kita inginkan⁸.

Gaya hidup yang berbeda-beda juga menjadi salah satu tuntutan untuk dapat menyesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar dapat terpenuhi. Demi kepuasan konsumen, para pelaku industri berlomba-lomba meluncurkan produk-produk yang di perkirakan akan memenuhi keinginan konsumen termasuk perusahaan barang-barang *branded* seperti pakaian, aksesoris, kosmetik, dan lain sebagainya, yang tak mau

⁷ *Ibid.*

⁸ *Ibid.*

kalah dalam meluncurkan produknya agar dapat menarik konsumen untuk membeli barang tersebut, meskipun barang tersebut bukan suatu kebutuhan yang harus diprioritaskan. Menurut konsumen yang gaya hidupnya modern dan *fashionable*, memiliki barang-barang mewah dan bermerek adalah suatu kebutuhan, meskipun barang tersebut sudah dimiliki beberapa dan dengan merek yang sama. Namun, para konsumen ini relatif lebih suka untuk mengoleksi dari pada menjadikannya sebagai kebutuhan sehari-hari. Hal ini menjadi rutinitas untuk menunjang penampilan bagi konsumen tersebut agar terlihat lebih berkelas⁹.

Hal yang sering terjadi yaitu keinginan konsumen tersebut tidak sebanding dengan penghasilan yang di perolehnya, sehingga untuk memenuhi keinginan tersebut sebagian orang rela melakukan apa saja demi terpenuhi semua keinginannya baik itu dengan cara berhutang dan tak jarang juga ada yang sampai salah jalan agar bisa mendapatkan uang untuk memenuhi gaya hidupnya, pola konsumtif inilah yang kadang dapat merusak karakter seseorang. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor seperti faktor lingkungan dan media sosial yang selalu *up to date*.

Konsumsi sendiri adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan secara langsung dan memberikan kepuasan dengan cara mengurangi atau menggunakan manfaat suatu benda (barang atau jasa). Selain untuk tujuan memakan manfaat suatu benda, suatu benda juga digunakan sebagai benda ciptaan. Berbicara mengenai konsumsi, hal ini sangat berpengaruh terhadap pola hidup manusia. Konsumsi sendiri terbagi menjadi dua yaitu konsumsi umum, dan konsumsi dalam Islam. Pemanfaatan umum adalah pengaturan kepentingan individu dan utilitarianisme yang berarti meningkatkan pemenuhan individu. Pemanfaatan secara keseluruhan ini sering disebut berlebihan

⁹ Hasan, Muhammad, dkk. 2021. *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion*. *Jurnal Phinisi Integration Review*. Vol. 4, No. 2. Hal. 341.

karena secara keseluruhan konsumen memenuhi kebutuhan dasar, namun konsumen juga memuaskan keinginannya. Sementara pemanfaatan menurut pandangan Islam tergantung pada standar pemerataan, kerapian, keterusterangan, kemurahan hati, dan kualitas etika¹⁰.

Tujuan Islam adalah *maqasid al-syariah*, yang tentu saja berbeda dengan kerangka umum yang berlaku saat ini karena Islam tidak memandang keberlimpahan secara tidak perlu (materialistis), namun bergantung pada pemikirannya sendiri, lebih spesifiknya dijalankan dengan tujuan tertentu. kehidupan yang layak dengan berfokus pada persaudaraan dan keadilan finansial serta pemenuhan yang disesuaikan. antara kebutuhan mendalam dan kebutuhan material. Pemanfaatan adalah suatu perbuatan yang bersifat moneter yang diharapkan dapat membangun rasa cinta dan keyakinan kepada Allah SWT untuk mendapatkan keselarasan, kejayaan dan kesuksesan di alam akhirat (falah) baik dengan membelanjakan harta dan membiayai diri sendiri maupun sebagai amal saleh untuk membantu orang lain¹¹.

Muflih memaknai bahwa dalam sudut pandang keuangan Islam, kebutuhan manusia dibedakan menjadi 3, yaitu kebutuhan *dharuriyyat* (dasar), kebutuhan *hajiyyat* (penolong), dan kebutuhan *tahsiniyyat* (tersier). Kewajiban *dharuriyyat* merupakan kebutuhan yang mendasar dan paling utama. Kebutuhan-kebutuhan ini harus dipenuhi agar masyarakat dapat melanjutkan kehidupannya secara terhormat. Syarat-syarat tersebut antara lain *khifdu din* (perlindungan agama), *khifdu nash* (perlindungan nyawa), *khifdu 'aql* (perlindungan akal), *khifdu nasl* (perlindungan keturunan), dan

¹⁰ Suharyono. 2018. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Al-Intaj, Vol.4, No. 2. Hal. 309.

¹¹ Melis. 2015. *Prinsip dan Batasan Konsumsi* (Jurnal Islamic Banking, Vol.1, No. 1. Hal.13.

khifdu mal (perlindungan harta benda). Syarat *hajiyyat* muncul setelah syarat *dharuriyat* dan dipandang sebagai kebutuhan pilihan. Apabila syarat-syarat *hajiyyat* tidak terpenuhi, maka tidak akan mempengaruhi bantuan pemerintah terhadap manusia *khifdu maal*, namun mereka akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan kegiatan-kegiatan tertentu. Keharusan *dharuriyat* diperkuat dengan kebutuhan ini. Tujuannya adalah untuk menyederhanakan hidup, mengatasi hambatan, atau lebih mempertimbangkan lima aspek fundamental keberadaan manusia. Kebutuhan *tahsiniyah* adalah kebutuhan yang tidak merugikan dan tidak melemahkan lima hal yang paling mendesak: *khifdu din* (menjaga agama), *khifdu nafs* (menjaga nyawa), *khifdu 'aql* (menjaga nalar), dan *khifdu nasl* (anggota keluarga), dan *khifdu maal* (menjaga harta benda). naluri manusia. Kebutuhan ini muncul setelah terpenuhinya kebutuhan *dharuriyah* dan *hajiyyat*, kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang fundamental¹².

Berdasarkan teori konsumsi dan kebutuhan tersebut, maka dapat kita lihat perbedaannya. Dengan demikian, pola konsumsi dalam perspektif Islam dapat menciptakan seseorang untuk menjadi lebih dermawan dan tidak berlebih-lebihan seperti yang tercantum dalam surat Al-A'raf ayat 31¹³:

يٰٓبٰنِيٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَّلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya:

“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.”

¹² Muflih, Muhammad (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perfektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. Hal. 99.

¹³ Al-Qur'an dan terjemahan. Juz. 8

Menurut M. Quraish Shihab dalam terjemahan Al-Lubab, bait ini menjelaskan tentang salam memakai pakaian yang indah, pada dasarnya pakaian ini menutupi bagian rahasia karena pakaian yang terbuka akan berakibat buruk setiap kali memakainya saat memasuki masjid, keduanya masjid dalam kesan strukturnya unik dan dalam kesan luas. Bait ini juga berisi tentang arahan dan perintah makan dan minum yang halal, enak, bernilai dan mempunyai khasiat yang baik, namun dalam bait tersebut juga berpesan untuk tidak membesar-besarkan apapun, baik dalam cinta dengan memperbanyak teknik maupun jumlahnya, sebagai berikut. selain itu dalam makan dan minum atau apa saja, karena Allah SWT. tidak menyukai atau menoleransi siapa pun yang melebihi lebihkan apa pun dengan cara apa pun¹⁴.

Menurut tafsir Al-Azhar dijelaskan bahwa maksud berhias yaitu berhias menurut kemampuan kita. Contohnya jika kita hanya memiliki sehelai pakaian maka kita berhias dengan sehelai pakaian tersebut, jika kita memiliki lebih seperti kemeja, sarung, dan celana maka kita dapat berhias dengan pakaian tersebut terutama saat beribadah¹⁵. Berdasarkan penjelasan ayat diatas dapat kita lihat bagaimana Islam mengatur pola hidup dan konsumsi kita agar selalu berada dalam jangkauan syariat Islam dengan begitu kita akan lebih merasa aman dan nyaman dalam menjalani aktivitas kita sehari-hari.

Aceh adalah sebuah kabupaten atau wilayah yang terletak di Indonesia dan sebagian besar penduduk Aceh beragama Islam. Aceh juga dijuluki "Seuramoe Meukah" atau Serambi Mekkah, dimana Aceh dulunya merupakan jalan menuju Tempat Suci yang dikenal Mekkah untuk melaksanakan ibadah haji. Berikut adalah

¹⁴ Shihab, Quraish. (2012). *Tafsir Al-Lubab*. Penerbit Lentera Hati. Tangerang

¹⁵ Hamka .(1983). *Tafsir Al-Azhar Juzu' VII*. PT. Pustaka Panjimas. Jakarta.

jumlah pertumbuhan penduduk di Aceh selama 3 tahun terakhir, yaitu dari tahun 2019-2021:¹⁶

Tabel 1.1
Jumlah Penduduk di Aceh selama 3 Tahun terakhir

Provinsi di Indonesia	Jumlah Penduduk Menurut Provinsi di Indonesia (Ribu Jiwa)		
	2019	2020	2021
Aceh	5 372	5 275	5 334
Sumber : Publikasi Provinsi Aceh Dalam Angka			

Dari tabel diatas dapat dilihat jumlah pertumbuhan penduduk di indonesia terutama di wilayah aceh dari tahun 2019 hingga 2021 mengalami penurunan pada tahun 2020 yang awalnya berjumlah 5.372 di tahun 2019 menjadi 5.275 di tahun 2020. Kemudian pada tahun 2021 pertumbuhan penduduk kembali mengalami kenaikan yaitu menjadi 5.334. Hal ini bisa disebabkan oleh tingginya angka kematian dan minimnya angka kelahiran.

Di Aceh sendiri di kenal akan peraturan syariat Islamnya yang kental. Segala aktivitas masyarakat Aceh diatur berdasarkan Qanun syariat Islam, seperti pola konsumsi dan gaya busana yang diperbolehkan di Aceh. Hal ini dimaknai dalam Qanun Aceh Nomor 9 Tahun 2008 tentang pembenahan kehidupan dan adat istiadat adat, pasal 2 ayat (1), yang berbunyi: “Besarnya perkembangan dan kemajuan kehidupan dan adat istiadat adat mencakup gerak setiap jenis kegiatan publik.” Selanjutnya pasal 2 ayat (2) juga disebutkan: “mendorong, menciptakan, menjaga dan memelihara adat istiadat dan adat istiadat sebagaimana diharapkan pada ayat (1) diarahkan oleh sifat-sifat Islam.”¹⁷. Selain itu, Qanun

¹⁶ Badan Pusat Statistik, *Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara*. Diakses Dari <https://sulut.bps.go.id/indicator/12/958/1/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>. Diakses pada tanggal 07 Desember 2022. Pukul 14:35 WIB

¹⁷ Qanun Aceh. Nomor 9. Tahun 2008. *Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat*. Hal. 3

Aceh Nomor 11 Tahun 2002 tentang bidang kepercayaan, cinta kasih dan syi'ar Islam menjelaskan tentang tata cara berpakaian dan cara hidup yang dianjurkan bagi masyarakat Aceh¹⁸.

Gaya hidup suatu masyarakat dapat berubah sejalan dengan perkembangan zaman. Makna budaya masyarakat dapat terus dipengaruhi oleh perubahan gaya hidup dan perilaku konsumen misalnya para penduduk migrasi tertarik dengan status kelas sosial mereka salah satunya seperti mengkonsumsi barang-barang impor berupa kosmetik, makanan dan minuman, pakaian, aksesoris, serta peralatan rumah tangga, yang kebanyakan barang tersebut diproduksi dari negeri non muslim, kemungkinan belum terjamim kehalalannya. Akan tetapi hal ini dikhawatirkan dapat mengakibatkan kegiatan kehidupan masyarakat melenceng dari adat istiadat di Aceh yang berpedoman dengan nilai-nilai Islami. Salah satu alasan mengkonsumsi produk impor dilakukan demi menunjang kualitas penampilannya di depan banyak orang, sehingga dengan hal tersebut seseorang mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui penampilannya. Ini menjadi salah satu alasan bagi masyarakat yang bermigrasi pada suatu daerah, terutama masyarakat yang berusia 20 sampai 30 tahun, dimana yang sebelumnya hidup dengan sederhana kemudian mulai tertarik dengan kehidupan sosial yang ada di daerah tersebut salah satunya berlomba-lomba dalam menunjang penampilan, terutama jika penampilan tersebut terlihat mewah dan berkelas, dengan menggunakan produk-produk impor yang memberikan kesan mahal (*expensive*). Hal inilah yang dikatakan dengan penyesuaian diri.

Menurut Fahmi, perubahan diri dalam ilmu otak merupakan siklus unik yang bertujuan untuk mengubah cara berperilaku seseorang, sehingga ada keterhubungan yang lebih sesuai antara

¹⁸ Qanun Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Nomor 11. Tahun 2002. *Tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang Aqidah Ibadah dan Syiar Islam*. Hal. 1-14

diri sendiri dan iklim.¹⁹ Sementara itu, menurut Geurungan, arti keberagaman adalah mengubah diri sesuai kondisi normal, namun juga mampu mengubah iklim sesuai kondisi ideal²⁰. Di zaman modern ini, tentu saja masyarakat di berbagai belahan dunia akan terus menyesuaikan diri dalam mengikuti perkembangan teknologi, baik itu dari segi perekonomian hingga aktivitas sehari-hari yang tidak lepas dari piranti, tehnik atau instrumen yang menjadi tujuan dalam diri masyarakat sehingga menguasai hidup masyarakat tersebut.²¹

Masuknya budaya luar terkadang dapat menjadi salah satu kendala berkembangnya berbagai macam industri di Indonesia, industri-indutri tersebut harus mampu mengikuti tren produk dunia terutama bagi para remaja dan dewasa yang umumnya sudah mnggunakan berbagai macam jenis produk baik itu dari segi pakaian, makanan, kosmetik, interior, bahkan sampai dengan peralatan rumah tangga. Produk-produk luar yang kehalalannya masih diragukan, bahkan BPOM nya belum terdaftar sehingga tidak ada kejelasan apakah aman jika kita menggunakannya terutama bagi para muslim dan muslimah Indonesia yang benar-benar harus memperhatikan kandungan yang terdapat di dalam produk tersebut tersebut²². Meskipun demikian sebagian masyarakat ada yang mengabaikan hal itu dikarenakan ketertarikan mereka terhadap berbagai produk yang digunakan oleh para idola mereka, sehingga mereka penasaran dan ingin mencobanya, tanpa memikirkan halal tidaknya produk tersebut.

¹⁹ Fahmi. (1982). *Penyesuaian Diri, Pengertian Dan Peranannya Dalam Kesehatan Mental*. Jakarta: Bulan Bintang. Hal. 14.

²⁰ W.A Gerungan (2014). *Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama. Hal. 58.

²¹ Madjid, nurcholish. (2004). *Masyarakat Religius*. Jakarta: paramadina. Hal.5

²² Amrillah dan Brawijaya. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Syarikah* 2 (2). Hal. 296-311

Fenomena lain yang mempengaruhi gaya hidup masyarakat Aceh yaitu maraknya aktivitas perdagangan melalui situs online baik itu yang memiliki aplikasi maupun melalui sosial media. Selain itu, semenjak berlaku MEA (Masyarakat Ekonomi Asean), masyarakat Asia terutama masyarakat Indonesia lebih mudah dalam menjangkau produk-produk luar baik itu dari Sabang hingga Merauke dapat membeli produk impor dengan mudah melalui situs online. Hal ini tentu saja mempengaruhi pola pikir masyarakat terutama masyarakat yang mengedepankan gaya dan penampilan. Padahal, jika dilihat dari sudut pandang ekonomi, kecenderungan mengkonsumsi barang impor memang bisa berdampak buruk terhadap perekonomian masyarakat sekitar itu sendiri. Sebab, jika pembeli dalam negeri gemar membeli barang buatan asing, maka pihak yang paling diuntungkan adalah produsen barang impor, yang pada akhirnya membantu pihak asing (*i'alah 'alal ghair*) dan menimbulkan kecenderungan yang tidak baik secara sosial dan perekonomian bangsa²³.

Provinsi Aceh merupakan satu-satunya provinsi di Indonesia yang penduduk muslimnya terbanyak mencapai 98,57% dari total penduduk 5,33 juta jiwa.²⁴ Meski demikian hal tersebut tidak membatasi masuknya produk impor terutama produk-produk yang berasal dari China, Jepang dan Korea Selatan. Biasanya produk luar yang masuk ke Aceh yaitu berupa kosmetik, pakaian, tas, sepatu, makanan, minuman, dompet, dan lainnya. Tidak sedikit masyarakat Aceh yang gemar mengkonsumsi produk impor tersebut, terutama para wanitanya yang sangat menyukai

²³ Ramdhan, M.M. (2018). Hukum membeli produk impor dibanding produk lokal. Bahtsul Masail. Diakses dari <https://islam.nu.or.id/bahtsul-masail/hukum-membeli-produk-luar-negeri-dibanding-produk-lokal-NByqm>. Diakses pada tanggal 11 Desember 2022. Pukul 23:10 WIB

²⁴ Jaya, Fajar Hendra. 10 Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar di Indonesia, Nomor 1 Dijuluki Serambi Mekkah, <https://aceh.inews.id/berita/provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 13 Juni 2023. Pukul 13:15 WIB

gaya kosmetik, pakaian, bahkan makanan yang disuguhkan oleh negara Korea Selatan, China, dan Jepang. Adapun produk yang paling diminati oleh masyarakat Aceh terutama para wanitanya yaitu penggunaan kosmetik. Kosmetik merupakan hal penting bagi setiap wanita untuk menunjang penampilan. Riasan wajah ini memiliki berbagai tampilan yang dapat disesuaikan oleh konsumennya. Oleh karena itu, para wanita Aceh, terutama yang berusia muda, kebanyakan mencari referensi dari para model atau artis yang mereka sukai, sehingga merekapun membeli produk kosmetik yang berasal dari luar negeri yang sama digunakan oleh para artis tersebut. Adapun nilai produk impor yang masuk ke Indonesia dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Nilai barang impor di Indonesia selama 3 tahun terakhir
(dalam US\$)

Negara/ Tahun	CHINA	HONGKONG	REPUBLIC OF KOREA	JAPAN	TOTAL
2020	4,458,319,515	258,898,266	760,697,746	865,340,818	6,343,256,345
2021	6,315,277,151	295,612,360	950,753,019	1,342,533,773	8,904,176,303
2022	5,910,097,581	285,262,770	906,489,755	1,504,572,708	8,606,422,814
Totals	16,683,694,247	839,773,396	2,617,940,520	3,712,447,299	23,853,855,462

Sumber: bps.go.id (2023)

Tabel diatas menunjukkan nilai barang impor dari tahun 2020-2022. Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai barang impor di indonesia yang tertinggi pada tahun 2021 yaitu dengan total mencapai 8.904.176.303 USD atau jika dirupiahkan mencapai Rp132,7T. Hal ini menunjukkan bahwa peminat barang impor di Indonesia sangat banyak.

Di Aceh sendiri nilai barang impor berkembang dari tahun 2021 hingga Maret 2023. Pada tahun 2021 nilai impor di Aceh berjumlah 277.090 USD dan pada tahun 2022 nilai impor di Aceh meningkat menjadi 11.748.058 USD, dan pada Maret 2023 nilai

impor di Aceh semakin meningkat dengan jumlah mencapai 23.234.186 USD. Perkembangan nilai impor di Aceh setiap Tahun terus meningkat hal ini dapat diasumsikan bahwa sebagian besar masyarakat Aceh gemar berbelanja barang impor.²⁵

Oleh karena itu, industri produk dalam negeri harus berusaha agar dapat menciptakan produk yang kualitasnya sama dengan kualitas produk-produk dari negara-negara tersebut, agar lebih terjamin dan halal. Beberapa perusahaan sudah meluncurkan produk serupa juga berlabel halal, hal tersebut diharapkan dapat menarik minat pembeli dan lebih memilih produk-produk Indonesia berkualitas impor dan juga halal, sehingga aman untuk digunakan. Sangat disayangkan bahwa masih banyak masyarakat Aceh yang lebih memilih produk-produk impor ketimbang produk dalam negeri dengan berbagai macam alasan, seperti, alasan kualitas, merek, dan yang paling menarik yaitu harganya yang lebih murah saat dibeli diaplikasi belanja online. Biasanya kaum muda lebih memilih berbelanja melalui aplikasi online untuk mendapatkan barang-barang impor yang bermerek ketimbang membeli langsung ke pedagang pasaran, karena menurut sebagian mereka bahwa harga barang tersebut lebih murah dibeli secara online dari pada dibeli di pasar yang harganya lebih mahal. Adapun sebagian orang berpendapat jika membeli barang produksi dalam negeri harganya juga lebih mahal dan tidak sepenuhnya kualitasnya sama dengan merek impor yang mereka inginkan. Akan tetapi ada juga masyarakat yang berpendapat bahwa membeli barang impor dapat menunjang penampilan dan juga rasa percaya diri, penasaran dan ingin mencoba sesuatu yang berbeda, seperti makanan, minuman, pakaian dan kosmetik yang diproduksi di luar negeri lalu di promosikan melalui media sosial dan televisi. Kebanyakan alasan dan pendapat tersebutlah yang mendorong mereka untuk

²⁵Bps.go.id.<https://aceh.bps.go.id/pressrelease/2022/11/01/685/perkembangan-eksport-dan-impor-aceh--september-2022.html>. diakses pada tanggal 14 Juni 2023. Pukul 16.00 WIB

terus berebelanja barang impor, bahkan sebagian dari mereka tidak memperhatikan halal dan haramnya terutama dari segi kosmetik, makanan dan minuman yang sangat rentan terhadap eksploitasi komposisi dari barang-barang tersebut.

Oleh karena itu, mengingat dasar diatas, penulis tertarik untuk mengeksplorasi pola konsumtif dan gaya hidup masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk-produk impor dengan judul **“Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Aceh (Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor dan Kedudukannya dalam Hukum Islam)”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Kebutuhan dan keinginan merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam keberadaan manusia, namun seiring berjalannya waktu, dan kemajuan teknologi menjadi semakin modern, orang umumnya akan fokus pada keinginan daripada kebutuhan untuk mendukung gaya hidup sosialita. Pemikiran masyarakat yang materialistis dapat menimbulkan perilaku konsumeris dan keinginan yang luar biasa untuk mengklaim suatu benda tanpa berfokus pada kebutuhan. Sifat ini biasanya disebut dengan sifat implusif. Perilaku konsumtif implusif ini merupakan perilaku seseorang dalam membeli suatu barang secara tiba-tiba sesuai keinginan tanpa ada perencanaan. Sikap ini selalu ada pada setiap orang. Pembelian tergesa-gesa yang sering terjadi pada individu didorong oleh keinginan untuk mengklaim suatu barang, salah satunya adalah keinginan untuk memiliki barang-barang impor dan bermerek. Untuk dapat memuaskan keinginan tersebut, maka tak jarang seperti media sosial dan *e-commerce* menjadi sarana untuk mendapatkan barang-barang impor dengan mudah dan terjangkau, sehingga pembelian barang impor terus meningkat dan menenggelamkan para pengusaha produk lokal yang ada di setiap daerah karena berbagai faktor dan ujian. Berdasarkan landasan yang telah digambarkan, permasalahan yang dapat dibedakan adalah:

1. Memiliki dan mengonsumsi produk impor bukanlah suatu kebutuhan yang mutlak bagi manusia. Hal itu merupakan sebuah keinginan yang bisa di penuhi kapan saja dan tidak harus memenuhinya, karena produk tersebut hanya sebagai pelengkap dalam aktivitas sehari-hari. Namun, saat ini sebagian masyarakat terlihat banyak yang belomba-lomba untuk memenuhi keinginannya dari pada kebutuhannya, seperti membeli produk impor demi menunjang gaya dalam kehidupan sosial. Tak terkecuali masyarakat Aceh juga gemar mengonsumsi produk impor. Dilihat dari penjelasan tabel 1.2 dimana nilai impor yang terus meningkat dari waktu ke waktu. Dalam hal ini perlu di teliti bagaimana pola konsumsi masyarakat Aceh terhadap produk impor dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya
2. Dalam Ekonomi Syariah teori konsumsi Islam, dapat dipastikan bahwa inspirasi yang mendorong seseorang untuk melakukan praktik pemanfaatan juga harus sesuai dengan standar pemanfaatan itu sendiri, karena yang dimaksud dengan penggunaan barang yang bermanfaat dan jauh dari tabu. Motivasi utama di balik pemanfaatan seorang Muslim adalah untuk tujuan membantu dalam menghormati Allah. Padahal, mengonsumsi sesuatu dengan sepenuh hati untuk meningkatkan daya tahan tubuh dalam bertaqwa kepada Allah akan menjadikan pemanfaatannya bernilai cinta sehingga manusia mendapat pahala. Aceh merupakan daerah yang 98% penduduknya beragama Islam, dan merupakan daerah utama yang melaksanakan Qanun Syariat Islam di Indonesia. Untuk itu, penting untuk mensurvei contoh-contoh pemanfaatan yang dilakukan masyarakat Aceh sesuai dengan syariat Islam saat ini.
3. Besarnya permintaan terhadap produk impor yang masuk ke Indonesia terkhusus Aceh, menjadi suatu permasalahan yang harus di hadapi oleh para pengusaha produk lokal agar dapat

bersaing dengan produk impor tersebut dalam menarik minat konsumen. Terlebih jika produk impor yang masuk tidak memiliki sertifikasi halal, hal ini dapat berpengaruh terhadap pola konsumsi masyarakat Aceh yang mayoritas muslim. Produk-produk impor tersebut tidak hanya datang dari negara muslim saja, akan tetapi sering kali produk impor tersebut juga datang dari negara non muslim, yang kehalalannya masih di ragukan. Dengan demikian, untuk meninjau hukum tentang mengkonsumsi produk-produk impor dari negara non muslim tersebut dibutuhkan acuan atau gagasan dari para ahli fiqh, agar dapat menerapkan konsumsi yang Islami dikalangan Masyarakat Aceh.

1.3 Batasan Masalah

Batasan permasalahan yang terkandung dalam pemeriksaan ini adalah perilaku konsumtif masyarakat Aceh, faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi produk impor, serta pendapat para ahli terhadap konsumsi produk impor, di analisis menurut tinjauan hukum Islam.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah penelitian ini mengingat landasan, identifikasi masalah dan batasan masalah diatas:

1. Bagaimana perilaku konsumtif masyarakat Aceh terhadap produk impor?
2. Faktor-faktor Apa saja yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor?
3. Bagaimana analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh menurut hukum Islam?
4. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap konsumsi produk-produk impor yang berasal dari negara non-muslim?

1.5 Tujuan Penelitian

Sasaran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi masyarakat Aceh terhadap produk impor.

2. Untuk mengetahui faktor-faktor Apa saja yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor.
3. Untuk menganalisa bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh menurut hukum Islam.
4. Untuk mempelajari dan mencari solusi dalam menemukan hukum tentang kebolehan atau tidaknya mengkonsumsi produk impor yang berasal dari negara non muslim berdasarkan tinjauan hukum Islam.

1.6 Manfaat Penelitian

Dengan penelitian ini dipercaya dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta memperluas pandangan peneliti tentang perilaku konsumtif dan gaya hidup masyarakat Aceh berdasarkan perspektif ekonomi Islam.
- b) Bagi mahasiswa S1 dan S2 jurusan ekonomi syariah, diharapkan dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai bahan perbandingan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

c) Manfaat secara praktis

- a. Bagi daerah setempat, pemeriksaan ini dipercaya dapat dijadikan sebagai kontribusi kehidupan masyarakat agar selalu terarah kepada kebaikan seperti yang telah diatur dalam Islam terutama pola konsumsi yang tidak boleh berlebih-lebihan, mengingat zaman semakin maju dan teknologi semakin canggih, yang memudahkan segala macam aktivitas terutama dalam hal berbelanja yang bisa di akses melalui internet dan segala bentuk produk impor dapat di beli dengan mudah sehingga membuat ketagihan dan terus menerus membelinya demi

- memuaskan nafsunya baik itu untuk kepuasan gaya hidup maupun kepuasan untuk rasa penasaran.
- b. Bagi penulis, hasil eksplorasi ini dapat dijadikan media untuk mempersiapkan penalaran logis, dengan menerapkan disiplin ilmu logika yang didapat di sekolah.
 - c. Bagi pembaca, penelitian ini patut dijadikan sebagai titik tolak karena dapat menjadi referensi untuk penulisan selanjutnya.

1.7 Kajian Pustaka

Kajian pustaka merupakan penyelidikan terhadap hasil eksplorasi yang berkaitan dengan permasalahan yang ingin diperhatikan. Tinjauan literatur adalah presentasi metodis dari temuan penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian saat ini. Berdasarkan judul eksplorasi diatas, penulis menemukan beberapa hasil pemeriksaan yang berkaitan dengan eksplorasi yang akan dipimpin, antara lain:

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Nur Rahmah pada tahun 2018 dengan Judul: "*Impulsive Buying Behaviour* Dalam Perspektif Ekonomi Islam". Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif dalam ekonomi Islam adalah berdasarkan perilaku pembelian keinginan mashlahah untuk memenuhi keinginan kebutuhan yang mendatangkan keuntungan dan berkah bagi konsumen.²⁶

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tuti Alawiyah pada tahun 2020 dengan judul: "Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban". Temuan studi ini adalah sebagai berikut: Pertama, pusat perbelanjaan diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya perubahan sosial dalam budaya metropolitan. Kemajuan

²⁶ Rahmah, Nur. (2018). *Impulsive Buying Behaviour* Dalam Perspektif Ekonomi Islam. Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah. 1(2). Hal. 88-98

ini membentuk masyarakat nonkonformis yang contohnya adalah bahwa hubungan didasarkan pada hubungan status. Kedua, pembelian barang kebutuhan pokok yang berpindah dari sektor usaha konvensional ke pusat perbelanjaan merupakan salah satu ciri kemajuan pusat perbelanjaan sebagai metode pemanfaatan lainnya. Pergeseran pembelian ini dipicu oleh pusat perbelanjaan yang menawarkan produktivitas. Selain itu, reputasi mal sebagai tujuan berbelanja yang menyenangkan tidak dapat diabaikan. Ini adalah beberapa elemen yang berperan penting dalam perilaku konsumen yang tak terbantahkan di mata masyarakat dan merupakan hal yang lumrah di kalangan masyarakat, khususnya di jaringan metropolitan.²⁷

Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, dan I Nyoman Utama pada tahun 2020 dengan judul: “Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penawaran impor pakaian jadi bekas diatur dalam Pasal 2 Pedoman Kepaniteraan Bursa Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas Bekas. Gaun. Pakaian. Peraturan menyatakan bahwa pakaian bekas tidak boleh dibawa ke dalam domain Asosiasi. Republik Indonesia karena mempengaruhi bantuan pemerintah individu dan perekonomian. Dampak penjualan pakaian bekas impor memberikan dampak buruk bagi masyarakat, khususnya terhadap bantuan pemerintah dan perekonomian. Kesemutan, jamur versikolor, influenza dan penyakit lainnya juga bisa disebabkan oleh penggunaan pakaian bekas dari luar negeri. karena adanya entitas organik mikroba kecil yang menempel pada pakaian bekas. Oleh karena itu, terdapat kebutuhan untuk menerapkan prinsip-prinsip ini kepada masyarakat pada umumnya dan para pedagang

²⁷ Alawiyah, Tuti. (2020). Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*. Vol 1. No. 2. Hal. 161-181

pakaian daur ulang impor, serta menerapkan standar tersebut melalui pemogokan terhadap gudang penyimpanan yang mengangkut pakaian daur ulang impor ke para penyalur.²⁸

Keempat, penelitian yang dilakukan oleh Riski Febriana, Muh. Izza, Novendi Arkham Muftadi, dan Nur Fani Arisnawati pada tahun 2023 dengan judul: “Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia”. Hasil dari penelitian ini yaitu mengenai budaya yang saat ini sedang diperbincangkan yaitu budaya Hallyu. Hallyu atau Korean Wave merupakan perpaduan budaya dan respon terhadap globalisasi budaya Asia. Perilaku konsumsi adalah keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan guna memperoleh kepuasan yang sebesar-besarnya. Saat ini bermunculan bisnis kreatif dan market place yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan apa yang diinginkannya, termasuk barang-barang dari luar negeri. Fans dari grup idola Korea diketahui membeli berbagai versi, mengutip keinginan untuk mengumpulkan dan mengambil kartu foto untuk bersenang-senang, meskipun lagu di setiap versi memiliki tracklist yang sama. Dari segi bisnis, banyak penggemar yang mencari tempat jualan merchandise K-Pop berasal dari kalangan pelajar dan mahasiswa seperti pembuatan photocard decoration, jastip merchandise, mug, bantal, dan lain-lain. Pajak album K-Pop ini merupakan pajak yang dikenakan atas pembelian album K-Pop yang berasal dari Korea. Pembelian produk seperti album dari Korea termasuk pembelian barang impor yang dikenakan bea cukai.²⁹

²⁸ Dewi, Ni Made Indah Krisna, dkk. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 1. No. 1. Hal. 216-221

²⁹ Febriana, Riski, dkk. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*. Vol.2 no. 1. Hal. 212-221

Kelima, penelitian yang dilakukan oleh Karina Dewi Julianida Firman, Muhammad Fahmi Fauzi dan Tin Rustini pada tahun 2023 dengan judul: “Intensitas Penggunaan Produk Impor di Kalangan Mahasiswa UPI Cibiru Angkatan 2022”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beragam tanggapan dari para responden. Terdapat sebagian besar responden yang menyukai produk impor dan responden lainnya tidak menyukai produk impor tersebut atau dapat dikatakan lebih menyukai produk yang diproduksi di dalam negeri. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai macam alasan dari para responden terkait pemilihan produk impor maupun produk dalam negeri. Berdasarkan hal tersebut, produk impor dan produk dalam negeri memang memiliki perbedaan dari segi kualitas dan harga. Sebagian besar responden berpendapat bahwa produk impor memiliki kualitas yang lebih baik jika dibandingkan dengan produk-produk yang diproduksi di dalam negeri. Responden juga beranggapan bahwa produk impor memiliki nilai tersendiri yang sangat bagus dan dapat bermanfaat bagi kepuasan diri sendiri. Berdasarkan hal tersebut, produk impor dapat dinikmati oleh penggunaannya berdasarkan fungsi maupun hanya sebatas kepuasan diri sendiri.

Perbedaan kualitas dari produk luar negeri dan produk dalam negeri ini telah memberikan perhitungan dan pemahaman kepada para responden dalam memilih produk yang akan digunakan pada kehidupan sehari-hari. Produk impor memiliki kualitas yang tahan lama ketika digunakan sehari-hari daripada produk yang diproduksi dalam negeri, hal ini dapat disebabkan karena produk impor menggunakan alat-alat yang canggih ketika proses produksinya. Produk dalam negeri terutama di Indonesia dapat dikatakan belum sepenuhnya menggunakan alat-alat canggih dalam proses produksinya, hal ini karena alat-alat canggih belum banyak dijumpai di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, perbedaan alat-

alat yang digunakan ketika proses produksi suatu barang memang memberikan pengaruh signifikan terkait kualitas.³⁰

Tabel 1.3
Penelitian Terkait

No	Peneliti	Judul Penelitian	Alat analisis	Hasil penelitian
1	Nur Rahmah (2018)	<i>Impulsive Buying Behaviour</i> Dalam Perspektif Ekonomi Islam	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku pembelian impulsif dalam ekonomi Islam adalah berdasarkan perilaku pembelian keinginan mashlahah untuk memenuhi keinginan kebutuhan yang mendatangkan keuntungan dan berkah bagi konsumen.
2	Tuti Alawiyah (2020)	Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban	Kualitatif	Temuan studi ini adalah sebagai berikut: Pertama, pusat perbelanjaan diduga menjadi salah satu penyebab terjadinya perubahan sosial dalam budaya metropolitan. Kedua, pembelian barang kebutuhan pokok yang berpindah dari sektor

³⁰ Firman, Karina Dewi Julianida.dkk. (2023). Intensitas Penggunaan Produk Impor di Kalangan Mahasiswa UPI Cibiru Angkatan 2022. Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. vol.15. No. 1. Hal. 93-98

				usaha konvensional ke pusat perbelanjaan merupakan salah satu kualitas hasil pusat perbelanjaan sebagai cara pemanfaatan lainnya.
3	Ni Made Indah Krisna Dewi, Ida Ayu Putu Widiati, dan I Nyoman Utama (2020)	Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar	Kualitatif deskriptif	Pedoman pelaksanaan transaksi impor pakaian bekas diarahkan pada Pasal 2 Pedoman Imam Bursa Republik Indonesia Nomor 51/M-DAG/PER/7/2015 tentang Larangan Impor Pakaian Bekas yang digunakan. pakaian dilarang dimasukkan ke dalam ranah Negara Kesatuan Republik Indonesia karena mempunyai pengaruh terhadap kesejahteraan umum dan perekonomian.
4	Riski Febriana, Muh. Izza, Novendi Arkham Mubtadi, dan Nur Fani Arisnawati	Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea	Kualitatif	Saat ini bermunculan bisnis kreatif dan market place yang memudahkan masyarakat untuk mendapatkan apa yang diinginkannya, termasuk barang-barang dari luar negeri. Fans dari grup

	(2023)	Cukai di Indonesia		idola Korea diketahui membeli berbagai versi, mengutip keinginan untuk mengumpulkan dan mengambil kartu foto untuk bersenang-senang, meskipun lagu di setiap versi memiliki tracklist yang sama.
5	Dewi Julianida Firman, Muhammad Fahmi Fauzi dan Tin Rustini (2023)	Intensitas Penggunaan Produk Impor di Kalangan Mahasiswa UPI Cibiru Angkatan 2022	Kualitatif Deskriptif	Terdapat sebagian besar responden yang menyukai produk impor dan responden lainnya tidak menyukai produk impor tersebut atau dapat dikatakan lebih menyukai produk yang diproduksi di dalam negeri. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai macam alasan dari para responden terkait pemilihan produk impor maupun produk dalam negeri.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Menurut Yusri secara bahasa konsumen dapat diartikan sebagai orang yang mempunyai kontrak pribadi dengan penjual atau pelaku usaha. Sementara itu, menurut Harahap, dkk, pembeli dicirikan sebagai individu yang mengkonsumsi. Oleh karena itu, suatu bisnis tidak dapat berjalan tanpa pelanggan yang menggunakan produk atau layanan yang diiklankan.³¹

Secara khusus, Pasal 1 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Keamanan Konsumen menyatakan bahwa pembeli adalah setiap orang yang mempergunakan barang dan kantor yang terbuka bagi masyarakat umum, baik untuk melayani dirinya sendiri, keluarganya, orang lain atau makhluk hidup lainnya, dan tidak diperdagangkan. karena alasan tertentu.³²

Menurut Usman, perilaku konsumen adalah suatu siklus atau perkembangan yang berhubungan dengan bagaimana pembeli (orang, kelompok atau asosiasi) mencari, memilih, membeli, menggunakan dan menilai tenaga kerja dan produk untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Dalam situasi ini, pilihan pembelian pembeli dipengaruhi oleh cara mereka berperilaku.³³

2.1.1 Faktor Penentu perilaku Konsumen

Perilaku pembeli dalam mempertimbangkan dan menentukan pilihan pembelian sangat berfluktuasi. Oleh karena itu, ada empat

³¹ Zamzam, H. Fakhry & Aravik, Havis. (2020). *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish. Hal. 25.

³² *Ibid*.

³³ Usman, Hardius. Dkk. (2020). *Islamik Marketing: Sebuah Pengantar*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada. Hal. 107.

variabel yang perlu dipertimbangkan dalam memusatkan perhatian pada perilaku pembeli, khususnya:³⁴

1. Faktor Budaya

Budaya merupakan unsur penentu paling mendasar dalam kerinduan dan perilaku seseorang. Dalam situasi ini, budaya dapat dianggap sebagai pertimbangan utama dalam cara berperilaku dan perilaku pembelian yang dinamis.³⁵ Menurut Ferraro, hal ini dimungkinkan karena inti dari setiap kebudayaan adalah adanya nilai-nilai, keyakinan, dan anggapan-anggapan tentang kehidupan yang dianut oleh seluruh warga negara. Ferraro juga mengutip apa yang pernah diungkapkan Hofstede bahwa nilai-nilai diturunkan dari zaman ke zaman melalui pengalaman pendidikan dan kerja sama dengan keadaan saat ini, bukan melalui siklus turun-temurun. Kebudayaan bukanlah sesuatu yang diperoleh dengan mudah, melainkan sebuah siklus yang muncul secara bertahap di mata publik, yang meliputi: mempelajari nilai-nilai (keyakinan dan mentalitas), kerja sama dalam adat istiadat (latihan bersama), menunjukkan kegagahan (contoh yang baik), dan mencari tahu gambaran. (fantasi, legenda, pakaian, bahasa, dll). “Perbaikan mendasar” kebudayaan telah diperoleh sejak lahir, yang kemudian dipengaruhi oleh keluarga, sekolah, agama, lingkungan kerja, teman, TV, surat kabar, buku dan lain-lain.³⁶

Budaya bersifat dinamis, dimana budaya terus berkembang, menggabungkan pemikiran-pemikiran lama dengan pemikiran-pemikiran baru, dan lain-lain. Setiap masyarakat umum menentukan visinya sendiri mengenai dunia dan mengisi atau mengkonstruksi budaya tersebut dengan membuat dan melibatkan implikasi sebagai indikasi perbedaan sosial yang sangat penting.

³⁴ *Ibid.* Hal. 108

³⁵ Setiadi, J., N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta. Kencana. Hal. 259

³⁶ Usman.2020. *Islamik Marketing: sebuah...* Hal. 109

Budaya merupakan sifat penting suatu perkumpulan yang membedakannya dengan perkumpulan lainnya. Hal-hal yang perlu ditonjolkan dalam setiap pertemuan adalah nilai, bahasa, pemikiran kreatif, adat istiadat, kemampuan dan aturan yang mengasah cara berperilaku sosial. Kebudayaan adalah sesuatu yang didapat. Apa yang dimakan seseorang, cara mereka berpakaian, apa yang mereka pikirkan dan rasakan, bahasa apa yang mereka gunakan, mempunyai arti yang sangat berarti bagi suatu budaya. Sifat, praktik, dan peran sosial mereka telah dimasukkan ke dalam rutinitas sehari-hari mereka, hal ini mencakup segala sesuatu yang dilakukan pembeli tanpa secara sadar memilih untuk melakukannya.³⁷

Dalam menganalisis suatu budaya, pemasar harus mempertimbangkan beberapa isu berikut:

- a. Ada sejumlah tahapan berbeda dalam analisis makna budaya. Biasanya substansi sosial diselidiki pada tingkat masyarakat atau negara secara keseluruhan. Namun, mengingat budaya adalah kualitas yang dimiliki oleh suatu kelompok, pengiklan juga dapat menguraikan pentingnya subkultur atau kelas sosial secara sosial.
- b. Masalah selanjutnya adalah gagasan tentang kepentingan normal atau bersama. Budaya adalah suatu makna ketika beberapa anggota suatu kelompok sosial mempunyai makna mendasar yang sama.
- c. Pentingnya budaya dibuat oleh masyarakat. Peningkatan kepentingan sosial lebih jelas terlihat pada tingkat pertemuan yang lebih sederhana. Pada tingkat ekologi skala penuh, yayasan sosial seperti pemerintah, asosiasi yang ketat dan mendidik, serta organisasi juga terlibat dalam membangun kepentingan sosial.

³⁷ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen...* Hal. 262-263

- d. Implikasi sosial terus bergerak dan dapat mengalami perubahan yang cepat.
- e. Isu terakhir yaitu bahwa kelompok mempunyai perbedaan dalam tingkat kesempatan anggotanya dalam memilih dan memanfaatkan implikasi sosial tertentu.³⁸

2. Faktor Sosial

Manusia adalah makhluk sosial yang ditakdirkan untuk berinteraksi dengan manusia lain dan berkomunikasi dengannya. Saat berkomunikasi dan berinteraksi inilah manusia terpapar oleh informasi yang dapat mempengaruhi sikap dan perilakunya. Kelompok yang memberikan pengaruh sosial dalam suatu perilaku konsumen disebut grup referensi. Komunikasi sosial dalam kelompok referensi sering kali terjadi secara lugas, dekat, dan personal, yang dapat berdampak pada reaksi perasaan, ketajaman pikiran, dan perilaku. Pertemuan penting termasuk keluarga, sahabat, rekan kerja, pertemuan formal, pertemuan kegiatan rekreasi dan tetangga³⁹.

Oleh karena itu, dalam Islam disebutkan bahwa seseorang tidak akan memahami ajaran dan nilai-nilai Islam secara otomatis sejak lahir melainkan akibat pengaruh informasi, sehingga muncul ungkapan “seorang anak layaknya secarik kertas kosong”. Dengan demikian orang yang pertama kali memberi informasi atau menulis pada “kertas kosong” tersebut umumnya merupakan orang tua.

Orang tua mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi anak-anaknya, termasuk dalam masalah keyakinan beragama. Rasulullah bersabda⁴⁰ :

مَا مِنْ مَوْلُودٍ إِلَّا يُولَدُ عَلَى الْفِطْرَةِ فَأَبَوَاهُ يُهَوِّدَانِهِ أَوْ يُنَصِّرَانِهِ أَوْ يُمَجِّسَانِهِ كَمَا تُنْتَجِ الْبَهِيمَةُ بِهَيْمَةٍ جَمْعَاءَ هَلْ تُحِسُّونَ فِيهَا مِنْ جَدْعَاءَ

Artinya:

³⁸ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen...* hal. 263-264.

³⁹ *Ibid.* Hal. 194.

⁴⁰ Usman.2020. *Islamik Marketing: sebuah...* Hal. 112

“Tidaklah setiap anak yang lahir kecuali dilahirkan dalam keadaan fitrah. Maka kedua orang tuanyalah yang akan menjadikannya sebagai Yahudi, Nasrani, atau Majusi. Seperti hewan melahirkan anaknya yang sempurna, apakah kalian melihat darinya buntung (pada telinga)?”. (HR. Bukhari)⁴¹.

Yang dimaksud dengan informasi disini tidak hanya kata-kata atau ajaran yang keluar dari mulut orang tua, tetapi termasuk juga nilai-nilai, etika, sikap, serta tingkah laku orang tua. Dalam Islam orang tua dianjurkan untuk mengajarkan anak-anaknya dengan benar, sebab Allah akan meminta tanggung jawab atas apa yang diaajarkannya terhadap apa yang diajarkan pada anak-anaknya⁴².

Selain orang tua, pihak lain yang berdampak pada seseorang adalah teman. Hipotesis yang muncul secara umum ini sesuai dengan ajaran Islam ratusan tahun yang lalu yang dengan jelas mengungkapkan betapa besarnya pengaruh seorang sahabat terhadap seseorang. Rasulullah bersabda⁴³:

مَثَلُ الْجَلِيسِ الصَّالِحِ وَالسَّوِّءِ كَحَامِلِ الْمِسْكِ وَنَافِخِ الْكَيْرِ ، فَحَامِلُ الْمِسْكِ
إِمَّا أَنْ يُحْذِيكَ ، وَإِمَّا أَنْ تَبْتَاعَ مِنْهُ ، وَإِمَّا أَنْ تَجِدَ مِنْهُ رِيحًا طَيِّبَةً ، وَنَافِخُ
الْكَيْرِ إِمَّا أَنْ يُحْرِقَ ثِيَابَكَ ، وَإِمَّا أَنْ تَجِدَ رِيحًا خَبِيثَةً

Artinya:

“Permisalan teman yang baik dan yang buruk ibarat seorang penjual minyak wangi dan seorang pandai besi. Penjual minyak wangi mungkin akan memberimu minyak wangi, atau engkau bisa membeli minyak wangi darinya, dan walaupun tidak engkau tetap mendapatkan bau harum darinya. Sedangkan pandai besi, bisa jadi (percikan apinya) mengenai pakaianmu, dan walaupun tidak engkau tetap mendapatkan bau asapnya tak sedap”. (HR. Bukhari).

⁴¹ Fathul Bari Syarh Shahih Bukhari III. Hal. 248-249

⁴² Ibid. Hal. 112-113

⁴³ Ibid. Hal. 114

Mengingat klarifikasi di masa lalu, tampaknya unsur-unsur ramah berdampak pada cara pandang dan perilaku umat Islam, termasuk gaya hidup dan penggunaan uang untuk mengonsumsi tenaga kerja dan produk⁴⁴.

3. Faktor Personal

Faktor personal merupakan karakter pribadi seseorang, yang meliputi karakter demografis-sosial-ekonomi (seperti: umur, pekerjaan, pendapatan, dan sebagainya) dan karakter psikologis (kepribadian, konsep diri, gaya hidup, dan sebagainya). Karakter ini mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

a. Umur

Jika kita memperhatikan pola berpakaian anak muda, orang dewasa, serta kelompok senior, tentu akan terlihat bahwa gaya berpakaian yang berbeda-beda. Selain itu, selera terhadap makanan, kendaraan atau rekreasi juga berbeda antarkelompok umur. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dan gaya hidup dipengaruhi oleh umur seseorang⁴⁵.

b. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang di belinya. Sekelompok orang yang mempunyai pekerjaan yang sama atau bekerja di tempat yang sama, cenderung memiliki kesamaan dalam hal berpakaian, rekreasi, dan lain sebagainya. Hal ini disebabkan karena mereka sering bersosialisasi antara satu dengan yang lain, dan berbagi kesamaan nilai-nilai dan ide-ide. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen dapat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan⁴⁶.

c. Kondisi Ekonomi

Mengenai kondisi ekonomi, Dorota menyatakan bahwa pendapatan merupakan penentu utama dari perilaku pembelian. tingkat pendapatan mempengaruhi gaya hidup dan perilaku

⁴⁴ Usman.2020. *Islamik Marketing: sebuah...* Hal. 115

⁴⁵ Usman.2020. *Islamik Marketing: sebuah...* Hal. 116

⁴⁶ *Ibid...* Hal. 117

konsumen. Sejalan dengan hal tersebut, Solomon menyebutkan bahwa individu dari kelompok berpenghasilan rendah, lebih tertari untuk membeli produk yang dibutuhkan untuk menunjang kelangsungan hidup daripada produk dengan merek mewah atau pakaian dari seorang desainer. Oleh karena itu, faktor ekonomi merupakan faktor penentu utama dari perilaku konsumen dan dapat digunakan untuk memprediksi kecenderungan pembelian.⁴⁷

Perilaku konsumen dapat dipahami dalam 3 tahapan berikut:⁴⁸

1. Preferensi Konsumen, merupakan hal utama yang menjelaskan alasan seseorang cenderung lebih menyukai suatu jenis produk dari pada produk lain.
2. Garis Anggaran. Faktor harga menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam memutuskan produk yang dikonsumsi berdasarkan pendapatan yang diperoleh (*budget line*).
3. Pilihan untuk Pelanggan. Pelanggan mempunyai pilihan untuk memilih paket barang yang akan menghasilkan tingkat kepuasan terbesar bagi mereka dengan mempertimbangkan preferensi dan dana yang tersedia.

2.1.2 Motivasi Konsumen

Masyarakat akan terus menerus dihadapkan pada permasalahan kebutuhan hidup, baik kebutuhan esensial, pilihan, maupun tersier. Ketika Anda memenuhi kebutuhan hidup, Anda pasti membutuhkan uang tunai untuk mendapatkan apa pun yang benar-benar Anda inginkan dan butuhkan. Disitulah kita dapat mempersepsikan bagaimana masyarakat bertindak ketika dihadapkan pada persoalan kebutuhan hidup mereka dan cara bagaimana mereka berusaha memuaskan kebutuhan tersebut, inilah yang disebut dengan perilaku pembeli⁴⁹.

⁴⁷ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen...* Hal.117

⁴⁸ Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: sebuah pendekatan Ekonomi mikro perspektif Islam*. Yogyakarta. Graha Ilmu. Hal. 86

⁴⁹ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen..* Hal. 23

Kata latin *movere* yang berarti “dorongan” atau “gerakan” merupakan asal muasal motivasi. Bagi pelanggan, inspirasi adalah tokoh utama dalam mencapai hasil yang ideal. Sumber inspirasi batin seseorang adalah sesuatu yang tidak bisa dilihat dari luar. Motivasi akan terlihat melalui cara seseorang bertindak yang benar-benar layak untuk dilihat atau diperhatikan.⁵⁰

Memanfaatkan atau mengenali suatu kebutuhan adalah katalis untuk perilaku yang termotivasi. Ketika ada kebutuhan tetapi tidak mencukupi, kesesuaian antara situasi saat ini dengan situasi yang diinginkan atau diutamakan. Hal ini dikenal dengan istilah kegembiraan yang dilontarkan sebagai penghiburan, karena semakin besar dukungan yang diberikan, maka semakin besar pula reaksi mengerikan yang dirasakan⁵¹.

Keinginan seseorang untuk bergerak mencapai suatu tujuan dipicu oleh suatu kondisi yang disebut inspirasi pelanggan, yang merupakan ciri dari kepribadian. Suatu perilaku yang ditujukan untuk mencapai suatu tujuan kepuasan akan ditunjukkan dengan motivasi. Dengan demikian, motivasi dapat diartikan sebagai proses membujuk orang lain untuk melakukan suatu tindakan yang diinginkan⁵².

Adapun tujuan motivasi konsumen menurut setiadi adalah sebagai berikut⁵³:

1. Meningkatkan kepuasan
2. Mempertahankan loyalitas
3. Efisiensi
4. Efektivitas
5. Menciptakan suatu hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen.

⁵⁰ *Ibid.* Hal. 26

⁵¹ *Ibid.* Hal 27

⁵² *Ibid.* Hal 27

⁵³ *ibid.* Hal 31.

2.1.3 Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam

Menurut Zamzam dan Arafik, pemanfaatan adalah suatu gerakan untuk memenuhi kebutuhan lahiriah dan batin guna mengembangkan kemampuan manusia sebagai pekerja Allah SWT untuk memperoleh kesuksesan atau kepuasan di dunia dan akhirat (falah). Konsumen khususnya umat Islam harus senantiasa dan selalu bertindak sesuai dengan syariat Islam yang bersumber dari firman Allah (QS). Al-Maidah [5]: 87-88, serta Al-Isra' [17]: 27-28):

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾ وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾ إِنَّ الْمُبْدَرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾ وَإِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمْ رَحْمَةً مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا ﴿٢٨﴾

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu mengharamkan apa yang baik yang telah dihalalkan Allah kepadamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas. Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Dalam ayat tersebut menjelaskan tentang adab terhadap makanan dan minuman yaitu akan diuraikan sebagai berikut:⁵⁴

⁵⁴ Bacaan madani. 2018. kandungan Quran surat al-maidah ayat 87. Diakses pada tanggal 21 November 2022 dari bacaanmadani.com/2018/05/kandungan-quran-surat-al-maidah-ayat-87.html

1. Rasulullah Saw mengajarkan untuk membagi perut menjadi tiga bagian, yaitu sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minum dan sepertiga untuk bernafas. Ini adalah beberapa tuntunan yang diajarkan oleh Nabi Saw agar umatnya terjaga dari penyakit yang disebabkan oleh makanan dan minuman, keterangan diatas menunjukkan dimakruhkan memperbanyak dan mempersedikit makan sehingga menyebabkan lemahnya badan.
2. Tidak berlebihan dalam variasi makanan, sebagian ulama Abu Hanifah berkata: "Termasuk berlebihan jika terdapat diatas meja makan, roti dengan jumlah yang melebihi kebutuhan orang yang makan, dan termasuk berlebihan menyediakan makanan yang beragam."
3. Tidak memulai makan dan minum dalam sebuah majlis sementara di dalamnya terdapat orang yang lebih berhak melakukannya, baik karena lebih tua atau lebih mulia sebab perbuatan tersebut mengurangi nilai adab pribadinya.
4. Mendahulukan makan dari shalat pada saat makanan sudah dihidangkan, berdasarkan sabda Nabi Saw:

عَنْ ابْنِ عُمَرَ قَالَ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا كَانَ أَحَدُكُمْ عَلَى الطَّعَامِ فَلَا يَعْجَلْ حَتَّى يَقْضِيَ حَاجَتَهُ مِنْهُ

Artinya:

Dari Ibnu 'Umar radliallahu 'anhu berkata,; Telah bersabda Nabi Saw: *"Apabila seseorang dari kalian sedang makan janganlah dia tergesa-gesa hingga dia menyelesaikan kebutuhan (makan) nya"*. (HR. Bukhari) ⁵⁵

5. Dianjurkan makan dari apa-apa yang ada di pinggir piring bukan dari atasnya (bagian tengah makanan), berdasarkan sabda Nabi Saw:

⁵⁵ Imam Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari. Shahih Bukhari Juz 2. Hadits Bukhari No. 5041.

عَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِذَا وُضِعَ الطَّعَامُ فَخُذُوا مِنْ حَافَتِهِ وَذَرُوا وَسْطَهُ فَإِنَّ الْبَرَكَתَ تَنْزِلُ فِي وَسْطِهِ

Artinya:

Dari Ibnu Abbas dia berkata, "Rasulullah Saw bersabda: *"Apabila makanan telah di hidangkan maka ambillah dari pinggirnya dan tinggalkan tengahnya, sesungguhnya barakah itu turun di bagian tengahnya."* (HR. Ibnu Majah).⁵⁶

Penggunaan pada hakikatnya didasarkan pada dua hal, yaitu kebutuhan spesifik dan kemudahan atau kepuasan. Dalam penilaian keuangan konvensional, utilitas sebagai kewajiban atau organisasi digambarkan sebagai pemuasan kerinduan manusia. Faktanya, kebutuhan adalah gagasan yang lebih penting daripada sekadar keinginan. Jika kebutuhan dipenuhi berdasarkan gagasan manfaat, maka kebutuhan bergantung pada gagasan manfaat. Oleh karena itu, semua tenaga kerja dan produk yang memberikan masalah disebut kebutuhan manusia.

Dalam Islam, pemanfaatan sangat berorientasi pada kemaslahatan. Pada tingkat dasar, latihan pemanfaatan seorang muslim harus senantiasa dipusatkan dan melekat pada *maqasid al-syar'iyah* sebagai tujuan fundamental dalam Islam yang berujung pada keamanan agama, jiwa, otak, keturunan dan harta benda. Oleh karena itu, Islam sangat prihatin dengan permasalahan ini dan memberikan acuan baku, kerangka nilai ideal yang menjadi etika dalam mengkonsumsi, antara lain:

1. Hidup sederhana

Kehidupan yang sederhana adalah ciri seorang muslim. Setiap muslim dilarang untuk pamer sepanjang hidup sehari-hari. Seorang pembeli dapat mengkonsumsi apa pun yang diinginkannya, asal ia selalu mengingat keistimewaan orang lain. Karena standar penting pemanfaatan dalam Islam adalah kemudahan. Standar keterusterangan ini menunjukkan bahwa pembeli boleh

⁵⁶ Asy-Syaikh Al-Albani, Shahih Sunan Ibnu Majah. No. 2650

mengonsumsi suatu barang selama barang tersebut dapat memberikan kebaikan dan kesempurnaan, tujuan pastinya adalah membatasi diri kepada Allah SWT. Oleh karena itu, Islam menganjurkan agar masyarakat tidak terlalu kenyang saat mengonsumsi makanan karena dapat menghambat pertumbuhan dan aktivitas lainnya. Hal ini sesuai dengan sabda Nabi Muhammad SAW yang mengandung makna⁵⁷:

مَا مَلَأَ آدَمِيَّ وَعَاءَ شَرًّا مِنْ بَطْنٍ ، بِحَسْبِ ابْنِ آدَمَ لُقَيْمَاتٍ يُقِمْنَ صَلْبَهُ ،
فَإِنْ كَانَ لَا مَحَالَهَ ، فَثُلُثٌ لِبَطْنِهِ ، وَثُلُثٌ لَشَرَابِهِ ، وَثُلُثٌ لِنَفْسِهِ (رواه
الترمذي، رقم ٢٣٨٠)

Artinya:

"Tidak ada wadah yang dipenuhi manusia lebih buruk dari pada perut. Cukuplah bagi putra-putra anak Adam beberapa suap yang dapat menguatkan tubuhnya. Kalaupun harus memenuhi perutnya, maka hendaklah sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk bernafas." (HR. Ibnu Majah).⁵⁸

Dalam Islam konsumen dilarang untuk mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (kaum kebarat-baratan). Yang berkarakteristik mengikuti hawa nafsu. Karena perilaku konsumtif tersebut tidak didasarkan pada teori kebutuhan *need*, tetapi didorong oleh hasrat (*desire*) dan keinginan (*want*)⁵⁹.

2. Memperhatikan yang halal *thayyib*

Dalam Islam, kehalalan suatu barang yang dikonsumsi sangatlah baik. karena tuntutan ajaran Islam sendiri harus dijadikan landasan bagi kepuasan perilaku konsumsi. Sesuai Asnawi (2017), minat terhadap kebutuhan dianjurkan pada tenaga kerja dan produk yang diperbolehkan dalam Islam. Pola pemanfaatannya juga diubah

⁵⁷ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen...* Hal. 35

⁵⁸ Abdurrahman, Abu Alula Muhammad. (2008). *Syarah Sunan Tirmidzi* jilid 2.

⁵⁹ Zamzam dan arafik, *Etika bisnis Islam...* Hal. 29

sesuai dengan kaidah Islam, misalnya fokus pada kehalalan, sehat, tidak merugikan, dan bermanfaat bagi diri sendiri dan orang lain.⁶⁰

3. Tidak menghambur-hamburkan harta secara boros.

Dalam Islam sifat *mubazir* sangat dilarang. Oleh karena itu, salah satu prinsip utama dan pokok bagi seorang Muslim baik dalam keadaan lapang, apalagi dalam keadaan kesusahan adalah tidak menghambur-hamburkan secara boros (*mubazir*).

4. Rajin berinfaq

Basri S. menegaskan bahwa dalam Islam, perilaku dan gaya hidup seorang konsumen tidak boleh berlebihan (*isyraf*) atau boros (*tabzir*), meskipun dianggap kaya atau sukses. Karena pada dasarnya motivasi penggunaan dalam Islam tidak semata-mata untuk memuaskan barang (utilitas), namun perhatiannya tertuju pada aset untuk mencapai kepuasan yang ekstrim, khususnya kepuasan hidup yang kekal.⁶¹ Adapun pendapatan konsumen dalam Islam seharusnya digunakan untuk berinfaq, sedekah, zakat dan lain sebagainya agar memperoleh kenikmatan di akhirat nanti.

5. Tidak menawar diatas penawaran orang lain

Islam melarang konsumen untuk membeli barang yang sedang ditawarkan oleh orang lain. Larangan ini dijelaskan oleh Rasulullah Saw dalam sabdanya:

لَا يَبِيعُ الرَّجُلُ عَلَى بَيْعِ أَخِيهِ وَلَا يَخْطُبُ عَلَى خُطْبَةِ أَخِيهِ إِلَّا أَنْ يَأْذَنَ لَهُ

Artinya:

“janganlah seseorang menjual diatas jualan saudaranya. Janganlah pula seseorang khitbah (melamar) diatas khitbah saudaranya kecuali jika ia mendapat izin akan hal itu”(HR. Muslim).⁶²

⁶⁰ Asnawi, Nur. Dan M. Asnan (2017) pemasaran Syariah: teori, filosofi, dan isu-isu kontemporer. Edisi 1 cetakkan 1. Depok: Rajawali pers. Hal. 2555

⁶¹ Zamzam dan Arafik, Etika bisnis Islam... hal.31

⁶² Imam Al-Mundziri. 2016. Mukhtasur Shahih Muslim. Hadits No. 56/1414. Hal. 381

2.1.4 Konsep Islam Tentang Kebutuhan

Kebutuhan adalah ide yang berharga. Ketika suatu hal belum sepenuhnya terselesaikan oleh gagasan kemanfaatan, maka kebutuhan dalam Islam masih diunggulkan oleh gagasan *masalahah*. Hal ini bermaksud untuk mewujudkan bantuan pemerintah manusia (*maslahat a-'ibad*). Dengan demikian, seluruh tenaga kerja dan produk yang mengandung masalah (bantuan pemerintah) dapat disebut sebagai kebutuhan manusia⁶³.

Menurut Syatibi, *masalahah* adalah kemampuan pemerintah yang sah untuk mempengaruhi bagian-bagian penting dan tujuan kehidupan manusia di planet ini. Kehidupan, harta, agama, akal, dan keturunan, menurut Syatibi merupakan lima landasan keberadaan manusia. Oleh karena itu, tenaga kerja dan produk merupakan inti dari kelima komponen tersebut dan mempunyai manfaat bagi manusia, hal ini disebut kebutuhan. Seorang muslim dibujuk untuk mendapatkan atau mengirimkan tenaga kerja dan produk apa pun sesuai kebutuhannya untuk memenuhi lima komponen dasar ini. Semua sumber daya diarahkan untuk memenuhi kebutuhan utama. Hal ini disebabkan kebutuhan utama terbatas, maka tidak diperlukan sumber daya yang tidak terbatas untuk memenuhinya.⁶⁴

Pemenuhan kebutuhan dapat memberikan manfaat ekstra secara fisik, mendalam, ilmiah atau materi, sedangkan memuaskan nafsu akan meningkatkan kepuasan atau manfaat mental meskipun ada manfaat lain. Contoh-contoh Islam tidak menghalangi pembeli untuk memenuhi kebutuhan atau keinginannya, sepanjang pemenuhannya dapat meningkatkan kehormatan pembeli. Masyarakat diarahkan untuk mengkonsumsi tenaga kerja dan produk yang halal dan berkualitas dengan pengendalian dan pengendalian tertentu, meskipun pada kenyataannya semua hal di

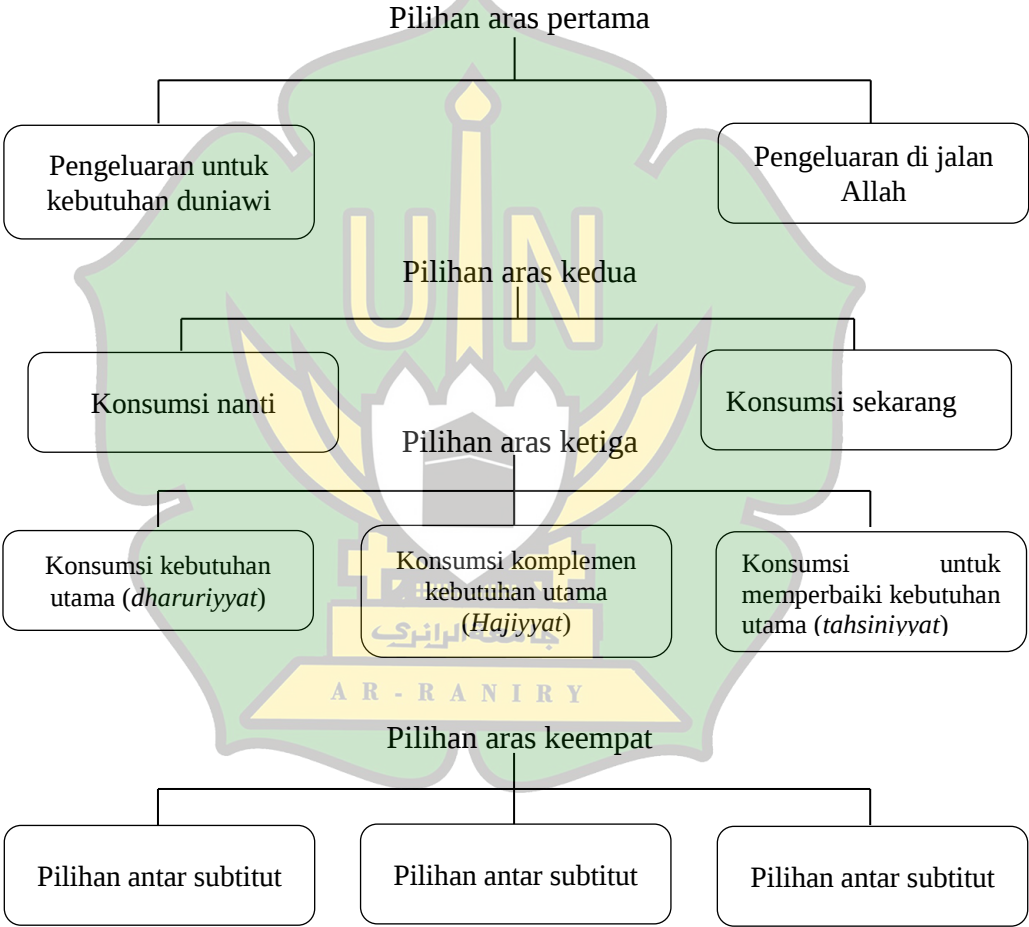
⁶³ Khan, M. Fahim .(2014). *Esai-esai ekonomi islam*. Jakarta: Rajawali Pers. Hal. 36

⁶⁴ Khan, M. Fahim .(2014). *Esai-esai ekonomi...* hal. 42

muka bumi ini bertujuan untuk mengatasi permasalahan kemanusiaan.⁶⁵

Ilustrasi berikut ini menggambarkan beberapa cara untuk melihat hasil dari melakukan analisis perilaku konsumen dalam kerangka Islam:

Gambar 2.1
Pilihan yang Dihadapi Konsumen



Sumber: Khan (2014)⁶⁶

⁶⁵ P3EI. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta. Rajawali Pers. Hal. 130

⁶⁶ Khan, M. Fahim .(2014). *Esai-esai ekonomi....hal. 43*

2.1.5 Perilaku Konsumsi Masyarakat Aceh

Konsumsi adalah tindakan yang digunakan untuk melibatkan pihak yang layak atau administrasi karena alasan tertentu, baik untuk pemenuhan atau untuk mengatasi masalah klien. Menurut Keynes, penggunaan pemanfaatan yang disebabkan oleh wilayah keluarga dalam perekonomian bergantung (secara langsung berhubungan) dengan seberapa besar bayarannya. Pengujian antara berapa besar pemanfaatan dan berapa besar bayarannya disebut *Minor Penchant to Consume (MPC)*. Pendapatan yang digunakan untuk aktivitas konsumsi meningkat secara proporsional terhadap MPC. Sementara itu, Modigliani menuturkan, pemanfaatan seseorang tidak hanya bergantung pada seberapa besar gajinya, namun di sisi lain juga dipengaruhi oleh banyaknya dana cadangan, spekulasi, dan sebagainya.⁶⁷

Sementara itu, Samuelson menyatakan bahwa elemen penting yang mempengaruhi dan menentukan berapa banyak yang dibelanjakan untuk penggunaan adalah kelebihan uang tunai sebagai faktor utama, gaji dan gaji yang sangat tahan lama sesuai siklus kehidupan, kekayaan dan variabel jangka panjang lainnya seperti elemen sosial dan asumsi mengenai keadaan keuangan di kemudian hari.⁶⁸

Adapun di Provinsi Aceh, jumlah konsumsi baik makanan maupun non-makanan terus meningkat dari tahun ke tahun. Dilihat dari data jumlah konsumsi tahun 2018-2020, pengeluaran masyarakat Provinsi Aceh lebih banyak untuk konsumsi makanan

⁶⁷ Rezky, M. Aulia dan Syahnur, S. (2017). Konsumsi Masyarakat Urban di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. Vol. II (2). Hal. 285-296.

⁶⁸ Afdhal, M., Syahnur, S. Dan Nasir, M. (2014) Konsumsi di Provinsi Aceh. *Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*. Vol II (3). Hal. 11-20.

dibandingkan untuk non-makanan. Lebih jelasnya data konsumsi provinsi Aceh dapat dilihat pada tabel berikut:⁶⁹

Tabel 2.1
Tabel Jumlah Konsumsi Makanan/Non-Makanan
Provinsi Aceh

Kelompok Barang konsumsi	Jumlah Konsumsi/Pengeluaran Makanan/Non-Makanan Provinsi Aceh (Rupiah)		
	2018	2019	2020
Makanan	547 668,08	559 299,71	595 634,83
Bukan Makanan	426 149,27	434 133,62	484 536,41
Total	973 817,35	993 433,33	1 080 171,23

Sumber: BPS Prov. Aceh (2023)

Berdasarkan tabel diatas telah kita lihat bahwa konsumsi masyarakat Aceh terhadap makanan lebih tinggi dari pada non makanan, oleh karena itu, Pemerintah harus terus mengupayakan pertumbuhan ekonomi yang tinggi dengan menggerakkan sektor-sektor produktif, memperluas kesempatan kerja, dan menciptakan lingkungan usaha yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Hal ini pada akhirnya akan meningkatkan pemanfaatan masyarakat sebagai salah satu elemen penggerak perekonomian masyarakat.

2.1.6 Gaya Hidup dan nilai-nilai

Gaya hidup Menurut Kotler, ini adalah contoh individu yang hidup di dunia yang dikomunikasikan dalam aktivitas, minat, dan kesimpulan mereka. Sementara itu, Satish dan Rajamohan

⁶⁹ Bps Provinsi Aceh.(2023). Jumlah Konsumsi/Pengeluaran Makanan/Non-Makanan Provinsi Aceh (Rupiah), 2018-2020. Diambil dari website <https://aceh.bps.go.id/indicator/5/233/1/jumlah-konsumsi-pengeluaran-makanan-non-makanan-provinsi-aceh.html>. Pada tanggal 05 Juli 2023. Pukul 13.00 Wib

mengkarakterisasi cara hidup sebagai pengaturan terkoordinasi dari perspektif, nilai, minat, anggapan, dan perilaku individu. Mengingat sentimen-sentimen ini, gaya hidup dapat diartikan sebagai pendekatan individu dalam mengkomunikasikan mentalitas, karakter, kecenderungan, perilaku dan kesimpulan terhadap suasana umum. *Way of life* pada dasarnya adalah cara berperilaku yang mencerminkan permasalahan nyata yang ada dalam otak konsumen, yang pada umumnya akan menyatu dengan berbagai hal yang berkaitan dengan permasalahan lingkungan sekitar dan mental pembeli.⁷⁰ Gaya hidup terdiri dari atas tiga dimensi, yaitu:⁷¹

1. Aktivitas, menggambarkan bagaimana konsumen menghabiskan waktunya, misalnya untuk bekerja, menyalurkan hobi, atau berlibur.
2. Minat, merupakan preferensi dan prioritas konsumen, contohnya makanan, olah raga, atau kebersamaan dengan keluarga.
3. Pendapat, merupakan informasi mengenai perasaan konsumen tentang berbagai isu yang berbeda, seperti tentang politik atau produk.

Dalam mempelajari gaya hidup maka masalah pertama yang harus dipahami adalah mengenai karakter sosial. Karakter sosial merupakan susunan karakter yang menjadi ciri umum suatu kelompok contohnya bangsa atau kelas yang menentukan secara efektif tindakan-tindakan dan pemikiran-pemikiran para anggotanya. Konsep karakter sosial mengacu pada pola struktur karakter yang umum ditemukan dalam suatu kelompok. Hal ini menandakan bahwa faktor fundamental dalam pembentukan

⁷⁰ Setiadi.(2015). *Perilaku Konsumen* Hal. 80

⁷¹ Usman.2020. *Islamik Marketing: sebuah...* Hal. 121

karakter sosial adalah praktek hidup sebagaimana dibentuk oleh model produksi dan stratifikasi sosial yang dihasilkan.⁷²

Setiap sistem sosial dan ekonomi bukan hanya satu sistem relasi-relasi spesifik antara benda-benda dan institusi-institusi, tetapi suatu sistem relasi antar manusia. Jadi konsep dan praktek sosialisme jenis apapun harus dipahami dalam rangka relasi antar manusia. Prinsip utama sosialisme adalah bahwa manusia lebih utama dari benda apapun. Karena hidup lebih utama daripada harta. Dan oleh sebab itu, kerja keras lebih bernilai daripada modal. Nilai tertinggi semua tatanan sosial dan ekonomi adalah manusia itu sendiri. Tujuan masyarakat ialah menawarkan kondisi-kondisi yang perlu bagi perkembangan sepenuhnya atas segala potensi manusia, baik itu akal budi, rasa cinta, dan kreativitasnya.

Produksi dan konsumsi harus diabdikan pada kebutuhan perkembangan diri manusia, bukan sebaliknya. Konsekuensinya, semua produksi harus tunduk pada prinsip manfaat sosial, dan bukan keuntungan material segelintir orang atau perusahaan. Maka sebuah pilihan harus dibuat antar produksi yang makin bertambah di satu pihak, dan kebebasan lebih besar dan perkembangan kemanusiaan di lain pihak. Kadang-kadang nilai kemanusiaan harus berhadapan dengan nilai material⁷³.

Memang agar dapat hidup secara manusiawi, kebutuhan materi dasar harus dipenuhi terlebih dahulu, namun konsumsi tidak menjadi tujuan dalam dirinya sendiri. Semua usaha untuk merangsang kebutuhan materi masyarakat demi profit semata secara moral tidak dapat dibenarkan. Pemborosan sumber daya material

⁷² Fromm, Erich. (2006). *Dari Pembangunan Menuju Sosialisme Humanistik*. Jakarta. Pelangi Cendekia. Hal. 16-17

⁷³ Fromm, Erich. (2006). *Dari Pembangunan Menuju Sosialisme...* Hal. 97

dan konsumsi rakus demi konsumsi itu sendiri amat merusak upaya pematangan kemanusiaan manusia⁷⁴.

Jadi, nyata sekali bahwa titik lemah masyarakat kontemporer yang mengaku diri modern adalah tidak punya cita-cita, tidak punya idealisme, tidak punya keyakinan, dan tidak punya visi⁷⁵. Sebagaimana yang kita ketahui bahwa dalam masyarakat tradisional, pria mempunyai peran lebih besar dibanding perempuan termasuk dalam hal bekerja maupun keputusan pembelian suatu produk, baik yang di butuhkan oleh keluarga ataupun individu. Akan tetapi, seiring dengan perkembangan zaman sudah banyak wanita yang bekerja. Hal tersebut menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan peran pekerjaan dari pria ke wanita. Dan salah satu aktivitas manusia adalah menghabiskan uang dan waktu, dengan demikian ketika para wanita bekerja, maka mereka memiliki penghasilan sendiri yang dapat mereka belanjakan dimanapun dan kapanpun.

Perubahan cara hidup ini mempengaruhi perubahan preferensi (preferensi masyarakat bersifat unik), kecenderungan dan perilaku pembelian. Keinginan untuk menjalani hidup sepenuhnya adalah perubahan lain yang bisa terjadi. Semakin banyak perempuan yang bekerja, begitu pula laki-laki yang bekerja dengan tingkat kesibukan yang semakin tinggi, sehingga membuat semakin sedikit waktu untuk menghargai hidup dengan bersenang-senang, misalnya saja liburan, menonton film di bioskop atau hal-hal lain yang bersifat selingan. Hal ini menghasilkan desain pemanfaatan yang berbeda-beda. Wanita yang bekerja dengan sangat sibuk mencoba mencari kesempatan untuk bersenang-senang dengan mengubah perilaku makan mereka. Apabila ketika tidak sibuk mereka makan dan makan di rumah, namun pada saat

⁷⁴ Fromm, Erich. (2006). *Dari Pembangunan Menuju Sosialisme...* Hal. 98

⁷⁵ Fromm, Erich. (2006). *Dari Pembangunan Menuju Sosialisme...* Hal. 113

sibuk mempunyai kesempatan dan tenaga untuk bersenang-senang, maka mereka mengubah pola makannya. Misalnya, sarapan pagi sambil mengemudikan kendaraan atau makan siang dengan nasi peras di area kerja tempat kerja.

2.2 Produk Impor

Dalam pertukaran global ada yang disebut latihan komoditas dan impor. Pertumbuhan perekonomian suatu negara sangat dipengaruhi oleh adanya kegiatan ekspor dan impor. Impor adalah pergerakan membawa barang dagangan ke wilayah tradisi. Impor dapat diartikan sebagai pergerakan membawa barang dagangan dari suatu negara (luar negeri) ke dalam wilayah tradisi negara lain. Definisi ini menyiratkan bahwa kegiatan impor mencakup dua negara. Dalam situasi ini, kepentingan dua organisasi antara kedua negara dapat diatasi, yang bersifat unik dan tentunya juga memiliki pedoman dan bertindak sebagai penyedia dan bertindak sebagai negara penerima manfaat.⁷⁶

Dalam memenuhi kebutuhannya, harus ada satu hal yang menyebabkan negara tersebut perlu menjalin hubungan baik dengan negara lain. Salah satunya, pada gerakan finansial ini. Tujuan lain dari kegiatan impor adalah untuk memperkuat keseimbangan pembayaran dan mengurangi lonjakan perdagangan asing ke luar negeri.

Keuntungan dari tindakan ini adalah memungkinkan suatu negara untuk mendapatkan bahan-bahan alami, tenaga kerja dan produk untuk barang-barang yang jumlahnya dibatasi secara lokal atau yang tidak dapat dikirimkan secara lokal. Implikasinya, hal ini menjunjung tinggi keamanan negara. Alasan sahnya pedoman mengenai Impor ini diatur dalam Keputusan Kepala Jenderal Bea dan Cukai Nomor KEP-07/BC/2003. Sehubungan dengan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 453/KMK.04/2002 tentang

⁷⁶ Kementerian Keuangan (Direktorat Jendral BEA dan CUKAI). *Informasi Impor*. Diakses pada tanggal 16 Mei 2023 dari <https://bcbekasi.beacukai.go.id/informasi-impor>

Tata Cara Kepabeanan di Bidang Impor dan petunjuk pelaksanaan tata cara tersebut. Produk yang ditempatkan untuk diedarkan secara bebas di dalam wilayah tradisi (*homegrown*), yang dibawa dari luar wilayah tradisi (luar negeri) dikenakan kewajiban impor kecuali dikecualikan atau diberikan pengecualian.

2.2.1 Jenis-Jenis Impor

Berdasarkan praktiknya, impor dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Macam-macam impornya adalah sebagai berikut:⁷⁷

1. Impor untuk Dipakai; tindakan memasukkan barang/administrasi ke dalam wilayah adat Indonesia yang ditentukan untuk dimanfaatkan, dimiliki atau dibatasi oleh orang perseorangan yang berdomisili di Indonesia.
2. Impor Sementara; tindakan memasukkan produk/administrasi ke dalam ranah tradisi Indonesia yang maksudnya akan dikirim kembali ke luar negeri dalam jangka waktu 3 tahun
3. Impor Angkut Lanjut/ Terus; kegiatan memindahkan barang dagangan menggunakan kantor pengangkutan dimulai dari satu kantor kemudian ke kantor berikutnya tanpa adanya siklus *dumping* terlebih dahulu.
4. Impor untuk Ditimbun; tindakan memindahkan barang dagangan menggunakan kantor pengangkutan dimulai dari satu kantor kemudian ke kantor berikutnya dengan melalui sistem *dumping* terlebih dahulu.
5. Impor untuk *Re-ekspor*; tindakan memindahkan barang yang telah diimpor tetapi masih berada dalam daerah pabean agar dapat diekspor kembali ke tempat lain. Hal ini berlaku untuk produk impor dengan syarat; tidak sesuai permintaan, salah kirim, rusak, tidak memenuhi kebutuhan khusus, ada penyesuaian pedoman.

⁷⁷ *Ibid.*

Dapat dikatakan bahwa impor merupakan kegiatan pertukaran internasional dengan memasukkan produk ke dalam wilayah adat Indonesia yang dilakukan oleh orang atau organisasi yang ikut serta dalam impor suatu komoditas dengan memperhatikan pengaturan peraturan perundang-undangan dan pedoman-pedoman yang sesuai yang dapat menimbulkan kewajiban impor.

2.2.2 Dampak dari kebiasaan mengkonsumsi produk impor

Salah satu cara untuk membuka perekonomian suatu negara terhadap pertukaran global adalah melalui impor. Praktisnya setiap negara terlibat dalam perdagangan internasional, yang bergantung pada rasio produksi barang suatu negara terhadap impornya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi.

Kegiatan impor dapat menyebabkan dua masalah, langsung jika impor lebih penting daripada pengiriman yang menyebabkan berkurangnya perdagangan asing dan juga jika sebagian besar barang yang diimpor adalah produk pembeli yang menyebabkan berkurangnya kinerja dalam negeri. Persyaratan pengendalian impor adalah tidak adanya bea masuk atas impor barang dagangan yang mengakibatkan penurunan harga dan penciptaan produk lokal. Agar impor barang tidak merugikan perekonomian dalam negeri, maka harus diawasi secara ketat.⁷⁸

2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi produk impor

2.3.1 Sikap masyarakat dalam mengkonsumsi suatu barang

Sikap masyarakat turut mempengaruhi pola konsumsi yang mereka lakukan. Hal ini mengacu pada teori sikap yang dijelaskan oleh Rakhmat bahwa sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Misalkan, saat seseorang mengalami peningkatan

⁷⁸ Arthatiani dan Deswati. 2020. *Strategi Pengendalian Impor Mackarel Sebagai Bahan Baku Usaha Pemindang*. Jurnal Kebijakan Sosek KP. Vol. 10. No. 1. Hal. 41

pendapatan maka ia cenderung untuk membelanjakan atau mengkonsumsi lebih banyak. Sikap ini terdiri dari tiga dimensi yaitu kognitif, afektif, dan *behavioral*. Rakhmat menyatakan bahwa dimensi afektif adalah dimensi yang berhubungan dengan rasa suka atau tidaknya seseorang terhadap objek sikap. Dimensi kognitif merupakan dimensi yang berhubungan dengan pengetahuan atau pemahaman seseorang terhadap objek sikap. Dimensi *behavioral* adalah dimensi yang berhubungan dengan kecenderungan seseorang untuk mengikuti objek sikap.⁷⁹

Adapun pengaruh masuknya barang impor ke Indonesia disebabkan oleh sejumlah faktor. Seperti faktor target market, perilaku konsumen hingga persoalan global. Hal itu disampaikan Peneliti Ahli Utama BRIN, Syahrir Ika. Ia menyatakan bahwa kemampuan produksi barang di Indonesia masih belum kuat.

Faktornya, pertama memang kapasitas produksi Indonesia masih kurang besar. Dan akhirnya negara asing melihat itu sebagai peluang pasar ekonomi. Faktor kedua menurut Syahrir adalah adanya perilaku konsumen yang berubah. Mulai dari memilih barang-barang biasa jadi barang-barang bermutu. Hal itu sebagai bentuk bagian dari perilaku era modern masyarakat saat ini. Perubahan tersebut sangat nyata terlihat dari gaya hidup masyarakat menengah keatas. Ada perubahan gaya hidup dari para masyarakat Indonesia, terutama mereka yang kelas menengah. Di mana mereka memang mau mengonsumsi barang-barang dengan standar mutu bagus. Sedangkan, barang-barang yang diproduksi di Indonesia itu standar mutunya masih kurang, dan variasinya kurang. Karena perilaku masyarakat sekarang mencari produk yang variasi, yang punya keunikan, itu kelemahan perekonomian Indonesia yang akhirnya diisi oleh negara asing.

⁷⁹ Setiawan, Evelyn. 2014. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Fashion Lokal Dan Impor*. Jurnal *Economia*. Vol. 10. No. 1. Hal. 41

Lalu faktor selanjutnya terkait persoalan global, di mana pemulihan ekonomi belum normal dari sebelumnya. Dan akhirnya masyarakat yang memiliki kemampuan untuk membeli juga merendah. Tidak hanya Indonesia, negara lain juga merasakannya. Jadi, penurunan ini artinya pendapatan masyarakat dunia itu turun, permintaan turun ini yang membuat ada pilihan untuk membeli.

Sementara itu, Sekjen Asosiasi UMKM Indonesia, Edy Misero, juga mengungkapkan jika langkah pengawasan, dan pengetatan harus segera dilakukan. Terkhususnya untuk barang-barang impor yang masuk ke Indonesia. Ia mengatakan bahwa barang impor yang masuk ke Indonesia sudah beredar luas dan menguasai pasar Indonesia dan hal ini benar-benar segera diatasi agar perekonomian di Indonesia tetap stabil dan UMKM tetap menjadi pilihan masyarakat. Jadi, diharapkan dengan begitu, otomatis produk impor itu akan terbandung masuk ke Indonesia, dan pelaku UMKM dapat bergegas mempersiapkan produk lokalnya, sehingga tidak ada kesenjangan terhadap kebutuhan produk.⁸⁰

2.3.2 Sosial Kemasyarakatan

Manusia adalah orang-orang yang tidak bisa bertahan hidup tanpa orang lain atau tanpa bergaul satu sama lain, melainkan berkolaborasi satu sama lain. Dalam pergaulan dengan orang lain, jelas hal itu tidak sealamiah yang dibayangkan. Karena setiap orang jelas memiliki pribadi atau karakter yang berbeda, maka sering muncul diskusi mengenai penilaian atau kesalahan. Setiap individu tentu mempunyai perspektif berbeda terhadap perubahan, yang kemudian membentuk kelompok-kelompok yang mempunyai

⁸⁰ Vinta. 2023. Masuknya Barang Impor ke Indonesia Dipengaruhi Berbagai Faktor. Diakses dari <https://www.rri.co.id/pusat-pemberitaan/nasional/397917/masuknya-barang-impor-ke-indonesia-dipengaruhi-berbagai-faktor>. Diakses pada tanggal 24 Desember 2023.pukul 10.43 WIB.

perspektif yang sama terhadap perubahan. Untuk bisa memilih membentuk sebuah partai, tentunya ada syarat-syarat yang menjadi pemahaman bersama.⁸¹

Latihan sosial daerah adalah latihan bersama individu-individu daerah yang bersifat sosial (tidak mencari tambahan uang) di lingkungan tempat tinggalnya. Masyarakat terus berkembang dan berkembang. Unsur-unsur budaya tersebut dapat terjadi karena faktor dalam diri yang berasal dari dalam diri setempat itu sendiri, dan dapat juga karena faktor alam dari luar. Yang dimaksud dengan perubahan ramah adalah penyesuaian hubungan antar manusia, perkumpulan atau jaringan yang dihubungkan dengan desain sosial atau contoh nilai dan standar. Dengan demikian, penyesuaian penyelidikan merupakan suatu perubahan “sosio-sosial”, karena manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat dipisahkan dari budaya.⁸²

2.3.3 Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat

Peningkatan inovasi data membawa perubahan pada masyarakat. Pengenalan hiburan online menyebabkan cara berperilaku individu menghadapi perubahan dalam masyarakat, moral, dan standar yang ada. Indonesia, dengan jumlah penduduk yang besar dan masyarakat yang beragam suku, ras dan ketatanegaraannya, mempunyai potensi perubahan sosial yang sangat besar. Hampir semua orang di Indonesia memiliki akses terhadap media sosial dan menggunakannya untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kepada masyarakat umum, tanpa memandang usia atau lingkaran sosial mereka.⁸³

⁸¹ Goa, Lorentius. 2017. *Perubahan Sosial Dalam Kehidupan Bermasyarakat*. Jurnal SAPA. Vol. 2. No. 2. Hal. 53

⁸² Ibid. Hal. 54

⁸³ Cahyono, Anang Sugeng. 2016. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. Jurnal Publiciana. Vol. 9. No. 1. Hal. 140

Media sosial adalah media elektronik, di mana klien dapat berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten termasuk buku harian web, asosiasi kasual, wiki, pertemuan, dan dunia maya. Buku harian online, jaringan kasual, dan wiki adalah jenis hiburan virtual paling terkenal yang digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia. Dampak positif dari hiburan elektronik adalah memudahkan kita untuk bekerjasama dengan banyak orang, memperluas pergaulan, jarak dan waktu saat ini tidak menjadi penghalang, lebih mudah menyampaikan pemikiran, penyebaran informasi dapat terjadi dengan cepat, biaya yang dikeluarkan pun semakin besar. lebih murah. Sebaliknya, kelemahan media sosial mencakup fakta bahwa media sosial mengurangi interaksi tatap muka antara teman dekat dan anggota keluarga, menyebabkan konflik, membahayakan privasi, dan membuat penggunaanya terkena pengaruh negatif orang lain. Kehadiran hiburan virtual telah mempengaruhi aktivitas masyarakat di arena publik. Perubahan dalam hubungan persahabatan atau sebagai perubahan keseimbangan (harmoni) hubungan sosial dan segala jenis perubahan landasan persahabatan dalam masyarakat umum, yang mempengaruhi kerangka sosial, termasuk nilai-nilai, mentalitas dan standar perilaku pribadi antar kelompok di kancan publik. Perubahan sosial yang positif, misalnya kemudahan mendapatkan dan meneruskan data, memperoleh keuntungan sosial dan finansial. Sementara itu, perubahan sosial pada umumnya bersifat negatif, seperti berkembangnya pertemuan-pertemuan demi agama, kebangsaan, dan standar perilaku tertentu yang terkadang menyimpang dari standar yang ada.⁸⁴

Kita adalah masyarakat konsumen di mana yang kita ketahui konsumen adalah orang yang mengkonsumsi, dan mengkonsumsi berarti menggunakan sesuatu atau barang: memakannya, menggunakannya, bermain dengannya dan

⁸⁴ *Ibid.*

membuatnya untuk memuaskan kebutuhan dan kepuasan (Bauman, 2001). Kelangsungan masyarakat konsumen didukung oleh perkembangan teknologi digital, termasuk media sosial, di mana media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook dan lainnya mendorong dan mempermudah proses konsumsi. Orang menggunakan media digital untuk mendapatkan informasi tentang jejaring sosial. Masyarakat mengalami perubahan ketersediaan media, informasi dan hiburan, dimana penggunaan teknologi digital menjadi daya tarik. Menurut Bauman masyarakat konsumen tidak lagi memedulikan unsur kebutuhan, atau kebutuhan dan prioritas, dimana kepuasan emosional dan keinginan untuk mengkonsumsi lebih penting (Bauman, 2001). Menurut Toffler, masyarakat kontemporer bergerak menjauh dari pemisahan produksi dan konsumsi, yang menandakan reintegrasi mereka dalam "kebangkitan prosumer".⁸⁵

Prosumer bukan hanya mengkonsumsi tetapi menjual keuntungan melalui pemasaran keterlibatan yang dipersonalisasi di media sosial untuk menciptakan kemewahan dan nilai merek sosial secara bersamaan. Agen prosumer adalah influencer media sosial yang memiliki pengikut dan kemampuan untuk mempengaruhi pengikutnya di media sosial dengan menampilkan video, foto dan juga caption dalam unggahannya yang dapat memberikan keinginan, harapan dan berdampak pada pola perilaku konsumsi pengikutnya.

Evolusi masyarakat konsumen di era digital dan munculnya influencer media sosial adalah orang-orang yang membuat nama untuk diri mereka sendiri melalui pengetahuan dan keahlian mereka pada topik tertentu. Mereka membuat postingan media sosial yang relevan sesuai pilihan mereka dan mendapatkan pengikut yang bersemangat. Salah satu topik yang menjadi fokus para social

⁸⁵ Putri, Rasdica Denara Hernowo. 2023. *Simulcra dan hyperreality: feshion Influencer Instagram*. Jurnal Politik dan Sosial Kemsyarakatan. Vol. 15. No. 1. Hal. 2

media influencer adalah topik fashion atau yang disebut dengan fashion influencer yaitu seseorang yang menggunakan media sosial dan membuat konten seperti selfie yang dapat mewakili dirinya, video tutorial, menggunakan sesuatu seperti yayasan dan ulasan produk yang mereka konsumsi untuk mendapatkan banyak pengikut di media sosial mereka dan mendapat manfaat dari berbagai sponsor seperti produsen kosmetik dan toko online.⁸⁶

2.4 Ekonomi Syariah

Hadirnya ekonomi Islam sejalan dengan kehadiran Islam di muka bumi. Ekonomi Islam bukanlah hasil karya dari pemikiran manusia. Ide-ide moneter menurut sudut pandang Islam merupakan bagian yang tidak dapat dibedakan dari hikmah dan kaidah Islam itu sendiri. Masalah keuangan Islam telah diperintahkan dan dilatih oleh Nabi Muhammad SAW. Sebagai pembawa pesan-pesan Islam. Karena Islam dan urusan keuangan merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan, maka kajian keuangan Islam tidak bisa lepas dari standarisasi aspek keuangan, yang disebut juga dengan urusan keuangan positif.

Ilmu Ekonomi islam membagi permasalahan ekonomi dalam dua kelompok yaitu *science of economic* dan *doctrin of economic*. Menurut Baqar As-Sadr perbedaan mendasar antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional adalah filosofi ekonomi, bukan pada ilmu ekonomi. Filososfi ekonomi membahas dasar pemikiran nilai-nilai Islam dan batasan syariah, sedangkan ilmu ekonomi berisis alat-alat analisa ekonomi yang dapat digunakan. Meskipun demikian, gerakan dan wacana mengenai penerapan ekonomi Islam dalam aktivitas ekonomi sehari-hari dalam konteks kehidupan modern merupakan bentuk perjuangan Islamisasi ilmu itu sendiri.

⁸⁶ *Ibid.*

Ekonomi Islam adalah ilmu yang mempelajari usaha manusia dalam mengalokasikan dan mengelola sumber daya guna mencapai fahlah berdasarkan prinsip dan nilai-nilai Al-Quran dan Sunnah dikenal dengan istilah ekonomi Islam. Aspek keuangan Islam bukan sekedar tindakan aktivitas keuangan yang dilakukan oleh umat dan jaringan Muslim yang ada, namun juga merupakan enkapsulasi perilaku keuangan berdasarkan hikmah Islam. Ini menggabungkan perspektif mengenai berbagai isu, membedah dan mengusulkan jawaban pilihan untuk berbagai isu moneter.

2.4.1 Sistem Ekonomi Islam

Kerangka keuangan Islam adalah kerangka moneter yang bergantung pada pelajaran dan nilai-nilai Islam. Sumber hikmah tersebut bersumber dari Al-Quran, Sunnah, ijma' dan qiyas. Nilai-nilai sistem ekonomi ini telah dinyatakan oleh Allah SWT sebagai ajaran yang sempurna karena merupakan inti dari keseluruhan ajaran Islam yang komprehensif. Seperti yang dimaknai dalam Q.S Al-Ma'idah ayat 3 sebagai berikut:⁸⁷

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالْدَّمُ وَلَحْمُ الْخِزْيِرِ وَمَا أَهْلٌ لِّغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخَنِقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ وَالنَّطِيحَةُ وَمَا أَكَلَ السَّبُعُ إِلَّا مَا ذَكَّيْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقْسِمُوا بِالْأَزْلَامِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ الْيَوْمَ يَبْسُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ دِينِكُمْ فَلَا تَخْشَوْهُمْ وَاخْشَوْنِ الْيَوْمَ أَكْمَلْتُ لَكُمْ دِينَكُمْ وَأَتَمَمْتُ عَلَيْكُمْ نِعْمَتِي وَرَضِيْتُ لَكُمُ الْإِسْلَامَ دِينًا فَمَنِ اضْطُرَّ فِي مَخْمَصَةٍ غَيْرِ مُتَجَانِفٍ لِإِثْمٍ فَإِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿٣﴾

Artinya:

"Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan (daging hewan) yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang (sempat) kamu sembelih. (Diharamkan pula) apa yang disembelih untuk berhala.

⁸⁷ Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta. Kencana. Hal. 11

(Demikian pula) mengundi nasib dengan azlām (anak panah), (karena) itu suatu perbuatan fasik. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu. Oleh sebab itu, janganlah kamu takut kepada mereka, tetapi takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Aku sempurnakan agamamu untukmu, telah Aku cukupkan nikmat-Ku bagimu, dan telah Aku ridai Islam sebagai agamamu. Maka, siapa yang terpaksa karena lapar, bukan karena ingin berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S. Al-Ma'idah: 3: 6)

Dalam Tafsir Ibnu Katsir, melalui surah Al Maidah ayat 3 Allah SWT memberitahukan kepada hamba-hamba-Nya mengenai larangan memakan bangkai-bangkai yang diharamkan, yaitu hewan mati dengan sendirinya tanpa melalui proses penyembelihan dan tanpa proses pemburuan. Imam Ibnu Katsir menjelaskan, pengharaman bangkai ini dilakukan karena terdapat mudarat (bahaya) baik bagi agama maupun tubuh manusia, mengingat darah pada hewan-hewan tersebut masih terperangkap di dalam tubuhnya.

Selain bangkai, Allah SWT juga mengharamkan darah untuk dikonsumsi. Menurut Ibnu Katsir, yang dimaksud darah di sini adalah darah yang dialirkan, sebagaimana terdapat dalam firman-Nya yang lain:⁸⁸

قُلْ لَا آجِدُ فِي مَا أُوحِيَ إِلَيَّ مُحَرَّمًا عَلَى طَاعِمٍ يَطْعَمُهُ إِلَّا أَنْ يَكُونَ مَيْتَةً أَوْ دَمًا مَسْفُوحًا أَوْ لَحْمَ خِنزِيرٍ فَإِنَّهُ رَجَسٌ أَوْ فِسْقًا أُهِلَّ لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَإِنَّ رَبَّكَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya:

“Katakanlah, “Tidak kudapati di dalam apa yang diwahyukan kepadaku, sesuatu yang diharamkan memakannya bagi yang ingin memakannya, kecuali daging hewan yang mati (bangkai), darah yang mengalir, daging babi – karena semua itu kotor – atau hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah.

⁸⁸ Kristina. (2022). Surah Al Maidah Ayat 3 Arab, Latin, Arti, dan Tafsirnya. diakses pada tanggal 18 mei 2023 dari <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6461382/surah-al-maidah-ayat-3-arab-latin-arti-dan-tafsirnya#>

Tetapi barangsiapa terpaksa bukan karena menginginkan dan tidak melebihi (batas darurat) maka sungguh, Tuhanmu Maha Pengampun, Maha Penyayang.”(Q.S. Al-An'am: 145)

Disebutkan dalam suatu hadits, ada dua jenis bangkai dan darah yang diharamkan, yakni bangkai ikan dan belalang serta darah hati dan limpa. Hadits ini diriwayatkan Abu Abdullah Muhammad ibnu Idris Asy-Syafi'i dari Ibnu Umar secara marfu' bahwa Rasulullah SAW bersabda:

أَحْلَلْنَا لَنَا مَيْتَاتٍ وَدِمَانًا، فَأَمَّا الْمَيْتَاتُ فَالْحَوْتَ وَالْجَرَادُ، وَأَمَّا الدِّمَانُ فَالْكَبِدُ وَالطُّحَالُ

Artinya:

"Dihalalkan bagi kita dua jenis bangkai dan dua jenis darah. Adapun dua jenis bangkai yaitu ikan dan belalang, dan dua jenis darah yaitu hati dan limpa." (H.R. Ibnu Majah)⁸⁹

Imam Ibnu Katsir menafsirkan lebih lanjut, daging babi baik yang jinak maupun liar, daging hewan yang disembelih bukan atas nama Allah (misalnya untuk berhala atau tagut dan semacamnya) juga haram dikonsumsi. Kemudian daging hewan yang tercekik baik disengaja maupun karena kecelakaan, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas juga haram, kecuali yang sempat disembelih. Selain makanan, Allah SWT juga mengharamkan tindakan mengundi nasib dengan anak panah.

Islam memerintahkan manusia untuk berkoordinasi dalam segala hal, kecuali dalam melakukan dosa terhadap Allah atau menganiaya hewan secara individu. Pengakuan atas kolaborasi yang disarankan dalam Islam dapat diselesaikan dalam rencana apa pun. Untuk menjaga keadilan, Allah telah menempatkan "mizan", skala yang paling tepat dan tidak memihak. Tidak ada yang bisa mengabaikannya, sehingga tidak ada yang menjadi penyintas ketidakadilan.⁹⁰

⁸⁹ Sunan Ibnu Majah. No. 3314

⁹⁰ Ibid. Nasution. *Pengenalan...* Hal. 14.

2.5 Kerangka Teori

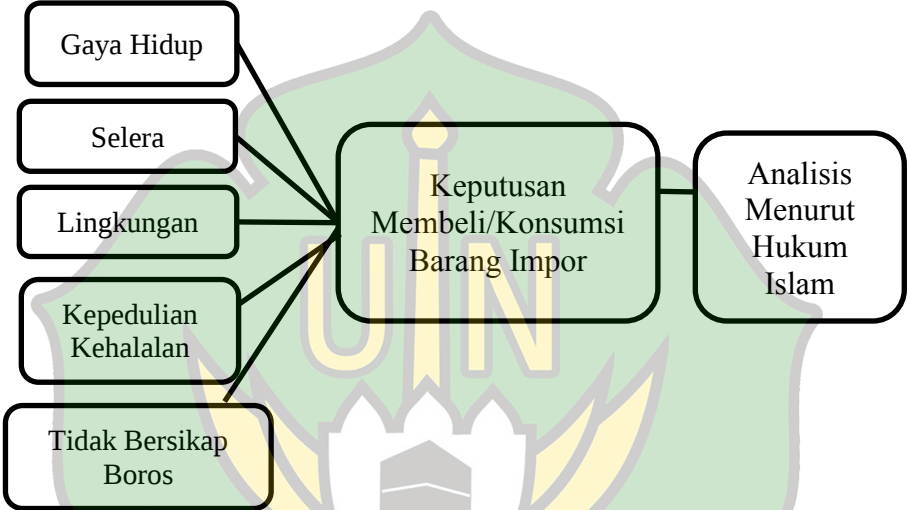
Pada penelitian perilaku konsumtif masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, penulis menemukan masalah tentang bagaimana masyarakat Aceh lebih menyukai barang-barang impor dari pada barang hasil produksi sendiri. Mulai dari perkembangan teknologi yang menghasilkan *smartphone*, sosial media, dan hadirnya e-commerce yang memudahkan untuk dapat mengakses pasar internasional. Dengan berbagai perubahan berikut, maka kehidupan masyarakat Aceh yang semulanya kental akan syariat dan budaya, sedikit demi sedikit mulai memudar, karena banyaknya penyimpangan yang mulai dianggap lumrah, seperti konsumsi yang berlebihan untuk menunjang penampilan yang mengarah pada budaya luar. Lebih disayangkan lagi, beberapa dari perempuan Aceh bahkan tidak malu untuk mengumbar auratnya demi berpenampilan seperti artis mancanegara, baik dari segi pakaian, hingga makanan dan minuman. Untuk menunjang penampilannya tentu saja mereka akan mengkonsumsi produk impor yang sama, tanpa peduli apakah produk tersebut halal atau tidak, baik untuk di gunakan atau tidak. Hal ini biasanya berpengaruh pada remaja dan juga para pemuda yang masih rentan akan perubahan gaya hidup. Sebagian masyarakat Aceh juga mulai menyukai barang-barang yang *branded* sehingga mereka berlomba-lomba mengoleksi barang yang sama setiap kali barang tersebut mengeluarkan koleski terbaru.

Maka atas permasalahan tersebut penulis ingin memberi gambaran yang berkaitan dengan perilaku konsumtif masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, dengan menerapkan beberapa cara salah satunya mengurangi belanja barang yang tidak dibutuhkan dan berhenti mengikuti gaya hidup orang lain. belajar untuk mengelola keuangan dan belajar untuk menjadi diri sendiri membangun identitas yang baik.

Dari permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk meneliti Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Aceh dalam

Mengonsumsi Produk Impor (Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi dan Hukum Islam). Maka dibuatlah sistem hipotetis yang merupakan proses berpikir pencipta sebagai berikut:

Gambar 2.2
Kerangka Konseptual



Sumber: Data Diolah (2023)

BAB III

PROSEDUR PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Metode penelitian deskriptif kuantitatif adalah metode yang menggunakan angka-angka untuk menarik kesimpulan dari fenomena yang dapat diamati dan menggambarkan, mengkaji, dan menjelaskan sesuatu yang diteliti sebagaimana adanya. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang hanya menggambarkan item-item dalam suatu variabel yang dieksplorasi, tidak direncanakan untuk menguji suatu spekulasi tertentu. Selanjutnya dapat diketahui bahwa penelitian kuantitatif jelas adalah penelitian yang menggambarkan, meneliti dan memahami suatu keanehan dengan informasi (angka-angka) apa adanya tanpa bertujuan untuk menguji suatu spekulasi tertentu.⁹¹

3.2 Jenis dan Sumber Data

Secara umum, data merupakan keterangan mengenai sesuatu dari suatu unit pengamatan, yang dapat berbentuk angka (bilangan) atau bukan bilangan. Data yang berbentuk bilangan disebut data kuantitatif (*quantitative data*) atau data numerik (*numerical data*) sedangkan data yang berbentuk bukan bilangan disebut data kualitatif (*qualitative data*)⁹².

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Informasi esensial (data primer) adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan dengan menyebarkan beberapa rangkaian pertanyaan, sedangkan informasi opsional (data sekunder) adalah data yang diperoleh secara efektif dan dikutip langsung

⁹¹ Sulistyawati, W., Wahyudi, dan Trinuryono, S. (2022) Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa dengan Model *Blended Learning* Di Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Kadikma*. Vol. 13. No.1. Hal. 68-73.

⁹² Asra, Abuzar dan Rudiansyah. (2013) *Statistika Terapan*. Jakarta: IN MEDIA. Hal. 6.

(dokumentasi) dari kantor atau lembaga yang berhubungan dengan eksplorasi.

Sumber data dalam suatu penelitian merupakan subjek darimana data dapat diperoleh⁹³. Adapun yang menjadi sumber data penelitian ini adalah masyarakat Aceh yang diwakili oleh kab. Pidie Jaya, Kab. Aceh Besar dan Kota Banda Aceh. Alasan penulis mengambil tiga wilayah ini yaitu, strategi, mudah dijangkau semua orang, dan merupakan pusat *trend* perdagangan.

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam eksplorasi ini adalah masyarakat lokal Islam di Aceh yang mengkonsumsi atau menggunakan barang dagangan impor. Populasi adalah suatu wilayah tambahan yang terdiri dari benda-benda/benda-benda yang mempunyai jumlah tertentu yang masih diudarkan oleh para ahli untuk dipusatkan dan kemudian ditarik. Sementara itu, model sangat berarti untuk mengetahui jumlah dan sifat masyarakat⁹⁴.

3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling (area sampling)*. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan daerah populasi yang telah ditetapkan⁹⁵.

Jadi sampel dalam penelitian ini merupakan masyarakat kabupaten Pidie Jaya, masyarakat Kabupaten Aceh Besar dan masyarakat Kota Banda Aceh yang berusia sekitar 20-35 tahun.

⁹³ Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal. 172

⁹⁴ Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. hal. 126-127.

⁹⁵ *Ibid.*, Hal.131

3.5 Instrumen penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Adapun instrumen dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner atau angket yang dibagikan langsung oleh peneliti kepada masyarakat Pijay, Aceh Besar dan Banda Aceh yang berusia sekitar 20-35 tahun.

Kiesioner ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yuni Armilu dan penelitian Yulyanti yang kemudian dimodifikasi sesuai dengan penelitian ini.

3.5.1 Skala Pengukuran

Skala pengukuran secara khusus, kesepakatan yang dijadikan acuan untuk menentukan panjang dan pendeknya interval pada alat ukur (instrumen), sehingga memungkinkan instrumen tersebut menghasilkan data kuantitatif bila digunakan dalam penelitian. Dengan skala estimasi ini, nilai faktor-faktor yang diestimasi dengan instrumen tertentu dapat dikomunikasika dalam struktur matematis, sehingga lebih tepat, efektif, dan terbuka⁹⁶.

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner dengan skala *likert* dengan interval 1-5. Skala Likert digunakan untuk mengukur mentalitas, perasaan dan kesan seseorang atau kelompok tentang kekhasan persahabatan. Dengan skala Likert, faktor-faktor yang akan diperkirakan diubah menjadi faktor penanda. Kemudian penanda-penanda tersebut digunakan sebagai tahap awal untuk mengumpulkan instrumen-instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan⁹⁷.

Penyelesaian setiap instrumen dengan menggunakan skala likert mempunyai derajat dari sangat pasti hingga sangat disayangkan, yang dapat berupa kata-kata seperti yang terdapat pada tabel berikut:

⁹⁶ *Ibid.*, hal 145-146.

⁹⁷ *Ibid.*, hal. 146

Tabel 3.1
Alternatif pilihan jawaban kuesioner penelitian menggunakan
Skala likert

Keterangan	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Berikut adalah indikator yang digunakan penulis untuk mengukur data kuesioner yang akan disebarkan oleh penulis:

1. Perilaku konsumtif

Indikator ini untuk mengukur bagaimana perilaku masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, dan produk impor apa saja yang dominan dikonsumsi oleh masyarakat Aceh.

2. Gaya Hidup

Indikator ini untuk mengukur faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, dalam hal ini penulis ingin melihat apakah gaya hidup merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat Aceh untuk mengkonsumsi produk impor.

3. Selera

Indikator ini untuk mengukur faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, dalam hal ini penulis ingin melihat apakah faktor selera merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat Aceh untuk mengkonsumsi produk impor.

4. Lingkungan

Indikator ini untuk mengukur faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, dalam hal ini penulis ingin melihat apakah faktor lingkungan merupakan salah satu faktor yang membuat masyarakat Aceh untuk mengkonsumsi produk impor.

5. Kepedulian Kehalalan

Indikator ini untuk mengukur perilaku konsumsi masyarakat Aceh menurut hukum Islam, dalam hal ini penulis ingin melihat apakah konsumsi masyarakat Aceh sesuai dengan syariat Islam.

6. Sikap Tidak Boros.

Indikator ini untuk mengukur apakah masyarakat Aceh bersikap boros atau tidak.

3.5.3 Analisis Frekuensi Responden

Respon masing-masing responden yang berjumlah 154 orang dibedah untuk melihat keberulangan respon yang diberikan. Ke-33 pernyataan yang diajukan menghasilkan skor yang khas (rata-rata untuk setiap variabel). Jawaban rata-rata responden dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Interpretasi Nilai Rata-Rata Tanggapan Reponden

Nilai	Keterangan
1,00 - 1,80	Sangat tidak setuju
1,81 - 2,60	Tidak setuju
2,61 - 3,40	Netral
3,41 - 4,20	Setuju
4,21 - 5,00	Sangat setuju

Sumber: Hasil olah SPSS

3.6 Teknik Pengumpulan data

Strategi pengumpulan informasi dalam eksplorasi ini dilakukan dengan menggunakan review. Survei adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau klarifikasi tertulis untuk dijawab oleh responden. Jajak pendapat cocok digunakan jika jumlah responden cukup banyak dan tersebar di wilayah yang luas. Ikhtisar dapat berupa pertanyaan/ucapan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau web.⁹⁸

⁹⁸ *Ibid.*, hal. 199.

3.6.1 Cara Pengolahan Data

Pada penelitian ini, program SPSS digunakan untuk mengolah data di komputer atau laptop. Pengolahan data ini pada dasarnya bertujuan untuk mengubah data mentah menjadi data olahan yang lebih dekat dengan pengguna⁹⁹.

3.6.2 Teknik Analisis data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan strategi-strategi menarik yang terukur. Pengukuran grafis merupakan pengalaman yang digunakan untuk memisahkan data dengan cara melukiskan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan untuk menentukan kelebihanannya tanpa maksud membuat tujuan umum atau hipotesis. Estimasi cepat digunakan ketika pakar hanya perlu menggambarkan data uji, dan tidak memiliki keinginan untuk mencapai tujuan yang relevan dengan area lokal tempat contoh diambil. Faktanya, dalam estimasi grafis tidak ada. Faktanya, dalam melakukan pengukuran tidak ada uji kepentingan, tidak ada jumlah kesalahan, karena alasan pemeriksa tidak mengantisipasi hipotesis, sehingga tidak ada kesalahan hipotesis.¹⁰⁰

⁹⁹ Asra, Abuzar dan Rudiansyah. (2013). Statistika terapan.... Hal.21.

¹⁰⁰ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*.... Hal. 207-207.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Profil Provinsi Aceh

4.1.1 Sejarah Provinsi Aceh

Wilayah Aceh merupakan salah satu wilayah di Pulau Sumatera yang penting bagi wilayah pengaturan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Banda Aceh berfungsi sebagai ibu kota Aceh, yang terletak di bagian paling barat Pulau Sumatera. Luas Wilayah Aceh mencapai 5.677.081 hektar. Wilayah ini terdiri dari 18 rezim, 5 komunitas perkotaan, 290 sub-lokal dan 6.497 gampong (kelurahan/kota). Berdasarkan informasi dari Badan Pengukur Fokus Wilayah Aceh (BPS), jumlah penduduk absolut Wilayah Aceh pada tahun 2020 yang menghubungi sebanyak 5.274.871 orang. Daerah Aceh merupakan salah satu kabupaten luar biasa yang diberikan kewenangan kemerdekaan luar biasa. Penerapan hak otonom untuk menerapkan syariat Islam menjadi salah satu hal yang membedakan Provinsi Aceh dengan provinsi lain di Indonesia.

Aceh merupakan awal masuknya ajaran Islam ke Indonesia, tepatnya di Pasai, Aceh Utara dan Peurelak, Aceh Timur. Pada saat itu, Khalifah Usman Affan mengirim utusan ke Tiongkok untuk menyampaikan Islam. Kemudian sebagian utusan khalifah datang ke nusantara, khususnya Aceh. Bukti bahwa masyarakat Aceh dahulunya menganut agama Islam adalah berdirinya kerajaan Islam utama yang disebut Samudra Pasai. Catatan Voyager Marco Polo juga menyebutkan bahwa banyak orang Timur Tengah yang menyebarkan Islam di Pasai pada tahun 692 Hijriyah/1292 Hijriyah. Sementara itu, Ibnu Battutah, seorang jamaah haji asal Maroko, dalam risalahnya juga menyebutkan bahwa terdapat

sebuah mazhab Syafi'i di Aceh pada tahun 746 Hijriyah/1345 Maju¹⁰¹.

Kerajaan Samudera Pasai di Aceh merupakan kerajaan Islam utama di Indonesia. Setelah itu berdirilah Kesultanan Aceh Darussalam. Selama masa kejayaannya di abad ke-17, negara ini menyatukan banyak kerajaan kecil. Pada saat itu, pengaruh agama dan budaya Islam begitu besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh, sehingga daerah ini mendapat julukan “Seuramo Mekah” (Serambi Mekah). Keadaan yang terjadi saat ini tidak berlangsung lama, karena sepeninggal Raja Iskandar Muda penggantinya tidak mampu mengimbangi pentingnya kerajaan. Sehingga posisi kawasan ini sebagai salah satu kawasan terbesar di Asia Tenggara melemah. Hal ini membuat kekuatan dunia menurun dan dampak dari luar mulai masuk¹⁰².

Dalam jaman perang kemerdekaan, sumbangan dan keikutsertaan rakyat Aceh dalam perjuangan sangatlah besar, sehingga Presiden Pertama Republik Indonesia, Ir. Sukarno memberikan julukan sebagai “Daerah Modal” pada daerah Aceh.

Terlebih lagi, sejak masyarakat Indonesia mendeklarasikan kemerdekaannya pada tanggal 17 Agustus 1945 sebagai negara dan negara yang merdeka dan berdaulat, Aceh telah menjadi salah satu kabupaten atau bagian Negara Kesatuan Republik Indonesia sebagai karesidenan Wilayah Sumatera. Menjelang akhir tahun 1949, Keresidenan Aceh dikeluarkan dari Wilayah Sumatera Utara dan statusnya dinaikkan menjadi Daerah Aceh. Setelah itu, Provinsi Aceh kembali statusnya menjadi Karesidenan sesuai dengan

¹⁰¹ Hendra, Fajar, J. (2022). Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar di Indonesia <https://portalaceh.inews.id/read/157992/provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-di-indonesia> pada tanggal 17 Januari 2023

¹⁰² Pemerintah Aceh. Sejarah Provinsi Aceh diambil dari <https://acehprov.go.id/halaman/sejarah-provinsi-aceh> pada tanggal 17 Januari 2023.

peraturan pemerintah pengganti Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1950.

Enam tahun kemudian, pemerintah Indonesia mengeluarkan Peraturan Nomor 24 Tahun 1956 tentang pendirian kembali Wilayah Aceh yang meliputi seluruh wilayah Karesidenan Aceh sebelumnya. Pemerintah Indonesia kemudian mengeluarkan Peraturan Nomor 1 Tahun 1957, keadaan Wilayah Aceh berubah menjadi Daerah Bebas Tingkat I dan pada tanggal 27 Januari 1957. Status unik Aceh diresmikan dengan pilihan Kepala Negara Republik Indonesia Nomor 1 /MISSI/1959. Maka sejak tanggal 26 Mei 1959, Daerah Teritorial Mandiri Tingkat I atau Wilayah Aceh diberi status “Kabupaten Unik” dengan sebutan lengkap Daerah Istimewa Daerah Aceh. Dengan gelar tersebut, Aceh mempunyai kebebasan kemerdekaan yang luas dalam bidang agama, adat istiadat, dan pendidikan. Status ini ditegaskan dengan Undang-undang Nomor 18 Tahun 1965. Pemberian kemerdekaan khusus kepada Aceh ditegaskan dalam Peraturan No. 18 Tahun 2002 dan Daerah Luar Biasa Wilayah Aceh diubah menjadi Daerah Nanggroe Aceh Darussalam. Nanggroe Aceh Darussalam resmi berganti nama menjadi Aceh pada tanggal 7 April 2009, sesuai dengan Peraturan Gubernur Aceh Nomor 46 Tahun 2009 tentang Penggunaan Nama Aceh dan Gelar Pejabat Pemerintahan dalam Naskah Resmi di Lingkungan Aceh¹⁰³.

Dari 10 wilayah dengan jumlah penduduk muslim terbesar di Indonesia, Aceh menempati posisi pertama dengan tingkat penduduk muslim melebihi 98%. Ini akan terlihat pada tabel 4.1 di bawah:

¹⁰³Pemerintah Aceh. Sejarah Provinsi Aceh diambil dari <https://acehprov.go.id/halaman/sejarah-provinsi-aceh> pada tanggal 17 Januari 2023.

Tabel 4.1
Tabel Jumlah penduduk muslim di Indonesia

No	Provinsi di Indonesia	Persentase penduduk Muslim	Total Penduduk
	Aceh	98,56	5,33 juta jiwa
	Gorontalo	98,02	1,2 juta jiwa
	Bengkulu	97,67	2,03 juta jiwa
	Sumatra Barat	97,6	5,6 juta jiwa
	Jawa Barat	97,29	47,59 juta jiwa
	Jawa Tengah	97,26	37,23 juta jiwa
	Jawa Timur	97,21	40,99 juta jiwa
	Sumatra Selatan	97,17	8,49 juta jiwa
	Kalimantan Selatan	97,02	4,1 juta jiwa
	NTB	96,83	5,41 juta jiwa

Sumber: Dukcapil (2021)

Mayoritas penduduk di Wilayah Aceh beragama Islam dengan persentase lebih dari 98%. Berdasarkan informasi yang dihimpun Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Umum (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, terdapat 5,24 juta warga Serambi Mekah yang masuk Islam atau 98,56 persen dari 5,33 juta penduduk yang tinggal di sana¹⁰⁴. Sisanya adalah penganut agama berbeda seperti Kristen Protestan, Katolik, dan Budha. Berdasarkan laman Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Kebudayaan, masing-masing dari 13 marga yang ada di wilayah Aceh mempunyai bahasa dan cara hidup masing-masing. Meskipun bahasa Aceh banyak digunakan sebagai bahasa pengantar, namun terdapat pula istilah-istilah umum lainnya yang digunakan oleh setiap kelompok yang tersebar di seluruh Daerah Aceh. Bahasa daerah yang ada di Daerah Aceh antara lain

¹⁰⁴ Kusnandar, Viva, B. (2021). Provinsi Aceh Miliki Persentase Penduduk Muslim Terbesar Nasional pada Juni 2021. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/25/provinsi-aceh-miliki-persentase-penduduk-muslim-terbesar-nasional-pada-juni-2021> pada 25 Desember 2022.

bahasa Aceh, Gayo, Aneuk Jamee, Singkil, Sayang, Tamiang, Kluet, Devayan, Sigulai, Pakpak, Haloban, Lekon, dan Nias. Padahal, lokasinya berbatasan langsung dengan wilayah Sumut¹⁰⁵.

4.1.2 Kebudayaan Aceh

Kebudayaan Aceh diwarnai oleh kepercayaan Islam. Aceh juga merupakan tempat dimana leluhur orang Aceh memperkenalkan budaya dan tradisi mereka. Aceh memiliki banyak budaya khas meliputi penggunaan bahasa Aceh, tarian Aceh, Rumah Adat, pakaian adat, masakan khas dan musik Aceh. Bahasa Aceh yang digunakan sebagai bahasa lokal di wilayah Aceh. Beberapa tarian Aceh meliputi Tari Saman, Tari Seudati, dan Tari Piring. Masakan khas Aceh yang terkenal adalah sate Aceh, gulai Aceh, dan gado-gado Aceh. Musik Aceh yang terkenal adalah Musik Gayo, Musik Aceh Laut, dan Musik Aceh Barat¹⁰⁶.

Sejarah mencatat sebagian besar masyarakat Aceh adalah pekerja yang berasal dari berbagai latar belakang dan kemudian menetap dan tinggal di Aceh. Padahal, di kalangan pendatang, marga Aceh yang paling tua tercatat berasal dari marga Mante asal Melayu.¹⁰⁷

4.1.3 Perkembangan Syariat Islam di Aceh

Secara umum, menurut sudut pandang humanistik, perpecahan dan peningkatan Islam ke dalam suatu wilayah belum pernah terjadi sebelumnya. Banyak permasalahan yang terkait dengannya, mulai dari sejarah, asal muasal, dan dinamikanya, baik dari segi ajaran Islam maupun penganutnya. Tidak banyak tujuan yang dikomunikasikan ketika Islam masuk ke Aceh. Menurut Ali

¹⁰⁵ Fallahnda, Balqis. (2022). Sejarah Indonesia Profil Provinsi Aceh: Sejarah, Geografi, dan Peta Wilayah diambil dari <https://tirto.id/profil-provinsi-aceh-sejarah-geografi-dan-peta-wilayah-gzD2> diakses pada 17 Januari 2023.

¹⁰⁶ Burhan. (2023). *Provinsi Aceh: Sejarah, Kebudayaan Dan Keindahan* diambil dari <https://acehprioritas.com/nama-provinsi-aceh/> pada tanggal 4 Februari 2023

¹⁰⁷ Vannisa. (2019). *Kebudayaan Aceh*. Diambil dari <https://perpustakaan.id/budaya-aceh/> pada tanggal 13 November 2022.

Hasjmy, Hamka berpendapat, Islam pertama kali masuk ke Aceh pada abad ketujuh atau kedelapan Masehi, namun baru menjadi agama egaliter pada abad kesembilan. Sementara itu, para orientalis seperti Snouck Hourgronje berpendapat bahwa Islam muncul pada abad ke-13 Promosi, yang ditandai dengan berdirinya Kesultanan Samudra Pasai.¹⁰⁸

Menurut Ibnu Batutah, Pasai sudah menjadi pusat kajian Islam di Asia Tenggara pada abad ke-14 M, dan banyak ulama Islam berkumpul di sana. Ibnu Batutah mengungkapkan bahwa Penguasa Malikul Zahir adalah sosok yang menjunjung tinggi ilmu pengetahuan dan ilmu pengetahuan. Ketika hari Jumat tiba, Penguasa berdoa di masjid dengan mengenakan pakaian resmi, setelah mengajukan permohonan ia melakukan percakapan dengan peneliti ketat, termasuk: Amir Abdullah dari Delhi, dan Tajudin dari Ispahan. Instruksi melalui percakapan seperti ini disebut Majlis Ta'lim atau halaqoh.¹⁰⁹

Pada masa pemerintahan Raja Iskandar Muda, pengaruh agama dan budaya Islam begitu besar dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Aceh, sehingga daerah ini mendapat julukan 'Seuramo Mekah' atau Serambi Mekah. Masa ini disebut juga masa puncak Islam di Aceh.

Kemunduran Islam di Aceh terjadi setelah wafatnya sultan Iskandar muda. Hal ini sejalan dengan keruntuhan kerajaan Aceh yang dipengaruhi oleh perebutan kekuasaan sepeninggal Sultan Iskandar Muda. Salah satu faktor lain yang menyebabkan pecahnya Kerajaan Aceh adalah semakin kuatnya kekuasaan Belanda di Sumatera dan Selat Malaka. Pada masa pemerintahan penguasa terakhir Kerajaan Aceh, Belanda terus mengangkat senjata melawan Aceh yang berlangsung sangat lama dan berakhir dengan berakhirnya Kesultanan Aceh.

¹⁰⁸Wikipedia. (2023). *Islam di Aceh* diambil dari https://id.wikipedia.org/wiki/Islam_di_Aceh diakses tanggal 10 februari 2023.

¹⁰⁹Ibid.

Aceh kini menjadi bagian wilayah Indonesia karena Indonesia mendeklarasikan dirinya sebagai Negara Kesatuan Republik Indonesia. Pada masa pemerintahan Soekarno, tuntutan penerapan syariat Islam di Aceh kembali muncul. Namun ia mengingkari janjinya kepada masyarakat Aceh sehingga menimbulkan perselisihan politik (perlawanan terhadap pemerintah pusat).

Pada Perang Militer Belanda yang kedua, kegiatan Pemerintahan Fokus terhenti karena Belanda menang dalam menguasai Yogyakarta yang pada waktu itu merupakan ibu kota Indonesia. Agar pemerintahan dapat berjalan, dibentuklah Badan Legislatif Krisis Republik Indonesia (PDRI) yang berkedudukan di Sumatera dengan pimpinannya Syafruddin Prawiranegara. Dalam kunjungannya ke Aceh pada tahun 1949, presiden PDRI memberikan status kemerdekaan kepada wilayah Aceh¹¹⁰.

Indonesia diubah menjadi negara perkumpulan setelah diadakannya Rapat Meja Bundar, namun pemerintahan perkumpulan ini hanya bertahan dalam jangka waktu yang singkat, kemudian pada saat itu pada tahun 1950 RIS diubah menjadi Negara Kesatuan Republik Indonesia dengan konstitusi yang lain, khususnya Negara Kesatuan Republik Indonesia. UUD 1950. Pengadilan syariah Aceh diabaikan sebagai bagian dari salah satu perjanjian, dan akibatnya, pemberontakan Aceh dimulai pada bulan September 1953 dan berlangsung hingga tahun 1962. Provinsi Aceh dihapuskan dan digabungkan dengan Sumatera Utara. Untuk mengatasi permasalahan ini, pemerintah pusat membingkai ulang Aceh pada tahun 1956 berdasarkan Peraturan No. 24 Tahun 1956. Mahkamah syariah juga diperkenankan kembali melalui Peraturan Nomor 29 Tahun 1957. Madrasah pun turut ditegakkan berdasarkan Deklarasi Ulama Nomor 1 Tahun 1959. Namun hal

¹¹⁰ Abu Bakar, Al Yasa. (2013). *Penerapan Syariat islam di Aceh (Upaya Penyusunan Fiqih dalam Negara Bangsa)*. Banda Aceh: Dinas Syariat Islam Aceh. Hal. 3

tersebut tidak mampu membendung pembangkangan yang telah terjadi. muncul secara proaktif, maka diadakanlah musyawarah antara pemerintah Indonesia dengan Abu Beureueh yang menghasilkan Deklarasi Missi Hardi pada tanggal 26 Mei 1956 yang berisi tentang penghormatan di tiga wilayah di Aceh, khususnya di bidang agama, pendidikan dan peradaban. Semua hal sama, Abu Beureueh dan beberapa pengikutnya masih belum puas dan terus meminta persetujuan dan pengesahan untuk pelaksanaan peraturan Islam di Aceh, sehingga menghasilkan Pernyataan Utama yang Cerdas¹¹¹.

Prestasi ini sangat mempengaruhi pelaksanaan syariat, sehingga nama Daerah Istimewa Aceh tidak ada artinya sama sekali, pelaksanaan syariat dibubarkan dengan alasan bertentangan dengan pedoman yang lebih tinggi. Pada tahap berikutnya, pendirian gampong sebagai wilayah lokal dihapuskan dan digantikan dengan organisasi kota, yang secara formal dibalut dengan bentuk pemerintahan terkecil di seluruh Indonesia. Hal ini yang mendorong pembangkangan GAM untuk mengisolasi diri dari NKRI yang dimotori oleh Dr. Muhammad Hassan di Tiro pada bulan Desember 1967¹¹².

Terlebih lagi, pada masa Soeharto (permintaan baru), meskipun Soeharto melanjutkan pendekatan pemerintahan masa lalu dengan memberikan status luar biasa kepada Aceh dan menjalankan syariat Islam, namun komitmen tersebut tidak pernah terlaksana dengan sempurna. Pada tahun 1970an, Soeharto mengizinkan industri eksplorasi minyak dan gas skala besar didirikan di Arun oleh perusahaan multinasional Amerika pada saat itu.¹¹³

¹¹¹ *Ibid.*

¹¹² *Ibid.*

¹¹³ Umar, Muhammad. (2006). *Peradaban Aceh: Kilasan Sejarah Aceh dan Adat*. Banda Aceh: Yayasan Busafat. Hal 63.

Pada masa perubahan, Aceh kembali meminta pelaksanaan peraturan Islam, permintaan amanah di Aceh mengatur permintaan pelaksanaan peraturan Islam. Pemerintahan Fokus menjawab kepentingan tersebut dengan mencanangkan Peraturan No. 44 Tahun 1999 tentang Penetapan Daerah Istimewa Aceh yang Unik dan Biasa oleh Presiden Habibie. Pada bulan Juli 2001, pada masa pemerintahan Megawati Soekarno Putri, dikeluarkan Peraturan Nomor 18 Tahun 2001 tentang Daerah NAD dan selanjutnya mengatur Kemerdekaan Unik bagi NAD, misalnya dengan hadirnya Mahkamah Syar'iyah, Qanun, Yayasan Provinsi, Zakat, Syar' Polisi iyah, otoritas konvensional dan lain-lain.

4.2 Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini merupakan masyarakat muslim Aceh yang tersebar di 3 kabupaten/kota yaitu Kab. Pidie Jaya, Kab. Aceh Besar dan Kota Banda Aceh. akan tetapi karena keterbatasan waktu dan biaya penelitian serta terlalu besarnya populasi penelitian maka peneliti mengambil sampel sebanyak 154 responden dalam jajak pendapat yang dijawab responden diperoleh informasi seperti usia, orientasi, pekerjaan dan gaji.

1. Deskripsi usia Responden

Tabel 4.2
Karakteristik Data Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persen
1	<20 Tahun	1	0,6
2	21-30 Tahun	113	73,4
3	31-40 Tahun	10	6,5
4	41-50 Tahun	22	14,3
5	>50 Tahun	8	5,2
Total		154	100,0

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.2 diatas terlihat bahwa responden dengan usia 21-30 tahun mempunyai tingkat kekambuhan terbanyak yaitu 113 responden dengan tingkat 73,4%. Sementara responden yang paling sedikit berusia <20 tahun berjumlah 1 responden dengan

taraf 0,6%. Oleh karena itu, cenderung ada anggapan bahwa mereka yang tertarik pada barang impor di Kab. Penduduk terbanyak di Pidie Jaya, Kabupaten Aceh Besar, dan Kota Banda Aceh berusia antara 21 dan 30 tahun, sedangkan yang paling sedikit berusia di bawah 20 tahun, dimana penduduk pada usia tersebut adalah mereka yang tidak bekerja dan tidak bersekolah.

2. Deskripsi jenis Kelamin Responden

Tabel 4.3

Karakteristik Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persen
1	Laki-laki	55	35,7
2	Perempuan	99	64,3
Total		154	100,0

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, responden laki-laki sebanyak 55 orang atau 35,7% dan perempuan sebanyak 99 orang atau 64,3 persen. Oleh karena itu, jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan responden laki-laki.

3. Deskripsi Pekerjaan Responden

Tabel 4.4

Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persen	Ket
1	ASN	13	8,4	
2	BUMN	1	0,6	
3	Buruh	1	0,6	
4	Ex. Mahasiswa	1	0,6	
5	Freelance	1	0,6	
6	Honoror	23	14,9	
7	Karyawan Swasta	21	13,6	
8	IRT	1	0,6	
9	Pelajar/Mahasiswa	57	37,0	
10	Pengusaha	1	0,6	
11	Pertanian	2	1,3	
12	Petani	6	3,9	
13	Sekdes dan	1	0,6	

	Kehumasan			
14	Tidak Bekerja	1	0,6	
15	Ustad/Mubaligh	1	0,6	
16	Wiraswasta	23	14,9	
Total		154	100,0	

Sumber: Hasil olah SPSS

Jika dilihat dari tabel 4.4 diatas, responden yang berstatus sarjana terbanyak sebanyak 57 orang dengan taraf 37%, sedangkan responden yang paling sedikit adalah orang-orang yang mengisi BUMN, Pekerjaan, mis. Pelajar perempuan, konsultan, MRT, pengusaha visioner, sekretaris kota dan periklanan, tidak bekerja, dan usatd/mubaligh khususnya 1 orang masing-masing dengan kadar 0,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Aceh yang tertarik pada barang impor adalah mahasiswa.

4. Deskripsi pendapatan responden

Tabel 4.5
Karakteristik Data Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	Persen
1	<Rp1000000	115	74,7
2	Rp1000001- Rp3000000	21	13,6
3	Rp3000001- Rp5000000	17	11,0
4	>Rp7000000	1	0,6
Total		154	100,0

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan data diatas, responden yang terbanyak yaitu masyarakat yang berpenghasilan <1.000.000 dengan persentase 74,7%, sedangkan responden yang berpenghasilan >7.000.000 berjumlah 1 orang dengan persentase 0,6%.

5. Deskripsi Domisili Responden

Tabel 4.6
Karakteristik Data Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persen
1	Aceh Besar	43	27,9
2	Banda Aceh	56	36,4
3	Pidie Jaya	55	35,7
Total		154	100,0

Sumber: Hasil olah SPSS

Berdasarkan data diatas, responden terbanyak berasal dari kota Banda Aceh yaitu sebanyak 56 orang dengan persentase 36,4 %, sedangkan responden paling sedikit yaitu berasal dari Aceh Besar sebanyak 43 orang dengan persentase 27,9%.

4.3 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah wawasan yang digunakan untuk memecah informasi dengan menggambarkan atau menguraikan informasi yang telah dikumpulkan untuk mengetahui manfaatnya tanpa tujuan membuat tujuan umum atau spekulasi. Penggambaran informasi memberikan gambaran tentang atribut-atribut informasi variabel yang digunakan. Kemampuan penggambaran informasi adalah untuk menentukan nilai dasar, nilai terbesar, nilai normal, standar deviasi atau ukuran informasi yang diselidiki. Tabel 4.6 di bawah menunjukkan nilai statistik deskriptif dari setiap variabel.

Tabel 4.7
Statistik Deskriptif

		Statistik					
		Konsumsi Produk Impor	Gaya Hidup	Selera	Lingkungan	Kepedulian Kehalalan	Sikap Boros
N	Valid	154	154	154	154	154	154
Mean		30,19	15,62	18,56	13,69	17,68	17,69
Std. Deviation		6,905	4,277	3,731	4,077	2,760	2,628
Minimum		10	5	5	5	4	4
Maximum		50	25	25	25	20	20

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas diolah berdasarkan total dari masing-masing tiap variabel. Tabel diatas juga menunjukkan bahwa nilai N atau jumlah dari setiap variabel yang valid adalah 154. Dari 154 data Konsumsi produk impor, nilai minimum 10 dan nilai maksimum adalah 50, dengan mean 30,19 serta Std. Deviasi 6,905 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Faktor gaya hidup dari 154 sampel diketahui bahwa nilai minimum 5 dan maksimum 25, dengan nilai mean 15,62 serta Std. Deviasi 4,277, artinya nilai mean faktor gaya hidup lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Faktor selera dari 154 sampel diketahui bahwa nilai minimum 5 dan maksimum 25, dengan nilai mean 18,56 serta Std. Deviasi 3,731, artinya nilai mean faktor selera lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Faktor lingkungan dari 154 sampel diketahui bahwa nilai minimum 5 dan maksimum 25, dengan nilai mean 13,69 serta Std. Deviasi 4,077, artinya nilai mean faktor lingkungan lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Faktor kepedulian kehalalan dari 154 sampel diketahui bahwa nilai minimum 5 dan maksimum 25, dengan nilai mean 17,68 serta Std. Deviasi 2,760, artinya nilai mean faktor kepedulian kehalalan lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran nilainya merata.

Dari 154 data terhadap sikap boros, nilai minimum 10 dan nilai maksimum adalah 50 , dengan mean 17,69 serta Std. Deviasi 2,628 yang artinya nilai mean lebih besar dari nilai Std. Deviasi sehingga penyimpangan data yang terjadi rendah, maka penyebaran

nilainya merata.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Uji Validitas

Tujuan uji validitas adalah untuk mengevaluasi keaslian suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan bernilai tinggi jika mempunyai nilai validitas yang tinggi. Semakin tinggi derajat validitasnya maka semakin penting instrumen tersebut digunakan. Dengan menggunakan SPSS formulir 26, konfirmasikan keabsahan tes berbeda yang digunakan dalam ulasan ini. Berikut hasil uji legitimasi penyelidikan tersebut:

Tabel 4. 8
Validitas Data

No	Variabel	Pernyataan	R-Tabel	R-Hitung	Kesimpulan
1	Konsumsi Produk Impor (A)	P1	0,1572	,447**	Valid
		P2	0,1572	,501**	Valid
		P3	0,1572	,544**	Valid
		P4	0,1572	,464**	Valid
		P5	0,1572	,494**	Valid
		P6	0,1572	,572**	Valid
		P7	0,1572	,578**	Valid
		P8	0,1572	,600**	Valid
		P9	0,1572	,530**	Valid
		P10	0,1572	,530**	Valid
2	Faktor Gaya Hidup (B1)	P1	0,1572	,623**	Valid
		P2	0,1572	,674**	Valid
		P3	0,1572	,676**	Valid
		P4	0,1572	,709**	Valid
		P5	0,1572	,604**	Valid
3	Faktor Selera (B2)	P1	0,1572	,565**	Valid
		P2	0,1572	,505**	Valid
		P3	0,1572	,716**	Valid
		P4	0,1572	,671**	Valid
		P5	0,1572	,727**	Valid
4	Faktor Lingkungan (B3)	P1	0,1572	,644**	Valid
		P2	0,1572	,644**	Valid
		P3	0,1572	,644**	Valid

		P4	0,1572	,601**	Valid
		P5	0,1572	,670**	Valid
5	Kehalalan (C1)	P1	0,1572	,690**	Valid
		P2	0,1572	,721**	Valid
		P3	0,1572	,684**	Valid
		P4	0,1572	,684**	Valid
6	Sikap Boros (C2)	P1	0,1572	,715**	Valid
		P2	0,1572	,756**	Valid
		P3	0,1572	,775**	Valid
		P4	0,1572	,740**	Valid

Sumber: hasil SPSS (diolah)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel A (konsumsi produk impor), B1 (faktor gaya hidup), B2 (Faktor Selera), dan B3 (faktor lingkungan), C1 (Kehalalan), dan C2 (Sikap Boros) memiliki nilai yang sangat besar lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa semua pertanyaan dinyatakan penting. Hal ini juga terlihat dari r harga determinasi > r tabel, dimana semua benda tanya mempunyai r harga determinasi > r tabel (0,1572), sehingga cenderung dinyatakan bahwa semua benda tanya dinyatakan substansial.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah jawaban setiap pertanyaan konsisten, dilakukan uji reliabilitas. Uji ketergantungan dalam review ini menggunakan Cronbach's alpha.

a. Konsumsi Produk Impor

Tabel 4.9
Reliabilitas Konsumsi Produk Impor

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,708	10

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel pemanfaatan barang impor mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.60 (0.708 > 0.60). Jadi cenderung beralasan bahwa semua hal yang

ditanyakan pada variabel pemanfaatan barang impor (A) dapat diandalkan.

b. Faktor Gaya Hidup

Tabel 4.10
Reliabilitas Gaya Hidup

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,670	5

Sumber: Hasil olah SPSS

Variabel faktor gaya hidup mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ($0,670 > 0,60$), seperti terlihat pada tabel diatas. Jadi dapat diasumsikan bahwa semua pertanyaan pada variabel faktor gaya hidup (B1) dapat diandalkan.

c. Faktor Selera

Tabel 4.11
Reliabilitas Selera

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,640	5

Sumber: Hasil olah SPSS

Variabel Taste Factor mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ($0,642 > 0,60$), seperti terlihat pada tabel diatas. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel faktor rasa (B2) dapat diandalkan.

d. Faktor Lingkungan

Tabel 4.12
Reliabilitas Lingkungan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,627	5

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel unsur ekologi mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ($0,627 > 0,60$). Sehingga cenderung diasumsikan bahwa semua hal yang ditanyakan pada variabel komponen alamiah (B3) dapat diandalkan.

e. Kepedulian Kehalalan

Tabel 4.13
Reliabilitas Kehalalan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,612	4

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel halal mempunyai Cronbach's Alpha yang lebih menonjol bernilai 0,60 ($0,612 > 0,60$). Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa setiap item pertanyaan mengenai variabel halal (C1) dapat diandalkan.

f. Menghindari Sikap boros

Tabel 4.14
Reliabilitas Sikap Boros

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,729	4

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan bahwa variabel disposisi tidak efisien mempunyai nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 ($0,729 > 0,60$). Jadi dapat diasumsikan bahwa semua pertanyaan pada variabel mentalitas tidak efisien (C2) dapat diandalkan.

4.5 Perilaku masyarakat dalam mengkonsumsi produk impor

Pandangan responden terhadap penggunaan barang impor pada setiap pernyataan yang diberikan pilihan, mulai dari sangat bertentangan (skor 1) hingga sangat setuju (skor 5). Tinggi

rendahnya tanggapan responden terhadap hal-hal penjelasan seharusnya dapat dilihat dari tanggapan masing-masing responden pada tabel terlampir:

Tabel 4.16
Statistic Deskriptive Variabel Konsumsi Produk Impor

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan	8	14	34	37	61	2,16
2	Saya suka mengoleksi barang baru yang sebelumnya sudah ada	13	31	31	36	43	2,58
3	Saya berbelanja barang impor yang bermerek agar terlihat lebih percaya diri	18	13	43	32	48	2,49
4	Saya pernah membeli produk impor yang sejenis dengan merek yang berbeda	35	31	36	18	34	3,10
5	Saya suka membeli barang-barang impor berupa:						
	a. Pakaian dan aksesoris	31	42	39	21	21	3,27
	b. Makanan dan minuman	43	29	37	19	26	3,29
	c. Kosmetik	32	35	39	18	30	3,14
	d. Peralatan rumah tangga	37	28	46	21	22	3,24
6	Menurut saya harga produk impor lebih terjangkau jika di	32	49	37	25	11	3,43

	beli di pasar online						
7	Saya membeli produk impor karena mudah di peroleh dari pasar online	37	43	43	23	8	3,51
Total		286	315	385	250	272	
Rata-rata persepsi masyarakat mengkonsumsi produk Impor							3,02

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan tanggapan responden terhadap penanda faktor bebas yang dihubungkan dengan perilaku masyarakat Aceh dalam mengonsumsi barang impor. Secara total, masing-masing 18% dan 17% responden menjawab sangat tidak setuju atau tidak setuju terhadap setiap item pernyataan pada kuesioner penelitian. Kemudian 26% responden menjawab tidak memihak (curiga), 21% responden menjawab setuju dan 19% responden menjawab tegas setuju. Dari hasil tersebut terlihat bahwa tanggapan responden didominasi oleh klasifikasi Nonpartisan (mencurigakan) dengan nilai rata-rata 2,96. Hal ini menunjukkan bahwa tanggapan semua dianggap sama terhadap variabel pemanfaatan barang impor adalah tidak memihak (tidak pasti). Adapun jenis produk impor yang paling diminati oleh masyarakat Aceh yaitu pakaian dan aksesoris,serta makanan dan minuman. Hal ini dapat dilihat dari nilai rata-rata masing-masing produk tersebut secara berurutan yaitu 3,27 dan 3,29.

4.5.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor

Terdapat tiga subvariabel dalam variabel mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh mengkonsumsi

barang impor: gaya hidup, selera, dan lingkungan. Untuk setiap pernyataan, alternatif jawaban berkisar dari sangat tidak setuju (dengan skor 1) hingga sangat setuju. dengan skor 5). Tinggi rendahnya tanggapan responden terhadap hal artikulasi seharusnya dapat dilihat dari tanggapan setiap responden pada tabel terlampir:

a. Faktor gaya hidup

Tabel 4.17
Statistik Deskriptif Variabel Faktor Gaya Hidup

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya suka mengikuti trend terbaru	34	41	38	22	19	3,32
2	Saya sering mencoba produk baru karena rasa ingin tahu	40	35	29	30	20	3,29
3	Saya sering mengunjungi tempat-tempat yang sedang terkenal	32	42	47	21	12	3,40
4	Saya sering membeli barang-barang produksi Luar Negeri	24	27	38	30	35	2,84
5	Saya merasa bangga jika menggunakan barang impor dan bermerek	16	25	47	36	29	2,78
Total		146	170	199	139	115	
Rata-rata faktor gaya hidup							3,12

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel faktor gaya hidup yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam

mengonsumsi produk impor. Secara keseluruhan jawaban responden sebanyak 15% dan 18% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara itu ada 26% yang menjawab netral (ragu-ragu) atas pernyataan tiap item dari variabel faktor gaya hidup. Selanjutnya 22% menjawab setuju dan 19% menjawab sangat setuju. Dari hasil ini dapat kita lihat mayoritas responden menjawab netral (ragu-ragu) untuk variabel faktor gaya hidup dengan nilai rata-rata 3,12. Hasil ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap faktor gaya hidup yaitu Netral (ragu-ragu).

b. Faktor Selera

Tabel. 4.18
Statistik Deskriptif Variabel Faktor Selera

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya menyukai barang ber merk dan berkualitas	49	45	36	15	9	3,71
2	Saya membeli produk yang sesuai dengan selera saya	59	60	24	8	3	4,06
3	Menurut saya produk impor menyediakan banyak pilihan	42	50	34	21	7	3,64
4	Saya sering membeli barang bermerk karena merasa puas dengan produknya	46	50	31	15	12	3,67
5	Saya membeli barang bermerk karena kemasannya menarik	46	30	41	25	12	3,47
	Total	242	235	166	84	43	
	Rata-rata faktor selera						3,71

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel faktor selera yang merupakan salah satu

faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor. Secara keseluruhan jawaban responden sebanyak 6% dan 11% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara itu ada 22% yang menjawab netral (ragu-ragu) atas pernyataan tiap item dari variabel faktor selera. Selanjutnya 30% menjawab setuju dan 31% menjawab sangat setuju. Dari hasil ini dapat kita lihat jawaban responden termasuk dalam kategori setuju untuk variabel faktor selera dengan nilai rata-rata 3,71 yaitu dari 154 responden yang diwakili oleh 3 wilayah yang sudah disebutkan sebelumnya maka 61% masyarakat Aceh mengkonsumsi produk impor berdasarkan selera yang disesuaikan dengan syariat Islam, dalam hal ini masyarakat Aceh terutama yang berusia 20-25 tahun dan umumnya adalah wanita berstatus sebagai mahasiswa yang membeli produk impor untuk menunjang penampilan sehari-hari yang terkesan berkelas serta lebih modern. Adapun makanan dan minuman impor yang dibeli karena menyukai atau merasa cocok dengan makanan tersebut. Akan tetapi masyarakat Aceh yang tetap memperhatikan hukum syariat dalam mengkonsumsi produk impor tersebut terutama dalam hal makanan, minuman, dan kosmetik yang merupakan kebutuhan pokok dalam kehidupan. Sedangkan 39% lagi masyarakat yang berusia 26 keatas yang umumnya sudah bekerja dan diantaranya membeli produk impor berdasarkan kebutuhan atau ingin mencoba suatu hal yang baru, artinya masyarakat membeli produk impor tersebut hanya untuk memuaskan rasa penasaran saja terhadap produk luar. Hasil ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap faktor selera menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap konsumsi produk impor dikalangan masyarakat Aceh, dengan nilai rata-rata yaitu 3,71.

c. Faktor Lingkungan

Tabel 4.19
Statistik Deskriptif Variabel Lingkungan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya sering membeli barang yang sama dengan teman saya	38	29	34	30	23	3,19
2	Saya membeli barang-barang karena barang-barang yang dikenakan teman saya terlihat menarik	8	6	47	50	43	2,26
3	Saya sering berbelanja karena ajakan teman	32	31	37	31	23	3,12
4	Saya membeli suatu barang agar dapat diakui oleh teman saya	10	10	30	50	54	2,17
5	Saya lebih memilih menghabiskan waktu diluar Bersama teman daripada berdiam diri di rumah	28	33	30	31	32	2,96
Total		116	109	178	192	175	
Rata-rata faktor lingkungan							2,74

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel faktor lingkungan yang merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor. Secara keseluruhan jawaban responden sebanyak 23% dan 25% menjawab sangat tidak setuju

dan tidak setuju, sementara itu ada 23% yang menjawab netral (ragu-ragu) atas pernyataan tiap item dari variabel faktor selera. Selanjutnya 14% menjawab setuju dan 15% menjawab sangat setuju. Dari hasil ini dapat kita lihat jawaban responden termasuk dalam kategori netral untuk variabel faktor lingkungan dengan nilai rata-rata 2,74. Hasil ini menunjukkan bahwa jawaban responden terhadap faktor lingkungan masuk dalam kategori netral (ragu-ragu).

4.5.3 Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh menurut hukum Islam

Variabel pola konsumsi masyarakat Aceh menurut hukum Islam terdapat 2 sub variabel yaitu kepedulian terhadap kehalalan dan sikap boros. Untuk setiap pernyataan, diberikan keputusan tanggapan elektif yang berkisar dari sangat bertentangan (skor 1) hingga sangat setuju (skor 5). Tinggi rendahnya tanggapan responden terhadap hal-hal penjelasan seharusnya dapat dilihat dari tanggapan masing-masing responden pada tabel terlampir:

a. Kepedulian Kehalalan

Tabel 4.20
Statistik Deskriptif Variabel Kepedulian Kehalalan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya selalu memperhatikan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk	93	27	18	8	8	4,23
2	Saya lebih memilih mengkonsumsi produk halal	131	10	3	5	5	4,67
3	Label halal merupakan hal pertama yang saya perhatikan saat memilih suatu produk	107	30	9	4	4	4,51
4	Saya menganggap	88	38	16	7	5	4,28

	lebel halal merupakan suatu jaminan kualitas dan keamanan produk						
Total		419	105	46	24	22	
Rata-rata kepedulian kehalalan							4,42

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel kepedulian tentang kehalalan terhadap pola konsumsi masyarakat Aceh. Secara keseluruhan jawaban responden masing-masing sebanyak 4% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara itu ada 7% yang menjawab netral (ragu-ragu) atas pernyataan tiap item dari variabel kepedulian terhadap kehalalan. Selanjutnya 17% menjawab setuju dan 68% menjawab sangat setuju yaitu dari 154 responden yang diwakili oleh 3 wilayah yang sudah disebutkan sebelumnya maka 85% masyarakat Aceh sangat mempertahankan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk dan 15% lagi antara tidak peduli ataupun netral terhadap kehalalan. Dari hasil ini dapat kita lihat mayoritas responden menjawab sangat setuju untuk variabel faktor kepedulian terhadap kehalalan dengan nilai rata-rata 4,42. Hasil ini menunjukkan bahwa responden sangat memperhatikan kehalalan baik itu dari segi makanan, minuman, dan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa kehalalan salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Aceh dan hal ini sesuai dengan prinsip konsumsi dalam Islam.

b. Menjauhi Sikap Boros

Tabel 4.21
Statistik Deskriptif Variabel Sikap Boros

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	Mean
1	Saya tidak mengkonsumsi secara berlebihan	93	35	18	4	4	4,36

	(boros)						
2	Saya tidak membeli barang yang tidak saya butuhkan	93	44	10	3	4	4,42
3	Saya memperhatikan kebersihan barang yang di konsumsi	95	42	9	4	4	4,43
4	Saya selalu memperhatikan kondisi barang yang akan saya beli	88	59	2	3	2	4,48
	Total	276	145	21	10	10	
	Rata-rata sikap tidak boros						4,42

Sumber: Hasil olah SPSS

Tabel diatas menunjukkan jawaban responden terhadap indikator dari variabel menjauhi sikap boros terhadap pola konsumsi masyarakat Aceh. Secara keseluruhan jawaban responden masing-masing item sebanyak 2% menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju, sementara itu ada 5% yang menjawab netral (ragu-ragu) atas pernyataan tiap item dari variabel menjauhi sikap boros. Selanjutnya 31% menjawab setuju dan 60% menjawab sangat setuju yaitu dari 154 responden yang diwakili oleh 3 wilayah yang sudah disebutkan sebelumnya maka 91% masyarakat Aceh tidak menyukai suatu hal yang berlebihan artinya masyarakat Aceh masih menjauhi sikap boros dan 9% mulai mengikuti gaya hidup hedonisme, yaitu gaya hidup yang mementingkan status sosial, bermewah-mewahan, sangat suka berbelanja, dan menghambur-hamburkan uang. Dari hasil ini dapat kita lihat mayoritas responden menjawab sangat setuju pada tiap item untuk variabel menjauhi sikap boros terhadap pola konsumsi masyarakat

Aceh dengan nilai rata-rata 4,42. Hasil ini menunjukkan bahwa responden tidak bersikap boros, hal ini juga didukung dengan di terapkannya hukum Islam yang menegaskan bahwa melarang seluruh umat Islam hidup dengan berlebih-lebihan (bersikap boros) seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa budaya masyarakat Aceh tidak pernah lepas dari syariat Islam, begitupun adat-istiadatnnya yang selalu sejalan dengan syariat Islam. Oleh karena itu, pola konsumsi masyarakat Aceh secara umum masih terjaga karena adanya penerapan syari'at Islam di Aceh. Dan besarnya kepedulian masyarakat Aceh terhadap didikan Islami sejak dini di segala bidang kehidupan termasuk dalam bidang konsumsi yang sesuai dengan hukum Islam.

4.6 Pembahasan Hasil Penelitian

4.6.1 Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat Aceh Terhadap Produk Impor

Perilaku konsumen merupakan siklus atau kegiatan yang berhubungan dengan bagaimana pelanggan (orang, kelompok atau asosiasi) mencari, memilih, membeli, menggunakan dan menilai barang dan layanan untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Sejalan dengan itu, perilaku pelanggan memengaruhi pembeli dalam mengejar pilihan pembelian. Dalam menentukan pembelian, orang terlebih dahulu melihat kualitas produknya, kemudian mencocokkan harga untuk memutuskan membeli atau tidak produk tersebut.¹¹⁴ Begitu juga dengan halnya pemilihan produk impor. Seringkali orang-orang beranggapan bahwa kualitas produk impor lebih baik dari kualitas produk dalam negeri. Tanpa terkecuali masyarakat Aceh juga menjadi salah satu konsumen produk luar negeri, baik dari kalangan remaja hingga orang tua.

Namun setelah dilakukan penelitian oleh penulis dan telah disebarkannya kuesioner kepada masyarakat Aceh, maka yang

¹¹⁴ Usman, Hardius. (2020). *Islamic Marketing*. Depok. Rajawali Pers. Hal. 107

dapat dianalisis oleh penulis yaitu melalui data yang telah diolah menggunakan aplikasi SPSS dengan metode statistik dekriptif (lihat tabel 4.16). Dapat dilihat hasil dari jawaban para responden yang antusias menjawab dengan jawaban netral dengan nilai rata-rata jawaban responden sebesar 3,02 (kategori Netral). Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi produk impor di Aceh masih dalam batasan dimana masyarakat Aceh masih besar akan kesadarannya tentang lebih penting kebutuhan dari pada keinginan. Meskipun masyarakat Aceh ada yang gemar mengkonsumsi produk impor namun masih dalam batas wajar yaitu anatara mengkonsumsi produk impor karena butuh atau hanya sekedar untuk melengkapi penampilan.

Penelitian ini mencoba menjelaskan bahwa tidak semua masyarakat Aceh menyukai barang impor. Hal ini hampir serupa dengan penelitian Dewi Julianida Firman, Muhammad Fahmi Fauzi, dan Tin Rustini (2023) berjudul “Intensitas Penggunaan Produk Impor di Kalangan Mahasiswa UPI Cibiru Angkatan 2022”. Pada penelitian ini Dewi dan kawan-kawan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Data penelitian di peroleh dengan metode observasi atau pengamatan secara langsung terhadap beberapa mahasiswa dari berbagai program studi angkatan 2022. Hasil dari penelitian mereka yaitu Terdapat sebagian besar responden yang menyukai produk impor dan responden lainnya tidak menyukai produk impor tersebut atau dapat dikatakan lebih menyukai produk yang diproduksi di dalam negeri. Hal tersebut dapat dipengaruhi oleh berbagai macam alasan dari para responden terkait pemilihan produk impor maupun produk dalam negeri. Adapun alasan beberapa responden dari penilitian ini tidak jauh berbeda dengan faktor-faktor yang dipaparkan oleh penulis, diantaranya yaitu faktor selera, harga dan kualitas yang menjadi pertimbangan dalam mengkonsumsi produk impor.

4.6.2 Analisis Faktor-Faktor Apa Saja Yang Mempengaruhi Pola Konsumsi Masyarakat Aceh Dalam Mengonsumsi Produk Impor

Berdasarkan hasil dari data kuesioner yang di olah dengan aplikasi SPSS menggunakan metode statistik deskriptif. Terdapat 3 faktor yang dicantumkan oleh penulis yaitu faktor gaya hidup, selera dan lingkungan. Dari ketiga faktor tersebut masyarakat Aceh lebih dominan mengonsumsi produk impor berdasarkan selera. Hal ini dapat dilihat dari hasil olah data statistik deskriptif sebelumnya (lihat pada tabel 4.18). Terlihat bahwa masyarakat Aceh masih ragu-ragu dalam mengonsumsi produk impor karena ingin mengikuti gaya hidup modern. Hal ini didukung oleh hasil penelitian yang diarahkan oleh Lativia dkk (2022) yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh besar faktor gaya hidup terhadap pilihan pembelian dengan nilai kepentingan sebesar 0,182. Nilai kepentingan yang lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh penting faktor gaya hidup terhadap pilihan pembelian.

Sama halnya dengan faktor gaya hidup, faktor lingkungan bersifat netral bagi masyarakat Aceh dalam mengonsumsi produk impor. Artinya faktor lingkungan dan gaya hidup bisa berpengaruh ataupun tidak terhadap keputusan untuk mengonsumsi produk impor di kalangan masyarakat Aceh.

Berbeda halnya dengan faktor selera yang memberi pengaruh signifikan bagi masyarakat Aceh dalam mengonsumsi produk impor. Dalam hal ini, dapat kita simpulkan bahwa masyarakat Aceh dalam mengonsumsi suatu produk berdasarkan selera atau keinginannya masing-masing. Adapun penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Dewi Julianida dkk (2023) seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, Hasil dari penelitian mereka menunjukkan hal yang sama, yaitu Terdapat sebagian besar responden yang menyukai produk impor dan responden lainnya tidak menyukai produk impor tersebut atau dapat dikatakan lebih menyukai produk

yang diproduksi di dalam negeri. Adapun alasan beberapa responden dari penelitian ini diantaranya yaitu kualitas barang impor yang lebih tahan lama jika dibandingkan dengan produk lokal serta memiliki nilai tersendiri yang sangat bagus dan dapat bermanfaat bagi kepuasan diri sendiri. Jadi dapat disimpulkan bahwa responden pada penelitian ini memilih mengkonsumsi produk impor berdasarkan selera. Namun ada juga sebagian responden yang lebih memilih produk lokal karena faktor harga produk impor terlalu mahal.

4.7 Tinjauan Hukum Islam Terhadap Konsumsi Produk Impor Yang Berasal Dari Negara Non-Muslim

Hakikat manusia menurut Islam adalah sebagai binatang yang ramah, hidup berdampingan dengan orang yang berbeda dan saling membutuhkan. Dalam kehidupan bermasyarakat, masyarakat tidak hanya berada pada wilayah yang seluruhnya beragama Islam, namun banyak pula kelompok masyarakat non-Muslim, baik dalam lingkungan sosial, tempat kerja, lingkungan sekolah, dan yang mengejutkan, tingkat dunia. Sebagai seorang Muslim, wajar jika kita menjalin hubungan dengan non-Muslim selama mereka bukan orang yang memerangi kita dan mengusir kita dari lingkungan lama kita. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-Mumtahanah bagian 8-9

لَا يَنْهٰكُمُ اللّٰهُ عَنِ الَّذِيْنَ لَمْ يُقَاتِلُوْكُمْ فِى الدِّيْنِ وَلَمْ يُخْرِجُوْكُمْ مِّنْ دِيَارِكُمْ اَنْ تَبَرُّوْهُمْ وَنُقْسِطُوْا اِلَيْهِمْ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِيْنَ ﴿٨﴾ اِنَّمَا يَنْهٰكُمُ اللّٰهُ عَنِ الَّذِيْنَ قَاتَلُوْكُمْ فِى الدِّيْنِ وَاَخْرَجُوْكُمْ مِّنْ دِيَارِكُمْ وَظَاهَرُوْا عَلَىٰ اِخْرَاجِكُمْ اَنْ تَوَلَّوْهُمْ وَمَنْ يَّتَوَلَّهُمْ فَاُولٰٓئِكَ هُمُ الظّٰلِمُوْنَ

﴿٩﴾

Artinya : “Allah tidak melarang kamu untuk berbuat baik dan berperilaku adil terhadap orang-orang yang tidak memerangimu dalam urusan agama dan tidak mengusir kamu dari

kampung halamanmu. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang berlaku adil. Sesungguhnya Allah melarang kamu menjadikan mereka sebagai kawanmu (orang-orang yang memerangi kamu dalam urusan agama dan mengusir kamu dari kampung halamanmu dan membantu (orang lain) untuk mengusirmu. Barang siapa menjadikan mereka sebagai kawan, mereka itulah orang yang zalim.” (QS. Al- Mumtahan ayat 8- 9)

Bagian ini memberi makna bahwa sebagai umat Islam, kita boleh berbuat sesuatu yang bermanfaat dan berteman dengan non-Muslim, selama mereka bukanlah orang-orang yang memerangi kita dalam masalah agama dan orang-orang yang mengeluarkan kita dari tempat kita dibesarkan. . Kita tidak perlu mengabaikan dan menjauhi seluruh umat Islam. Dan yang pasti Allah memuja para pekerjanya yang bisa berbuat halal.

Adapun dalam pertemanan antara muslim dan non-muslim pun terdapat beberapabatasan yang tidak boleh dilanggar oleh muslim, diantaranya adalah mengkonsumsi produk-produk yang haram menurut Islam, baik berupa pakaian, aksesoris makanan, obat-obatan maupun produk lain yang mana bagi non muslim produk tersebut sering mereka konsumsi.

Sebagai seorang muslim, tentunya harus sangat berhati-hati dalam mengkonsumsi suatu produk terutama produk yang diproduksi di negara non-muslim. Prihatin jika peralatan yang digunakan dalam proses produksi digunakan untuk menampung makanan yang tidak halal atau haram, seperti daging babi dan anjing, yang dianggap haram dan sangat najis dalam Islam. Itu dapat dibersihkan dengan lebih banyak cara daripada hanya dengan mencucinya. Proses produksi yang tidak dapat kita perhatikan secara langsung, kehalalan yang tidak terjamin dan lain sebagainya. Adapun perintah mengkonsumsi produk yang halal dan larangan mengikuti langkah-langkah setan disebutkan dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوبَاتِ

الشَّيْطَانُ ۖ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

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”

Ayat ini memberikan makna bahwa di masa lalu suku Quraisy membatasi hal-hal halal dan menyembelih makhluk tanpa menyebut nama Allah.¹¹⁵ Dengan adanya kejadian ini, syair ini berlaku untuk semua orang, baik Muslim maupun non-Muslim. Haram di sini dipartisi menjadi dua; (1) bahannya haram; (2) haram Tulang kering (haram turun karena alasan yang tidak diketahui). Berdasarkan tafsir diatas, halal mengacu pada substansi (yang telah ditetapkan Allah) dan tayyiban mengacu pada cara memperolehnya.

Halal berasal dari bahasa Arab yang berarti membebaskan, menyelesaikan, menghancurkan dan mengizinkan¹¹⁶. Sedangkan menurut eksplodis hukum islam, halal adalah segala sesuatu yang menyebabkan tidak tercelanya seseorang jika menggunakannya, atau sesuatu yang wajar untuk dilakukan sesuai syariah.¹¹⁷ Sementara itu, menurut buku referensi syariah, halal adalah segala sesuatu yang membuat seseorang menjadi contoh yang baik dengan asumsi bahwa mereka menggunakannya, atau sesuatu yang tampaknya boleh dilakukan sesuai syariah. Al-Qur'an telah merujuk pada surat Al-Baqarah bait 173 bahwa pada dasarnya hanya ada empat sumber makanan yang haram yang berbunyi:

¹¹⁵ Abu Ja'far Muhammad Jarir At-Tabari, *Tafsir At-Tabari (Jamiul Bayan Fî Ta'willul Qur'an)* jilid III (Beirut-Libanon: Darul Kutub al-Ilmiyah) h. 80-81

¹¹⁶ Mochtar Effendy, *Ensiklopedi Agama dan Filsafat*, (Jakarta: Universitas Sriwijaya, 2001), hlm. 285.

¹¹⁷ Abdul Azis Dahlan, et. al., *Ensiklopedi Hukum Islam*, (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996), hlm. 505

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنِزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ۖ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

Artinya:

“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Akan tetapi, barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya, tidak (pula) melampaui batas, maka sesungguhnya Allah Maha Pengampun, Maha Penyayang”. (QS. Al-Baqarah: 173).

Ayat diatas memberi makna bahwa sumber makanan yang ditabukan antara lain:

1. Bangkai, yang termasuk kategori bangkai adalah hewan yang mati dengan tidak disembelih; ini termasuk makhluk-makhluk yang telah dicekik, dipukul, terjatuh, dimusnahkan dan dimusnahkan oleh makhluk-makhluk liar. Selain yang sudah kami potong, yang boleh dimakan hanyalah ikan dan bangkai belalang.
2. Darah yang sering disebut dengan darah mengalir, maksudnya adalah darah yang keluar pada saat penyembelihan (aliran) sedangkan darah yang tertinggal setelah penyembelihan pada daging setelah dibersihkan adalah wajar. Dua macam darah yang dibolehkan adalah jantung dan limpa.
3. Babi, segala sesuatu yang berasal dari babi haram, baik itu darah, jaringannya, maupun tulangnya.
4. Makhluk yang ketika disembelih menawarkan pilihan yang berbeda dari nama Allah.

Yusuf al-Qaradlawi mengutip perkataan Salman al-Farisi bahwa Kurir Allah pernah mendapat informasi tentang samin, cheddar dan jackasses hutan. Maka Nabi bersabda: “Yang halal adalah apa yang dihalalkan Allah dalam kitab-Nya, dan yang haram adalah segala sesuatu yang haram oleh Allah dalam kitab-

Nya. Dan yang Allah tenangkan adalah ampunan dari Allah bagimu.”¹¹⁸.

Terlebih lagi, ketika Kurir Allah mendapat informasi tentang hal-hal kecil – yang tidak ada teksnya, dia tidak menjawab pertanyaan tersebut dengan tepat. Namun, ia memberikan pedoman mendasar yang dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu halal atau haram.

Dengan demikian, makna halal menurut Al-Qur'an dan hadis sangatlah mendasar dan jelas. Segala sesuatu yang bermanfaat bagi tubuh, jiwa dan jiwa adalah halal. Demikian pula segala sesuatu yang mengancam kesehatan: tubuh, otak dan jiwa, adalah haram.

Sebisanya mungkin memberikan fatwa tentang halal atau haramnya suatu hal yang tidak ada nash qat'i (tertentu). Menurut Yusuf al-Qaradlawi, al-Imam Syafi'i menceritakan kepada al-Qadhi Abu Yusuf bahwa ulama tidak suka mengeluarkan fatwa tentang halal dan haram kecuali sudah jelas tertulis di kitab Allah dan tidak perlu ditafsirkan ulang. Secara bertahap, mereka telah memberikan prinsip-prinsip berikut: “Sesuatu yang menjurus kepada yang haram maka hukumnya haram juga”.¹¹⁹

Yusuf al-Qaradlawi menjelaskan bahwa standar ini merupakan salah satu standar yang ditetapkan oleh Islam, apalagi jika Islam mengingkari sesuatu, maka Islam juga melarang segala perantara yang mengarah pada haram tersebut. Apabila kedua hal tersebut menjadikan pihak perantara teringkari (menimbulkan kezaliman), maka akibat (akibat dari kegiatan

¹¹⁸ al-Hakim al-Naysabur, Mustadrak al-Hakim; al-Mustadrak ‘Ala al-Sahihain, juz. 4, 129

¹¹⁹ Candra, Hendri.(-). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Makan Di Tempat Non Muslim Dan Memakan Makanan Yang Dimasak Oleh Non Muslim. *Az-zawajir Jurnal Hukum Islam*. Vol. 3, No.1 hal. 52-64.

tersebut) juga dihalangi (haram)¹²⁰. Hal ini juga berlaku untuk barang-barang selain makanan, seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan obat-obatan. Rasulullah SAW pun melarang adanya pertukaran dagang. Jika pertukaran dagang dilarang, maka hasilnya juga akan dibatasi (haram).

Demikian pula, jika seorang Muslim makan di kafe Jepang atau Cina di negaranya, maka hukumnya adalah memakannya sesuai dengan status jagalnya. Terlebih lagi, penebusan dosa watsaniy (penyembah dewa lain) tidak boleh dimakan. Selain itu, yang diperbolehkan hanya terbatas pada jenis makanan yang diperbolehkan, seperti ikan, sayur-sayuran, dan sejenisnya.

Syariat Islam memberikan penekanan yang luar biasa pada individu untuk mengkonsumsi hal-hal yang halal dan baik, dan dengan tegas menyarankan untuk menjauhi hal-hal yang haram. Hal ini mengandung makna bahwa seorang muslim wajib membantu dirinya dan keluarganya dengan penghidupan yang halal dan besar.

Dalam gambaran masa lalu, telah dimaknai bahwa halal adalah kebutuhan pertama atau pokok atas makanan, minuman, dan benda-benda lain yang boleh dimakan atau ditempel (seharusnya boleh) yang tidak ditetapkan secara syariat, sedangkan syarat lainnya adalah bahwa suatu barang harus *tayyiban*.

Dari akar kata *taba* yang memiliki tiga huruf *ta*, *alif*, dan *ba* yang berarti halal, suci, nikmat, subur, halal, dan diperbolehkan, kata *tayyib* dalam bahasa Arab adalah masdar. Menurut Kalamuddin Nurdin dalam rujukan kata Syawarifiyyah, ia mengartikan kata *tayyib*, khususnya: keutamaan, kebaikan,

¹²⁰ Candra, Hendri.(-). Tinjauan Hukum Islam Terhadap Makan Di Tempat Non Muslim Dan Memakan Makanan Yang Dimasak Oleh Non Muslim. *Az-zawajir Jurnal Hukum Islam*. Vol. 3, No.1 hal. 52-64.

ketenaran, nikmat, keberkahan, dan kehalusan Para ahli tafsir mengartikan kata tayyiban berkaitan dengan sila makanan yang mengungkapkan makna tayyiban. makanan yang tidak kotor dari segi bahannya atau dirusak (dihentikan) atau tercampur dengan barang yang berantakan. Selain itu, ada juga yang mengartikannya sebagai makanan yang tidak merugikan dan tidak menimbulkan nafsu makan bagi yang mengkonsumsinya.

Indonesia sendiri mempunyai banyak sekali keberagaman baik dari segi jati diri, budaya, adat istiadat, ras dan agama. Islam bukanlah agama utama dalam pola pikir itu, ada juga agama lain, misalnya saja Kristen, Budha, Katolik, Hindu, Konghucu, dan penganut kepercayaan lainnya. Karena itu, banyak dijumpai sebagian Muslim ada yang tinggal dengan penganut agama lainnya bahkan ada yang berkerabat.

Mengonsumsi makanan non-Muslim boleh dan halal selama Anda yakin makanan tersebut tidak berasal dari makanan haram atau haram. Apabila non-Muslim menyajikan makanan berupa nasi, mie instan, atau ikan, maka halal memakannya. Statusnya sebagai non-Muslim tidak menjadikan barang-barang yang dibuatnya haram untuk dimanfaatkan oleh umat Islam.

Bahkan dalam kitab *I'anatut Thalibin* disebutkan, makanan yang asalnya halal namun ada dugaan najis karena dimasak oleh nonmuslim misalnya, maka tetap dihukumi suci dan halal dimakan. Bahkan Ibnu Salah mengatakan, makanan tetap dihukumi suci hingga tampak nyata najisnya, bukan hanya dugaan kuat saja. Jika sudah terlihat jelas najisnya, maka dihukumi najis tidak boleh dimakan, sesuai dengan kaidah: *“(Kaidah) yaitu setiap makanan yang asalnya suci dan ada dugaan najis karena pada umumnya makanan seperti itu najis, di sini ada dua pendapat yang terkenal dengan mengikuti dua kaidah asal. Namun yang jelas atau yang menang dari dua pendapat tersebut adalah makanan tadi dihukumi suci.”*

Akan tetapi, untuk proses penyediaan suatu produk, perlu digarisbawahi, jika produk tersebut berasal atau mengandung daging, oleh karena itu, harus dilihat dari berbagai sudut pandang. Beberapa peneliti berpendapat bahwa daging yang disembelih oleh non-Muslim yang beragama Yahudi dan Kristen dipandang halal bagi umat Islam. Hal ini disebabkan karena kedua agama tersebut samawi. Sementara itu, bagi sebagian besar peneliti, menyebut nama Allah SWT bukanlah syarat sahnya tukang jagal. Sebaliknya di luar agama Samawi, terkadang dilakukan penyembelihan daging dengan tujuan untuk dipersembahkan kepada dewa atau roh ketuhanan lainnya, sehingga haram memakan daging tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa produk impor yang berasal dari negara non-muslim boleh dan halal dikonsumsi selama bisa dipastikan produk tersebut tidak berasal atau mengandung benda haram atau najis dan proses produksinya dilakukan secara *tayyib* dan bersih dalam artian tidak menggunakan peralatan yang pernah atau telah bersentuhan dengan benda najis.

Hal ini telah dieksplorasi sebelumnya oleh Lativia dkk (2022) dan menunjukkan hasil serupa, yaitu terdapat dampak kritis variabel halal terhadap pilihan pembelian dengan nilai kepentingan sebesar 0,020. Nilai kepentingan yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat besar dari variabel nama halal terhadap pilihan pembelian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Perilaku masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor yaitu masyarakat Aceh tidak terlalu tertarik dengan produk impor, dalam artian masyarakat Aceh masih ragu-ragu untuk mengkonsumsi produk impor. Meskipun masyarakat Aceh ada yang mengkonsumsi produk impor namun masih dalam batas wajar yaitu antara mengkonsumsi produk impor karena butuh atau hanya untuk koleksi dan lainnya. Berdasarkan hasil kuesioner masyarakat Aceh berada dalam kategori netral, yaitu ada yang lebih suka mengkonsumsi produk impor namun ada juga yang lebih suka mengkonsumsi produk lokal dengan nilai rata-rata 2,96 (Netral).
2. Berdasarkan hasil dari olah data, terdapat 3 faktor yang dicantumkan oleh penulis yaitu faktor gaya hidup, selera dan lingkungan. Dari ketiga faktor tersebut masyarakat Aceh lebih dominan mengkonsumsi produk impor berdasarkan selera yaitu sebanyak 61% dari total responden menjawab setuju dan sangat setuju untuk faktor selera.
3. Berdasarkan hasil analisis dari faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat Aceh dalam mengkonsumsi produk impor, maka hasil yang didapat yaitu masyarakat Aceh masih ragu-ragu dalam mengkonsumsi produk impor karena mengikuti faktor gaya hidup yaitu dengan nilai rata-rata jawaban responden 3,12 (Netral). Sama halnya dengan faktor gaya hidup masyarakat Aceh masih ragu-ragu dalam mengkonsumsi produk impor berdasarkan faktor lingkungan dengan nilai rata-rata 2,74 (Netral). Akan tetapi, faktor selera menjadi salah satu alasan masyarakat Aceh mengkonsumsi produk impor yaitu dengan nilai rata-rata 3,72 (Setuju).
4. Mengkonsumsi produk impor yang berasal dari negara non-muslim boleh dan halal dikonsumsi selama bisa dipastikan

produk tersebut tidak berasal atau mengandung benda haram atau najis dan proses produksinya dilakukan secara *tayyib* dan bersih dalam artian tidak menggunakan peralatan yang pernah atau telah bersentuhan dengan benda najis.

B. Saran

Saran yang dapat di berikan oleh penulis adalah bagi seluruh masyarakat muslim Indonesia terutama yang mengkonsumsi produk impor agar lebih memperhatikan kehalalan produk yang dikonsumsi baik dari segi kandungan maupun proses pembuatannya. Dan disarankan agar lebih mendalami bagaimana perilaku konsumsi yang baik dan benar menurut Islam. Akan lebih baik jika kita mengkonsumsi produk lokal, karena selain jelas kehalalannya, mengkonsumsi produk lokal dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Hal ini merupakan salah satu anjuran dalam Islam yaitu untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan.

Diharapkan kepada pemerintah Aceh agar melakukan sosialisasi kepada masyarakat, dan mempromosikan produk-produk lokal. Kemudian mulai memproduksi produk sendiri dengan kualitas dunia dan dengan harga yang mampu di beli oleh masyarakat Aceh sendiri, lalu mengeksport produk buatan Aceh sehingga dapat bersaing di mancanegara.

جامعة الرانيري

A R - R A N I R Y

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan terjemahan.

Abu Bakar, Al Yasa. 2013. *Penerapan Syariat islam di Aceh (Upaya Penyusunan Fiqih dalam Negara Bangsa)*. Banda Aceh: Dinas Syariat Islam Aceh.

Abdul Azis Dahlan, *et. al.*, Ensiklopedi Hukum Islam, (Jakarta: Ikhtiar Baru van Hoeve, 1996)

Abdurrahman, Abu Alula Muhammad. 2008. *Syarah Sunan Tirmidzi jilid 2*.

Abu Ja'far Muhammad Jarir At-Tabari, *Tafsir At-Tabari (Jamiul Bayan Fî Ta'willul Qur'an) jilid III* (Beirut-Libanon: Darul Kutub al-Ilmiyah).

Al-Hakim al-Naysabur, Mustadrak al-Hakim; al-Mustadrak 'Ala al-Sahihain, juz. 4

Antonio, Syafi'i, Muhammad. 2007. *Bank Syariah: dari teori ke praktik, cetakan ke sebelas*. Gema insani. Jakarta.

Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asnawi, Nur. Dan M. Asnan (2017). *Pemasaran Syariah: Teori, Filosofi, Dan Isu-Isu Kontemporer*. Edisi 1 cetakkan 1. Depok: Rajawali pers.

Asra, Abuzar dan Rudiansyah. (2013) *Statistika Terapan*. Jakarta: In Media.

Asy-Syaikh Al-Albani, *Shahih Sunan Ibnu Majah*.

Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.

Danim. (2002). *Menjadi Peneliti Kualitatif*. Bandung: Cv. Pustaka Setia.

Fahmi. (1982). *Penyesuaian Diri, Pengertian Dan Perannya Dalam Kesehatan Mental*. Jakarta: Bulan Bintang. Hal. 14.

Fathul Bari Syarh. *Shahih Bukhari*.

- Fromm, Erich. (2006). *Dari pembangkangan menuju sosialisme humanistik*. Jakarta: Pelangi Cendekia.
- Hamka .(1983). *Tafsir Al-Azhar Juzu' VII*. PT. Pustaka Panjimas. Jakarta.
- Imam Al-Mundziri. 2016. *Mukhtasur Shahih Muslim*.
- Imam Muhammad Bin Ismail Al-Bukhari. *Shahih Bukhari Juz 2*. Hadits Bukhari.
- Khan, M. Fahim .(2014). *Esai-Esai Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Lativia, dkk. (2022). Perilaku Konsumen Muslim Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Makanan Impor. *Jurnal Iqtisaduna*. Vol. 8 (2). Hal. 80-97.
- Madjid, Nurcholish. (2004). *Masyarakat Religius*. Jakarta: paramadina.
- Mufllih, Muhammad (2006). *Perilaku Konsumen Dalam Perfektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Mochtar Effendy, *Ensiklopedi Agama dan Filsafat*, (Jakarta: Universitas Sriwijaya, 2001)
- Nastiti, D. Novia. (2020). *Analisis Perilaku Konsumen, Gaya Hidup Dan... Perilaku Berderma Masyarakat Kelurahan Bugih Pamekasan Dalam Perspektif Konsumsi Islam (Tesis)*. Pasca Sarjana Universitas Sunan Ampel. Surabaya.
- Nasution, Mustafa Edwin. 2010. *Pengenalan Eksklusif: Ekonomi Islam*. Jakarta. Kencana.
- Nomiasari. Fitri. (2019). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Muslim*. Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- P3EI. 2015. *Ekonomi Islam*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Qanun Propinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Nomor 11. Tahun 2002. *Tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang Aqidah Ibadah dan Syiar Islam*.

- Qanun Aceh. Nomor 9. Tahun 2008. *Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat*.
- Rahmawati, Laela S.Pd.i. (2016). *Agama, Pendidikan, dan Gaya Hidup (Tesis)*. UIN Sunan Kali Jaga. Yogyakarta.
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. (2017). *Metodologi Peneliian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Setiadi, J., N. (2015). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen*. Jakarta. Kencana.
- Shihab, Quraish. (2012). *Tafsir Al-Lubab*. Penerbit Lentera Hati. Tangerang.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2013. *Ekonomi Islam: sebuah pendekatan Ekonomi mikro perspektif Islam*. Yogyakarta. Graha Ilmu.
- Sunan Ibnu Majah. No. 3314.
- Umar, Muhammad. (2006). *Peradaban Aceh: Kilasan Sejarah Aceh dan Adat*. Banda Aceh: Yayasan Busafat.
- Usman, Hardius. dkk. (2020). *Islamik Marketing: Sebuah Pengantar*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- W.A Gerungan (2014). *Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Zamzam, H. Fakhry & Aravik, Havis. 2020. *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan*. Yogyakarta: Deepublish.

Jurnal dan Artikel:

- Adawiyah, Roby Atul Nazila. (2020). *Fenomena Perilaku Konsumsi Makanan Secara Online Dikalangan Mahasiswa Fisip Unair*. Artikel Sosiologi Ekonomi.
- Afdhal, M., Syahnur, S. Dan Nasir, M. (2014) *Konsumsi di Provinsi Aceh. Jurnal Ilmu Ekonomi Pascasarjana Universitas Syiah Kuala*. Vol II (3).

- Alawiyah, Tuti. 2020. Mall dan Perilaku Konsumtif Masyarakat Urban. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*. Vol 1. No. 2.
- Amrillah dan Brawijaya. (2016). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik. *Jurnal Syarikah*. Vol. 2. No. 2.
- Arthatiani dan Deswati. 2020. *Strategi Pengendalian Impor Mackarel Sebagai Bahan Baku Usaha Pemindang*. *Jurnal Kebijakan Sosek KP*. Vol. 10. No. 1
- Candra, Hendri. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Makan Di Tempat Non Muslim Dan Memakan Makanan Yang Dimasak Oleh Non Muslim. *Az-zawajir Jurnal Hukum Islam*. Vol. 3, No.1.
- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*. Vol. 9. No. 1.
- Dewi, Ni Made Indah Krisna, dkk. (2020). Implikasi Penjualan Pakaian Bekas Impor Bagi Konsumen Di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*. Vol. 1. No. 1
- Febriana, Riski, dkk. (2020). Pengaruh Perilaku Konsumtif Penggemar K-POP pada Peluang Usaha dan Pajak Bea Cukai di Indonesia. *Jurnal Sahmiyya*. Vol.2 no. 1.
- Firman, Karina Dewi Julianida.dkk. (2023). Intensitas Penggunaan Produk Impor di Kalangan Mahasiswa UPI Cibiru Angkatan 2022. *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*. Vol.15. No. 1.
- Hasan, Muhammad, dkk. (2021). Perilaku Konsumtif Mahasiswa Dalam Membeli Produk Fashion. *Jurnal Phinisi Integration Review*. Vol. 4, No. 2.
- Marlina, Naeni. 2006. *Perilaku Konsumtif di kalangan Mahasiswi*. Artikel Social welfare.

- Matsaini. 2015. *Analisis Perilaku Konsumen (Artikel)*. Universitas Trunojoyo. Madura.
- Melis. 2015. *Prinsip dan Batasan Konsumsi* (Jurnal Islamic Banking, Vol.1, No. 1. Agustus 2015).
- Putri, Lisy Septiani, Dkk. 2019. *Gaya Hidup Mahasiswa Pengidap Fear Of Missing Out di Kota Palembang*. Jurnal Masyarakat & Budaya,.Volume 21. No. 2.
- Putri, Rasdica Denara Hernowo. 2023. Simulcra dan hyperreality: feshion Influencer Instagram. *Jurnal Politik dan Sosial Kemsyarakatan*. Vol. 15. No. 1.
- Rahmah, Nur. (2018). Impulsive Buying Behaviour Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Bisnis Syariah*. Vol. 1. No. 2.
- Rezky, M. Aulia dan Syahnur, S. 2017. Konsumsi Masyarakat Urban di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIM) Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsyiah*. Vol. II (2).
- Setiawan, Evelyn. 2014. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Produk Fashion Lokal Dan Impor*. *Jurnal Economia*. Vol. 10. No.
- Suharyono. 2018. Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Al-Intaj*. Vol.4, No. 2.
- Sulistyawati, W., Wahyudi, dan Trinuryono, S. (2022) Analisis (Deskriptif Kuantitatif) Motivasi Belajar Siswa dengan Model *Blended Learning* Di Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Kadikma*. Vol. 13. No.1
- Yahya, Adibah. 2021. *Determinan Perilaku Konsumtif Mahasiswa*. Jurnal Pengembangan Wiraswasta. Vol. 23 No. 01.
- Yuliyani. 2015. *Konsep Dan Peran Strategis Ekonomi Syariah Terhadap Isu Kemiskinan*. (Jurnal Iqtishadia, Vol. 8, No. 1.

Web:

- Adriyamarthanino, varelladevanka. *Sejarah perkembangan ekonomi syariah diIndonesia*. Diakses Dari <https://www.kompas.com/stori/read/2022/08/30/120000279/sejarah-perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia>.
- Bacaan madani. 2018. *Kandungan Quran surat al-maidah ayat 87*. Diakses dari bacaanmadani.com/2018/05/kandungan-quran-surat-al-maidah-ayat-87.html
- Badan Pusat Statistik, *Badan Pusat Statistik Provinsi Sulawesi Utara*. Diakses Dari <https://sulut.bps.go.id/indicator/12/958/1/jumlah-penduduk-menurut-provinsi-di-indonesia.html>.
- Bps Provinsi Aceh.(2023). *Jumlah Konsumsi/Pengeluaran Makanan/Non-Makanan Provinsi Aceh (Rupiah), 2018-2020*. Diambil dari website <https://aceh.bps.go.id/indicator/5/233/1/jumlah-konsumsi-pengeluaran-makanan-non-makanan-provinsi-aceh.html>.
- Bps.go.id.<https://aceh.bps.go.id/pressrelease/2022/11/01/685/perkembangan-ekspor-dan-impor-aceh--september-2022.html>.
- Burhan. (2023). *Provinsi Aceh: Sejarah, Kebudayaan Dan Keindahan* diambil dari <https://acehprioritas.com/nama-provinsi-aceh/>
- Fallahnda, Balqis. (2022). *Sejarah Indonesia Profil Provinsi Aceh: Sejarah, Geografi, dan Peta Wilayah* diambil dari <https://tirto.id/profil-provinsi-aceh-sejarah-geografi-dan-peta-wilayah-gzD2>
- Hendra, Fajar, J. (2022). *Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar di Indonesia* <https://portalaceh.inews.id/read/157992/provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-di-indonesia>

- Jaya, Fajar Hendra. 10 Provinsi dengan Persentase Muslim Terbesar di Indonesia, Nomor 1 Dijuluki Serambi Mekkah, <https://aceh.inews.id/berita/provinsi-dengan-persentase-muslim-terbesar-di-indonesia>.
- Kementrian Keuangan (Direktorat Jendral BEA dan CUKAI). *Informasi Impor*. Diakses dari <https://bcbekasi.beacukai.go.id/informasi-impor>.
- Kristina. (2022). *Surah Al Maidah Ayat 3 Arab, Latin, Arti, dan Tafsirnya*. Diakses dari <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-6461382/surah-al-maidah-ayat-3-arab-latin-arti-dan-tafsirnya>.
- Kusnandar, Viva, B. (2021). Provinsi Aceh Miliki Persentase Penduduk Muslim Terbesar Nasional pada Juni 2021. Diambil dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/25/provinsi-aceh-miliki-persentase-penduduk-muslim-terbesar-nasional-pada-juni-2021>
- Pemerintah Aceh. Sejarah Provinsi Aceh diambil dari <https://acehprov.go.id/halaman/sejarah-provinsi-aceh>
- Ramdlan, M.M. (2018). Hukum membeli produk *import* dibanding produk lokal. Bahtsul Masail. Diakses dari <https://islam.nu.or.id/bahtsul-masail/hukum-membeli-produk-luar-negeri-dibanding-produk-lokal-NByqm>.
- STISIP WIDURI. (2021). *Gaya hidup mahasiswa kekinian*. Diakses dari <https://widuri.ac.id/gaya-hidup-mahasiswa-kekinian/>
- Vannisa. (2019). *Kebudayaan Aceh*. Diambil dari <https://perpustakaan.id/budaya-aceh/>
- Vinta. 2023. Masuknya Barang Impor ke Indonesia Dipengaruhi Berbagai Faktor. Diakses dari <https://www.rri.co.id/pusatpemberitaan/nasional/3979>

17/masuknya-barang-impor-ke-indonesiadipengaruhi-berbagai-faktor.

Wikipedia. (2023). *Islam di Aceh* diambil dari https://id.wikipedia.org/wiki/Islam_di_Aceh.



KEPUTUSAN DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

Nomor: 617/Un.08/Ps/11/2022

Tentang:

PENUNJUKAN PEMBIMBING TESIS MAHASISWA

DIREKTUR PASCASARJANA UIN AR-RANIRY BANDA ACEH

- Menimbang : 1. bahwa untuk menjamin kelancaran penyelesaian studi pada Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh dipandang perlu menunjuk Pembimbing Tesis bagi mahasiswa;
2. bahwa mereka yang namanya tercantum dalam Keputusan ini, dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai Pembimbing Tesis.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
3. Keputusan Menteri Agama Nomor 156 Tahun 2004 tentang Pedoman/Pengawasan, Pengendalian dan Pembinaan Diploma, Sarjana, Pascasarjana Pada Perguruan Tinggi Agama;
4. Keputusan Menteri Agama Nomor 21 Tahun 2015 tentang STATUTA UIN Ar-Raniry;
5. Keputusan Dirjen Binbaga Islam Departemen Agama R.I. Nomor 40/E/1988 tentang Penyelenggaraan Program Pascasarjana IAIN Ar-Raniry di Banda Aceh;
6. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015 tanggal 2 Januari 2015 tentang Pemberian Kuasa dan Pendelegasian Wewenang kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana dalam lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan : 1. Hasil Seminar Proposal Tesis semester Ganjil Tahun Akademik 2022/2023, pada hari Kamis tanggal 22 September 2022.
2. Keputusan Rapat Pimpinan Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh pada hari Selasa Tanggal 01 November 2022.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan
Kesatu

Menunjuk:

1. Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
2. Dr. Bismi Khalidin, M. Si

Sebagai Pembimbing Tesis yang diajukan oleh:

N a m a : Zul Ridha Silvia Rahmah
NIM : 201008011
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Ar-Raniry di Tinjau dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Mahasiswa FEBI Tahun 2020/2021)

- Kedua : Pembimbing Tesis bertugas untuk mengarahkan, memberikan kritik konstruktif dan bimbingan Tesis sehingga dianggap memenuhi standar untuk memperoleh gelar Magister.
- Ketiga : Kepada Pembimbing Tesis yang namanya tersebut di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku.
- Keempat : Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan.
- Kelima : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2024 dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan ini.

Ditetapkan di Banda Aceh

Pada tanggal 07 November 2022



Tembusan :Rektor UIN Ar-Raniry di Banda Aceh;

Lampiran 2

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

PERILAKU KONSUMTIF MASYARAKAT MUSLIM ACEH (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam)

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Saya Zul Ridha Silvia Rahmah mahasiswi Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (Tesis) saya dengan judul Perilaku Konsumtif Masyarakat Muslim Aceh (Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Produk Impor Dan Kedudukannya Dalam Hukum Islam). Sehubungan dengan hal tersebut, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka saya memohon kesediaan serta bantuan saudara untuk menjawab setiap pertanyaan yang ada di kuesioner ini dengan jujur. Data dan jawaban yang saudara berikan dipastikan kerahasiaannya dan hanya untuk digunakan sebagai penelitian saja. Dimohon setelah selesai menjawab diperiksa kembali kelengkapan jawaban saudara, dan pastikan jangan sampai ada yang terlewat. Untuk memudahkan dalam menjawab, bacalah terlebih dahulu petunjuk pengisian yang diberikan. R A N I R Y

Atas perhatian dan ketersediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

PERNYATAAN PENGISIAN

Teknik memberikan jawaban dengan cara mengisi jawaban singkat, dan menceklist (√) pilihan jawaban yang tersedia

I. Demografi responden

1. Jenis Kelamin :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Pendapatan :

PETUNJUK PENGISIAN

No	Keterangan (pilihan jawaban)	Skor
1	Sangat Setuju (STS)	5
2	Setuju (TS)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (S)	2
5	Sangat Tidak Setuju (SS)	1

Contoh menjawab Pernyataan

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya selalu memperhatikan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk	√				
2	Saya lebih memilih mengkonsumsi produk halal		√			
3	Saya tidak mengkonsumsi secara berlebihan (boros)			√		
4	Saya memperhatikan kebersihan barang yang di konsumsi				√	
5	Saya suka berburu kuliner apa saja					√

II. Pernyataan Kuesioner

A. Konsumsi Produk Impor

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan					
2	Saya suka mengoleksi barang baru yang sebelumnya sudah ada					
3	Saya berbelanja barang impor yang bermerek agar terlihat lebih percaya diri					
4	Saya pernah membeli produk impor yang sejenis dengan merek yang berbeda					
5	Saya suka membeli barang-barang impor berupa:					
	e. Pakaian dan aksesoris					
	f. Makanan dan minuman					
	g. Kosmetik					
	h. Peralatan rumah tangga					
6	Menurut saya harga produk impor lebih terjangkau jika di beli di pasar online					
7	Saya membeli produk impor karena mudah di peroleh dari pasar online					

B. Faktor-Faktor

(Gaya Hidup)

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya suka mengikuti trend terbaru					
2	Saya sering mencoba produk baru karena rasa ingin tahu					

3	Saya sering mengunjungi tempat-tempat yang sedang terkenal					
4	Saya sering membeli barang-barang produksi LN					
5	Saya merasa bangga jika menggunakan barang impor dan bermerek					

(Selera)

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya menyukai barang ber merk dan berkualitas					
2	Saya membeli produk yang sesuai dengan selera saya					
3	Menurut saya produk impor menyediakan banyak pilihan					
4	Saya sering membeli barang bermerek karena merasa puas dengan produknya					
5	Saya membeli barang bermerek karena kemasannya menarik					

(Lingkungan)

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya sering membeli barang yang sama dengan teman saya					
2	Saya membeli barang-barang karena barang-barang yang dikenakan teman saya terlihat menarik					
3	Saya sering berbelanja karena ajakan teman					
4	Saya membeli suatu barang agar dapat diakui oleh teman saya					
5	Saya lebih memilih menghabiskan waktu diluar Bersama teman daripada berdiam diri di rumah					

**C. Konsumsi Menurut Hukum Islam
(Kepedulian Kehalalan)**

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya selalu memperhatikan kehalalan dalam mengkonsumsi suatu produk					
2	Saya lebih memilih mengkonsumsi produk halal					
3	Lebel halal merupakan hal pertama yang saya perhatikan saat memilih suatu produk					
4	Saya menganggap lebel halal merupakan suatu jaminan kualitas dan keamanan produk					

(Sikap Boros)

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
1	Saya tidak mengkonsumsi secara berlebihan (boros)					
2	Saya tidak membeli barang yang tidak saya butuhkan					
3	Saya memperhatikan kebersihan barang yang di konsumsi					
4	Saya selalu memperhatikan kondisi barang yang akan saya beli					

Lampiran 3

Jawaban Responden

No	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	TOTAL A
1	1	3	3	1	3	5	5	5	5	5	36
2	2	2	3	2	4	2	4	3	3	3	28
3	1	2	2	2	4	1	1	1	3	3	20
4	2	3	3	4	5	4	5	5	5	5	41
5	5	5	1	3	3	2	1	1	2	4	27
6	5	4	3	4	5	3	2	3	4	4	37
7	1	2	1	1	1	1	3	1	2	3	16
8	3	3	1	1	3	5	3	3	5	3	30
9	1	1	1	1	2	3	2	2	3	2	18
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
11	2	1	1	2	2	5	4	5	4	3	29
12	1	1	2	1	3	2	3	2	2	3	20
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
14	1	1	3	4	5	4	5	3	4	3	33
15	3	1	2	2	2	3	2	3	3	3	24
16	1	1	3	3	5	1	1	5	3	5	28
17	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	37
18	1	1	2	5	5	4	1	3	1	3	26
19	3	2	3	4	4	3	4	3	5	4	33
20	1	1	1	4	4	3	3	4	4	4	29
21	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	32
22	1	1	1	1	4	4	4	4	5	4	29
23	5	1	1	1	1	1	1	5	1	1	18
24	1	2	1	2	3	5	5	3	3	2	27
25	2	4	2	3	4	3	2	2	4	4	30
26	1	2	1	3	4	1	2	2	4	5	25
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
28	3	3	1	1	2	4	1	1	3	1	20

[illegible]

61	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	34
62	5	2	4	4	3	5	5	3	3	4	38
63	3	3	1	4	4	5	5	1	4	5	35
64	2	1	1	4	4	1	4	3	4	5	29
65	1	3	1	4	4	1	4	3	4	3	28
66	3	3	3	4	4	5	4	3	2	1	32
67	3	3	3	5	1	5	1	3	2	3	29
68	2	3	3	5	3	5	5	4	2	3	35
69	1	3	3	5	3	5	5	3	1	4	33
70	1	4	3	1	4	3	5	5	5	4	35
71	2	4	2	3	5	4	3	5	5	4	37
72	2	5	2	3	5	4	1	5	3	4	34
73	1	2	1	3	5	4	4	5	4	4	33
74	4	2	4	3	3	4	3	2	3	5	33
75	4	2	3	3	3	2	5	2	1	5	30
76	2	1	3	3	1	3	5	4	4	5	31
77	3	2	2	3	2	3	5	4	4	3	31
78	3	2	2	3	3	3	2	1	4	3	26
79	2	2	3	3	3	3	2	5	5	5	33
80	1	3	3	3	2	2	2	2	4	3	25
81	2	1	3	2	2	2	5	4	4	5	30
82	1	1	1	4	2	2	3	3	4	3	24
83	1	1	5	1	1	1	4	3	3	5	25
84	1	1	5	5	4	1	2	1	5	3	28
85	2	4	5	5	4	5	4	5	5	5	44
86	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	43
87	3	4	2	5	5	3	4	5	5	4	40
88	4	4	2	5	4	4	4	4	2	3	36
89	1	1	2	1	5	4	3	2	2	3	24
90	1	1	2	1	4	4	3	3	2	3	24
91	1	1	2	3	5	4	3	3	2	5	29
92	2	4	3	3	1	1	3	3	3	4	27

93	2	4	3	2	1	2	3	2	2	5	26
94	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	28
95	1	4	1	1	4	2	3	2	2	5	25
96	1	4	2	5	3	2	1	3	3	2	26
97	3	4	3	5	5	3	1	5	5	2	36
98	3	3	3	5	2	3	1	4	2	2	28
99	3	3	2	5	4	3	4	3	5	4	36
100	3	3	2	4	5	3	4	5	2	3	34
101	3	2	2	1	1	5	4	4	5	3	30
102	1	2	1	3	5	5	3	5	3	5	33
103	1	2	2	3	3	4	3	4	5	2	29
104	1	1	2	3	1	5	3	5	3	5	29
105	1	1	3	2	4	4	1	5	3	2	26
106	1	1	3	2	4	4	2	4	3	2	26
107	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	44
108	2	3	5	5	2	4	5	5	3	4	38
109	2	3	5	1	3	5	4	2	4	4	33
110	4	3	5	1	2	5	1	3	3	3	30
111	4	2	4	1	3	3	3	3	5	3	31
112	4	2	4	5	4	3	3	3	5	3	36
113	5	3	1	4	2	1	3	3	2	3	27
114	2	4	3	4	5	5	5	3	5	3	39
115	2	4	3	4	2	4	5	4	2	3	33
116	2	4	4	1	3	4	1	4	4	5	32
117	2	5	1	3	5	1	4	4	3	2	30
118	3	4	2	3	1	1	4	4	4	2	28
119	1	5	3	3	3	3	4	5	4	2	33
120	1	5	3	3	4	3	3	5	4	2	33
121	3	5	5	1	2	5	2	5	5	2	35
122	2	5	5	1	3	5	5	3	1	4	34
123	2	5	1	1	5	5	5	3	3	4	34
124	1	4	1	5	4	5	1	2	3	4	30

125	4	4	1	5	1	4	1	5	3	3	31
126	4	4	1	2	3	1	4	3	5	5	32
127	5	3	2	2	3	5	5	4	4	5	38
128	1	1	3	5	4	4	3	1	4	3	29
129	1	2	3	5	1	4	3	2	5	4	30
130	5	2	3	3	5	3	4	3	4	5	37
131	4	2	5	4	5	3	5	4	2	5	39
132	1	2	5	4	4	3	4	2	4	3	32
133	1	3	4	5	1	2	3	3	4	3	29
134	1	3	1	5	3	5	4	1	2	4	29
135	2	3	1	4	3	5	1	3	3	4	29
136	2	1	3	5	5	1	3	4	5	4	33
137	1	1	3	5	4	5	1	5	2	4	31
138	3	1	2	4	4	5	5	5	5	5	39
139	3	1	1	4	5	4	2	1	4	5	30
140	3	2	1	4	5	1	4	1	3	3	27
141	3	2	5	4	4	5	5	4	4	4	40
142	3	3	5	4	5	5	5	3	3	4	40
143	3	3	1	5	4	3	3	5	4	5	36
144	3	3	2	4	3	3	3	1	3	5	30
145	2	4	3	3	3	3	3	2	5	5	33
146	2	5	1	5	1	1	2	2	5	2	26
147	2	5	5	1	1	5	1	3	4	5	32
148	2	4	3	1	4	5	5	5	4	4	37
149	3	4	4	5	2	5	5	5	5	3	41
150	3	4	4	5	2	5	5	5	4	3	40
151	3	3	4	5	3	5	1	1	5	4	34
152	1	3	1	4	3	5	1	3	4	4	29
153	3	1	5	3	5	4	1	3	5	5	35
154	1	2	1	3	5	3	5	3	4	5	32

No	B1.1	B1.2	B1.3	B1.4	B1.5	TOTAL B1
1	4	4	3	4	3	18
2	2	5	5	3	3	18
3	2	3	2	2	1	10
4	4	4	5	4	2	19
5	4	5	3	1	1	14
6	3	4	4	4	5	20
7	2	2	2	2	2	10
8	2	2	2	1	3	10
9	1	1	2	2	2	8
10	1	2	1	1	1	6
11	2	5	2	2	1	12
12	2	3	5	2	1	13
13	1	1	3	1	1	7
14	4	5	5	4	4	22
15	2	3	2	3	2	12
16	5	5	3	3	3	19
17	4	5	5	4	3	21
18	1	2	5	1	2	11
19	2	2	3	2	2	11
20	2	2	3	3	3	13
21	4	3	3	3	3	16
22	2	1	4	1	3	11
23	1	1	1	1	1	5
24	4	3	2	1	2	12
25	3	2	3	3	3	14
26	3	2	4	3	3	15
27	5	5	5	5	5	25
28	1	3	1	1	1	7
29	3	3	3	2	2	13

30	1	4	2	1	1	9
31	2	2	2	4	4	14
32	2	3	3	3	3	14
33	4	4	4	2	4	18
34	1	1	1	1	1	5
35	4	4	2	2	2	14
36	2	4	2	2	2	12
37	1	2	3	2	2	10
38	1	1	1	5	5	13
39	2	2	2	2	2	10
40	5	1	1	1	2	10
41	4	5	5	4	5	23
42	2	2	1	2	3	10
43	4	4	3	3	2	16
44	3	1	1	1	1	7
45	3	4	4	4	3	18
46	1	2	4	1	2	10
47	2	2	3	1	1	9
48	3	4	3	2	1	13
49	4	4	5	4	4	21
50	3	4	4	3	3	17
51	1	1	3	1	1	7
52	2	2	3	1	1	9
53	4	4	4	3	2	17
54	3	3	4	3	4	17
55	1	1	1	1	1	5
56	1	2	1	1	1	6
57	5	4	4	4	4	21
58	3	3	4	4	4	18
59	3	3	4	3	3	16
60	5	2	5	1	1	14
61	4	4	4	4	4	20

62	4	4	4	3	3	18
63	5	1	4	2	2	14
64	5	2	4	2	2	15
65	5	4	4	1	1	15
66	4	3	3	2	3	15
67	5	5	3	3	3	19
68	4	5	5	2	4	20
69	5	5	2	3	1	16
70	4	1	2	2	1	10
71	3	2	4	3	1	13
72	3	4	4	1	3	15
73	4	5	4	3	3	19
74	3	3	4	1	3	14
75	4	1	3	4	2	14
76	2	4	5	1	3	15
77	5	5	5	3	2	20
78	4	3	5	3	3	18
79	1	3	3	3	4	14
80	4	3	3	3	5	18
81	3	5	3	3	5	19
82	2	4	3	1	4	14
83	3	5	3	1	5	17
84	2	4	4	5	4	19
85	3	1	3	3	5	15
86	2	3	4	5	3	17
87	3	4	3	3	3	16
88	4	5	4	4	3	20
89	5	3	3	4	1	16
90	3	3	4	5	3	18
91	5	2	5	5	1	18
92	5	4	4	2	3	18
93	5	5	3	4	2	19

94	5	4	5	4	3	21
95	4	3	3	2	2	14
96	3	5	4	2	4	18
97	3	1	5	3	5	17
98	5	2	2	2	1	12
99	5	5	5	3	2	20
100	5	3	3	2	2	15
101	5	4	5	3	3	20
102	5	1	4	2	2	14
103	2	4	2	1	3	12
104	4	3	2	5	4	18
105	4	5	5	2	2	18
106	4	2	5	4	3	18
107	3	3	3	2	5	16
108	3	5	3	5	2	18
109	3	5	3	5	2	18
110	3	5	4	5	4	21
111	5	4	3	3	3	18
112	5	5	4	5	3	22
113	4	4	3	3	5	19
114	4	5	4	5	1	19
115	3	4	3	3	3	16
116	4	5	4	5	4	22
117	5	4	5	5	2	21
118	3	3	4	4	6	20
119	4	5	5	4	3	21
120	5	2	3	1	2	13
121	1	5	5	3	4	18
122	4	2	3	4	4	17
123	4	5	5	5	3	22
124	4	5	3	1	1	14
125	5	5	4	3	3	20

126	3	4	4	5	5	21
127	4	5	4	4	2	19
128	5	5	3	2	4	19
129	4	1	3	2	3	13
130	5	3	3	1	4	16
131	4	2	5	5	3	19
132	5	5	5	4	4	23
133	3	2	4	1	3	13
134	5	2	4	3	2	16
135	3	5	4	5	5	22
136	5	5	2	1	4	17
137	3	1	5	1	3	13
138	3	4	1	1	3	12
139	3	5	3	5	4	20
140	1	3	4	3	3	14
141	5	5	5	3	4	22
142	5	3	5	3	3	19
143	3	2	2	3	2	12
144	1	4	4	2	5	16
145	4	1	3	5	5	18
146	4	5	2	4	5	20
147	3	4	5	5	2	19
148	3	1	1	4	2	11
149	5	2	4	5	3	19
150	1	4	3	4	2	14
151	3	5	3	1	1	13
152	3	3	5	4	1	16
153	4	3	2	5	4	18
154	4	2	3	5	3	17

No	B2.1	B2.2	B2.3	B2.4	B2.5	TOTAL B2
1	5	5	5	4	5	24
2	5	4	4	4	2	19
3	3	2	2	2	2	11
4	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	5	25
6	4	5	4	4	5	22
7	3	4	2	4	3	16
8	5	5	3	2	2	17
9	3	3	2	2	1	11
10	1	4	3	1	1	10
11	5	4	2	3	2	16
12	4	5	4	2	3	18
13	1	4	1	1	1	8
14	5	4	4	5	3	21
15	2	3	3	3	3	14
16	5	5	5	5	5	25
17	5	4	4	4	4	21
18	5	5	4	4	2	20
19	3	5	3	5	3	19
20	3	5	4	4	4	20
21	5	3	3	4	3	18
22	3	5	4	4	3	19
23	1	5	1	1	1	9
24	4	5	4	4	2	19
25	3	2	3	3	2	13
26	5	5	5	5	3	23
27	5	5	5	5	5	25
28	3	4	2	1	1	11
29	3	4	3	3	3	16
30	3	2	2	2	2	11
31	2	2	2	2	2	10

32	3	3	3	3	2	14
33	4	4	4	4	2	18
34	1	1	1	1	1	5
35	4	5	4	4	4	21
36	4	4	4	3	2	17
37	3	2	3	2	3	13
38	5	1	1	1	1	9
39	2	4	2	2	2	12
40	4	5	1	1	1	12
41	5	4	5	4	4	22
42	2	4	3	3	3	15
43	2	4	4	4	5	19
44	3	5	3	3	3	17
45	4	4	4	4	3	19
46	2	4	2	3	4	15
47	3	4	4	4	4	19
48	3	3	3	4	3	16
49	4	4	4	5	5	22
50	3	5	4	4	3	19
51	3	4	3	3	2	15
52	1	5	4	4	3	17
53	4	4	4	4	3	19
54	4	4	3	4	5	20
55	1	5	4	2	2	14
56	2	5	4	2	1	14
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	5	5	5	23
59	4	4	3	4	3	18
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	4	20
62	4	4	4	4	4	20
63	2	5	5	4	5	21

64	3	5	5	4	5	22
65	3	5	5	4	3	20
66	4	4	2	5	3	18
67	5	5	3	1	3	17
68	4	5	2	1	2	14
69	5	5	4	1	5	20
70	4	4	2	5	5	20
71	5	4	5	1	4	19
72	4	4	3	3	5	19
73	5	3	4	1	4	17
74	3	3	5	3	5	19
75	5	3	5	4	3	20
76	3	3	5	4	5	20
77	5	4	2	4	2	17
78	4	4	4	2	4	18
79	4	4	4	3	5	20
80	4	4	4	4	4	20
81	5	5	3	5	5	23
82	3	4	3	2	4	16
83	3	5	3	4	4	19
84	5	4	5	3	5	22
85	3	5	3	5	2	18
86	5	4	5	3	5	22
87	5	5	3	5	3	21
88	5	4	5	3	3	20
89	2	5	3	4	4	18
90	5	4	5	5	5	24
91	5	4	3	4	4	20
92	2	4	3	5	4	18
93	4	5	5	5	5	24
94	4	3	4	3	5	19
95	3	5	5	5	5	23

96	4	5	4	3	5	21
97	3	3	5	5	3	19
98	3	3	4	4	5	19
99	5	5	4	5	3	22
100	5	5	4	4	5	23
101	5	4	5	4	5	23
102	5	5	2	4	5	21
103	5	3	1	4	2	15
104	2	5	4	5	2	18
105	1	3	1	5	3	13
106	4	3	5	3	3	18
107	4	4	5	3	5	21
108	4	5	5	3	3	20
109	3	4	5	5	5	22
110	3	5	2	5	4	19
111	4	3	4	4	5	20
112	4	5	3	5	3	20
113	4	5	3	4	4	20
114	5	5	3	2	5	20
115	3	4	5	5	3	20
116	5	4	4	2	4	19
117	3	4	4	5	5	21
118	4	4	4	3	4	19
119	2	4	2	5	4	17
120	4	3	3	3	5	18
121	1	3	4	5	3	16
122	5	3	2	5	5	20
123	4	5	4	4	2	19
124	3	2	5	5	5	20
125	1	5	2	2	3	13
126	2	2	5	5	3	17
127	3	5	4	5	1	18

128	5	5	4	4	4	22
129	4	5	4	5	4	22
130	2	4	5	5	5	21
131	5	4	5	5	2	21
132	4	5	5	5	3	22
133	5	1	3	3	1	13
134	4	4	5	5	1	19
135	5	3	5	4	4	21
136	3	5	4	4	5	21
137	5	5	5	5	3	23
138	2	2	4	3	2	13
139	4	5	5	5	5	24
140	4	5	3	3	4	19
141	4	5	5	3	2	19
142	5	3	3	3	2	16
143	4	4	4	3	4	19
144	5	4	5	5	3	22
145	4	3	2	5	5	19
146	5	3	2	4	3	17
147	3	3	4	4	4	18
148	5	5	3	4	3	20
149	3	5	5	5	4	22
150	5	4	5	3	5	22
151	5	4	2	5	5	21
152	5	4	4	3	5	21
153	4	4	4	5	3	20
154	4	4	3	4	3	18

No	B3.1	B3.2	B3.3	B3.4	B3.5	TOTAL B3
1	4	3	5	1	3	16
2	2	2	2	2	1	9
3	3	3	3	3	3	15
4	4	5	5	3	5	22
5	2	3	1	1	1	8
6	4	5	4	5	4	22
7	2	1	2	2	1	8
8	1	1	3	5	1	11
9	2	3	2	2	1	10
10	1	1	1	1	1	5
11	2	2	5	2	5	16
12	2	1	1	1	1	6
13	2	1	2	1	1	7
14	1	1	1	1	4	8
15	3	2	2	1	1	9
16	5	3	3	3	5	19
17	3	3	5	2	2	15
18	2	2	2	2	2	10
19	3	3	3	3	3	15
20	3	3	3	2	5	16
21	3	3	3	1	3	13
22	4	3	2	1	1	11
23	1	1	1	1	1	5
24	1	1	1	1	1	5
25	3	3	3	4	2	15
26	1	1	3	1	1	7
27	5	5	5	5	5	25
28	1	1	1	1	3	7
29	3	3	3	1	3	13
30	1	1	3	1	1	7
31	2	2	4	4	4	16

32	2	2	2	1	4	11
33	2	4	2	2	4	14
34	5	1	1	1	1	9
35	2	2	2	2	2	10
36	4	2	2	2	2	12
37	4	3	4	3	4	18
38	5	5	5	5	5	25
39	2	2	2	2	2	10
40	1	1	1	1	1	5
41	5	5	4	5	5	24
42	1	2	4	4	1	12
43	2	3	3	2	4	14
44	1	1	1	1	1	5
45	2	3	1	2	2	10
46	3	2	3	3	1	12
47	4	4	4	2	1	15
48	3	3	3	3	3	15
49	4	5	3	2	1	15
50	3	3	1	1	3	11
51	2	3	2	2	2	11
52	1	3	2	1	1	8
53	2	2	2	2	2	10
54	4	4	4	3	4	19
55	1	1	1	1	1	5
56	1	1	1	1	1	5
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	4	24
59	3	2	2	1	3	11
60	3	2	2	2	5	14
61	2	4	4	2	2	14
62	3	2	3	3	3	14
63	3	3	3	1	3	13

64	5	1	4	1	3	14
65	3	3	5	1	3	15
66	5	4	5	2	4	20
67	5	5	5	3	2	20
68	5	1	3	3	3	15
69	2	1	4	2	2	11
70	4	2	3	2	5	16
71	1	3	4	3	5	16
72	1	2	5	4	2	14
73	2	1	5	2	1	11
74	5	2	5	2	4	18
75	5	2	3	1	2	13
76	5	3	3	1	3	15
77	3	1	2	5	4	15
78	4	2	4	3	4	17
79	2	2	2	3	5	14
80	1	2	1	3	3	10
81	5	3	1	3	5	17
82	5	3	4	2	5	19
83	3	2	4	1	5	15
84	3	1	5	2	3	14
85	3	2	5	2	2	14
86	3	2	5	2	5	17
87	3	1	5	2	4	15
88	5	1	4	1	4	15
89	3	3	4	1	4	15
90	5	3	3	4	4	19
91	4	3	3	3	4	17
92	5	1	3	3	2	14
93	4	2	2	1	4	13
94	4	3	1	1	4	13
95	4	2	2	5	2	15

96	2	1	4	2	3	12
97	1	2	5	2	3	13
98	4	1	3	2	1	11
99	5	2	4	1	1	13
100	2	3	4	1	2	12
101	3	2	5	1	2	13
102	5	3	5	4	5	22
103	4	3	2	2	3	14
104	4	3	3	3	2	15
105	4	3	3	3	3	16
106	5	3	2	3	2	15
107	1	2	4	1	4	12
108	3	2	2	2	5	14
109	2	2	5	2	3	14
110	5	1	3	1	2	12
111	4	1	4	1	4	14
112	4	1	4	1	2	12
113	4	2	3	2	5	16
114	3	2	3	1	4	13
115	2	2	5	2	5	16
116	2	2	1	1	3	9
117	2	1	1	2	3	9
118	4	1	2	1	3	11
119	2	1	3	2	3	11
120	5	3	4	2	4	18
121	2	3	3	2	2	12
122	5	3	3	2	2	15
123	3	3	5	1	1	13
124	4	2	5	1	5	17
125	5	2	2	3	3	15
126	1	2	5	3	4	15
127	2	1	1	4	4	12

128	5	1	4	1	2	13
129	4	1	3	1	3	12
130	3	3	2	2	5	15
131	5	3	2	2	4	16
132	5	1	3	2	2	13
133	5	2	3	2	3	15
134	3	2	5	1	4	15
135	5	2	5	1	4	17
136	5	3	4	3	5	20
137	5	3	4	3	1	16
138	3	3	2	3	4	15
139	5	1	1	4	5	16
140	3	1	1	1	5	11
141	5	1	2	5	5	18
142	5	1	4	1	5	16
143	5	2	4	2	1	14
144	4	2	5	2	4	17
145	4	3	5	2	5	19
146	1	3	5	5	2	16
147	1	3	5	2	2	13
148	3	2	5	4	5	19
149	3	2	4	3	2	14
150	4	1	4	1	1	11
151	1	1	3	1	2	8
152	5	2	1	3	3	14
153	5	2	2	3	1	13
154	3	2	3	3	4	15

No	C1.1	C1.2	C1.3	C1.4	TOTAL C1
1	5	5	4	4	18
2	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	20
4	5	5	4	4	18
5	5	5	5	5	20
6	3	2	3	4	12
7	5	5	5	5	20
8	4	5	3	3	15
9	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20
11	2	5	5	4	16
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	5	5	5	19
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	3	18
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	4	5	4	4	17
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	4	4	18
29	5	5	4	4	18
30	5	5	5	2	17
31	2	2	2	2	8

32	1	1	1	1	4
33	5	4	4	4	17
34	1	1	1	1	4
35	5	5	5	5	20
36	5	5	4	4	18
37	3	5	5	5	18
38	5	1	5	1	12
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	5	4	4	5	18
42	5	5	5	4	19
43	4	5	4	4	17
44	5	5	5	5	20
45	4	5	5	5	19
46	5	5	5	4	19
47	4	5	5	5	19
48	5	5	5	5	20
49	3	4	4	4	15
50	5	5	5	5	20
51	5	5	4	5	19
52	5	5	5	5	20
53	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	20
55	5	5	5	5	20
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	4	19
58	1	1	5	5	12
59	5	5	5	4	19
60	5	5	5	5	20
61	5	5	5	5	20
62	5	5	5	5	20
63	5	5	5	5	20

64	5	5	5	4	19
65	5	5	5	4	19
66	5	5	5	4	19
67	1	5	5	4	15
68	2	5	5	4	16
69	4	5	1	3	13
70	5	5	4	3	17
71	5	5	5	3	18
72	3	5	5	3	16
73	5	5	5	3	18
74	3	5	5	3	16
75	3	5	5	3	16
76	3	5	4	3	15
77	5	5	4	2	16
78	5	5	4	1	15
79	5	5	5	2	17
80	5	5	5	2	17
81	5	5	5	2	17
82	4	2	5	5	16
83	4	5	3	5	17
84	4	5	3	5	17
85	5	4	2	5	16
86	4	3	2	5	14
87	5	5	4	5	19
88	3	5	4	5	17
89	4	5	5	5	19
90	3	5	5	5	18
91	3	5	5	5	18
92	3	2	3	4	12
93	2	4	4	4	14
94	1	5	4	4	14
95	3	5	4	4	16

96	4	4	4	4	16
97	5	3	5	3	16
98	5	5	5	3	18
99	4	5	5	3	17
100	2	5	5	3	15
101	3	5	5	5	18
102	5	5	5	5	20
103	5	5	5	5	20
104	5	5	5	5	20
105	5	5	5	5	20
106	5	5	5	5	20
107	5	5	5	5	20
108	5	5	5	5	20
109	5	5	5	5	20
110	5	1	5	2	13
111	4	5	5	1	15
112	5	5	4	3	17
113	5	5	4	3	17
114	4	5	4	4	17
115	4	5	3	4	16
116	3	5	3	5	16
117	3	3	3	5	14
118	4	5	3	4	16
119	5	5	4	5	19
120	5	5	4	5	19
121	1	5	5	5	16
122	5	5	5	5	20
123	5	5	5	5	20
124	4	2	5	4	15
125	5	4	5	5	19
126	5	4	5	5	19
127	2	4	5	5	16

128	2	5	5	5	17
129	4	5	5	5	19
130	4	5	5	5	19
131	4	5	2	5	16
132	3	5	1	4	13
133	4	5	4	5	18
134	4	5	5	5	19
135	5	5	5	5	20
136	5	5	5	5	20
137	1	4	5	4	14
138	3	5	5	5	18
139	3	5	4	5	17
140	2	5	4	5	16
141	1	5	5	5	16
142	5	5	4	5	19
143	5	5	5	4	19
144	4	5	5	4	18
145	5	5	5	4	19
146	5	5	5	4	19
147	5	5	5	4	19
148	5	5	5	4	19
149	5	5	5	4	19
150	4	5	5	5	19
151	4	5	5	5	19
152	5	5	5	5	20
153	5	5	5	5	20
154	5	5	5	5	20

No	C2.1	C2.2	C2.3	C2.4	TOTAL C2
1	5	4	5	5	19
2	3	2	4	5	14
3	5	5	5	5	20
4	5	4	5	5	19
5	5	5	5	5	20
6	3	4	3	4	14
7	5	4	4	4	17
8	3	3	3	3	12
9	5	5	5	3	18
10	4	4	4	5	17
11	4	5	5	5	19
12	4	5	5	5	19
13	5	5	5	5	20
14	3	3	5	5	16
15	3	5	5	5	18
16	5	5	5	5	20
17	4	3	5	4	16
18	4	5	3	4	16
19	3	5	3	5	16
20	4	5	5	5	19
21	3	5	3	4	15
22	4	5	5	5	19
23	1	5	5	5	16
24	5	5	5	5	20
25	3	3	4	4	14
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	3	3	4	4	14
29	3	3	5	4	15
30	5	5	2	2	14
31	2	2	2	2	8

32	2	2	1	2	7
33	4	4	4	4	16
34	1	1	1	1	4
35	5	5	5	5	20
36	4	5	5	5	19
37	1	1	5	5	12
38	1	1	1	1	4
39	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	20
41	4	5	5	4	18
42	5	5	5	4	19
43	4	5	4	5	18
44	5	5	5	5	20
45	4	4	5	5	18
46	5	5	5	4	19
47	5	5	5	5	20
48	3	5	5	5	18
49	3	4	1	4	12
50	5	5	5	5	20
51	5	5	5	5	20
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	5	17
54	4	5	5	4	18
55	5	5	5	5	20
56	5	1	5	5	16
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	4	5	5	4	18
60	5	5	5	5	20
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	5	4	4	4	17

64	5	4	4	4	17
65	5	5	4	5	19
66	5	4	4	4	17
67	5	4	4	4	17
68	5	4	4	4	17
69	5	4	5	4	18
70	5	4	5	4	18
71	5	5	5	4	19
72	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	20
74	5	5	5	4	19
75	5	5	4	5	19
76	5	5	4	5	19
77	4	5	4	5	18
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	5	17
80	5	5	4	4	18
81	5	5	5	5	20
82	5	5	5	4	19
83	5	5	2	5	17
84	3	5	5	4	17
85	3	5	5	5	18
86	4	5	5	5	19
87	4	4	5	5	18
88	4	4	5	5	18
89	5	4	5	5	19
90	5	5	5	4	19
91	5	5	5	5	20
92	5	5	4	4	18
93	5	5	5	5	20
94	5	5	4	5	19
95	5	5	5	5	20

96	5	4	3	5	17
97	5	5	5	4	19
98	5	5	2	4	16
99	5	5	5	5	20
100	2	5	5	5	17
101	4	5	4	4	17
102	4	5	4	4	17
103	4	4	5	4	17
104	4	4	4	4	16
105	4	4	4	5	17
106	5	5	5	5	20
107	3	4	5	5	17
108	3	5	5	5	18
109	4	5	5	4	18
110	5	4	4	4	17
111	5	4	5	4	18
112	5	4	4	4	17
113	5	5	4	4	18
114	5	5	5	4	19
115	5	5	5	5	20
116	4	5	5	5	19
117	2	5	5	5	17
118	3	5	5	5	18
119	5	5	5	5	20
120	4	5	5	5	19
121	4	5	5	4	18
122	5	5	5	4	19
123	5	5	4	4	18
124	5	3	4	4	16
125	5	4	4	5	18
126	5	4	4	5	18
127	5	4	3	5	17

128	5	4	5	5	19
129	5	5	5	5	20
130	4	5	4	5	18
131	5	5	5	4	19
132	5	5	5	4	19
133	5	5	5	4	19
134	5	5	5	4	19
135	5	5	3	4	17
136	5	4	3	5	17
137	5	4	5	5	19
138	5	4	5	5	19
139	5	5	5	5	20
140	5	5	5	4	19
141	4	5	5	5	19
142	5	5	5	5	20
143	5	3	5	5	18
144	5	3	5	5	18
145	5	3	4	5	17
146	5	5	4	5	19
147	5	5	5	5	20
148	3	5	5	4	17
149	5	4	4	4	17
150	5	4	4	4	17
151	5	4	4	4	17
152	5	4	5	5	19
153	5	4	5	5	19
154	5	5	5	5	20

1. Validity Check

Correlations												
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	Total_A
A1	Pearson Correlation	1	,319**	,218**	,179**	,031	,107	,155	,138	,107	,176**	,447**
	Sig. (2-tailed)		,000	,007	,027	,705	,188	,055	,087	,188	,029	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A2	Pearson Correlation	,319**	1	,251**	,186**	,024	,208**	,139	,236**	,179**	,094	,501**
	Sig. (2-tailed)	,000		,002	,021	,767	,010	,086	,003	,026	,246	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A3	Pearson Correlation	,218**	,251**	1	,213**	,049	,292**	,194**	,235**	,202**	,191**	,544**
	Sig. (2-tailed)	,007	,002		,008	,544	,000	,016	,003	,012	,018	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A4	Pearson Correlation	,179**	,186**	,213**	1	,186**	,141	,067	,088	,134	,164**	,464**
	Sig. (2-tailed)	,027	,021	,008		,021	,081	,406	,276	,097	,042	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A5	Pearson Correlation	,031	,024	,049	,186**	1	,226**	,274**	,251**	,237**	,325**	,494**
	Sig. (2-tailed)	,705	,767	,544	,021		,005	,001	,002	,003	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A6	Pearson Correlation	,107	,208**	,292**	,141	,226**	1	,263**	,356**	,166	,164	,572**
	Sig. (2-tailed)	,188	,010	,000	,081	,005		,001	,000	,040	,041	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A7	Pearson Correlation	,155	,139	,194	,067	,274**	,263**	1	,383**	,228**	,304**	,578**
	Sig. (2-tailed)	,055	,086	,016	,406	,001	,001		,000	,005	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A8	Pearson Correlation	,138	,236**	,235**	,088	,251**	,356**	,383**	1	,290**	,143	,600**
	Sig. (2-tailed)	,087	,003	,003	,276	,002	,000	,000		,000	,076	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A9	Pearson Correlation	,107	,179**	,202**	,134	,237**	,166	,228**	,290**	1	,333**	,530**
	Sig. (2-tailed)	,188	,026	,012	,097	,003	,040	,005	,000		,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
A10	Pearson Correlation	,176**	,094	,191**	,164	,325**	,164	,304**	,143	,333**	1	,530**

	Sig. (2-tailed)	,029	,246	,018	,042	,000	,041	,000	,076	,000		,000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Total_A	Pearson Correlation	,447**	,501**	,544**	,464**	,494**	,572**	,578**	,600**	,530**	,530**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154	154
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												

Correlations							
		B1.1	B1.2	B1.3	B1.4	B1.5	Total_B1
B1.1	Pearson Correlation	1	,304**	,346**	,281**	,115	,623**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,156	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B1.2	Pearson Correlation	,304**	1	,340**	,283**	,248**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,002	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B1.3	Pearson Correlation	,346**	,340**	1	,345**	,247**	,676**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,002	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B1.4	Pearson Correlation	,281**	,283**	,345**	1	,391**	,709**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B1.5	Pearson Correlation	,115	,248**	,247**	,391**	1	,604**
	Sig. (2-tailed)	,156	,002	,002	,000		,000
	N	154	154	154	154	154	154
Total_B1	Pearson Correlation	,623**	,674**	,676**	,709**	,604**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).							

Correlations							
		B2.1	B2.2	B2.3	B2.4	B2.5	Total_B2
B2.1	Pearson Correlation	1	,126	,251**	,147	,262**	,565**
	Sig. (2-tailed)		,120	,002	,069	,001	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B2.2	Pearson Correlation	,126	1	,239**	,208**	,192*	,505**
	Sig. (2-tailed)	,120		,003	,010	,017	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B2.3	Pearson Correlation	,251**	,239**	1	,375**	,415**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,002	,003		,000	,000	,000

	N	154	154	154	154	154	154
B2.4	Pearson Correlation	,147	,208**	,375**	1	,372**	,671**
	Sig. (2-tailed)	,069	,010	,000		,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B2.5	Pearson Correlation	,262**	,192*	,415**	,372**	1	,727**
	Sig. (2-tailed)	,001	,017	,000	,000		,000
	N	154	154	154	154	154	154
Total_B2	Pearson Correlation	,565**	,505**	,716**	,671**	,727**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations							
		B3.1	B3.2	B3.3	B3.4	B3.5	Total_B3
B3.1	Pearson Correlation	1	,273**	,217**	,189*	,300**	,644**
	Sig. (2-tailed)		,001	,007	,019	,000	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B3.2	Pearson Correlation	,273**	1	,299**	,366**	,241**	,644**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000	,003	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B3.3	Pearson Correlation	,217**	,299**	1	,181*	,246**	,622**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000		,024	,002	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B3.4	Pearson Correlation	,189*	,366**	,181*	1	,270**	,601**
	Sig. (2-tailed)	,019	,000	,024		,001	,000
	N	154	154	154	154	154	154
B3.5	Pearson Correlation	,300**	,241**	,246**	,270**	1	,670**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,002	,001		,000
	N	154	154	154	154	154	154
Total_B3	Pearson Correlation	,644**	,644**	,622**	,601**	,670**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	154	154	154	154	154	154

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Reliability Check

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,708	10

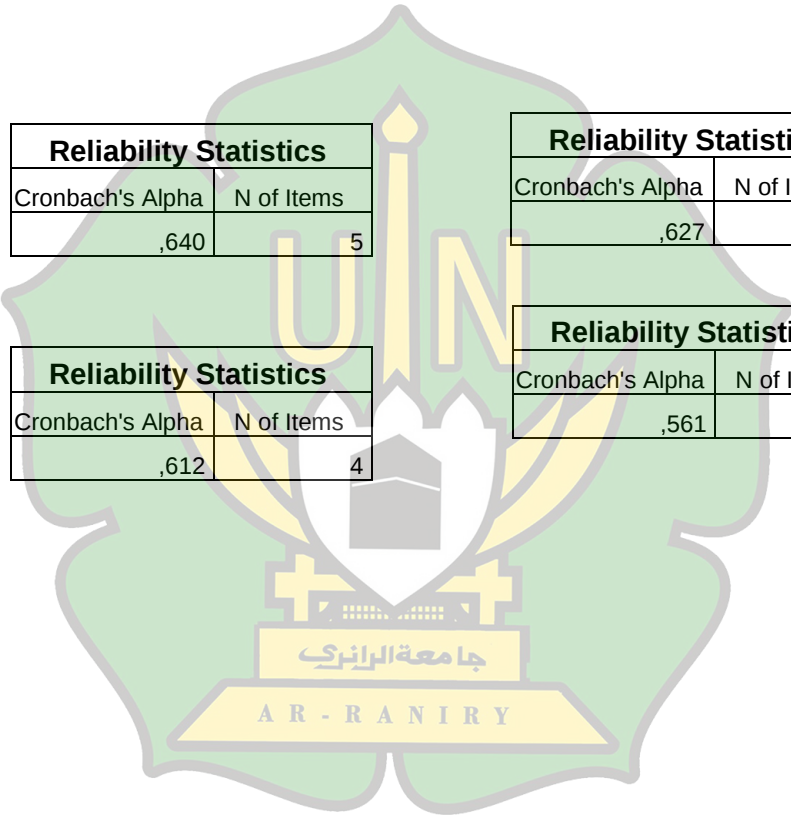
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,670	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,640	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,627	5

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,612	4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,561	4



TABEL r
Untuk df = 151 - 200

= (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
		.025	0.01	.005	0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
		0.05	0.02	0.01	0.001
151	1335	1587	1879	2077	.2635
152	1330	1582	1873	2070	.2626
153	1326	1577	1867	2063	.2618
154	1322	1572	1861	2057	.2610
155	1318	1567	1855	2050	.2602
156	1313	1562	1849	2044	.2593
157	1309	1557	1844	2037	.2585
158	1305	1552	1838	2031	.2578
159	1301	1547	1832	2025	.2570
160	1297	1543	1826	2019	.2562
161	1293	1538	1821	2012	.2554
162	1289	1533	1815	2006	.2546
163	1285	1528	1810	2000	.2539
164	1281	1524	1804	1994	.2531
165	1277	1519	1799	1988	.2524
166	1273	1515	1794	1982	.2517
167	1270	1510	1788	1976	.2509
168	1266	1506	1783	1971	.2502
169	1262	1501	1778	1965	.2495
170	1258	1497	1773	1959	.2488
171	1255	1493	1768	1954	.2481
172	1251	1488	1762	1948	.2473
173	1247	1484	1757	1942	.2467
174	1244	1480	1752	1937	.2460
175	1240	1476	1747	1932	.2453
176	1237	1471	1743	1926	.2446

177	1233	1467	1738	1921	.2439
178	1230	1463	1733	1915	.2433
179	1226	1459	1728	1910	.2426
180	1223	1455	1723	1905	.2419
181	1220	1451	1719	1900	.2413
182	1216	1447	1714	1895	.2406
183	1213	1443	1709	1890	.2400
184	1210	1439	1705	1884	.2394
185	1207	1435	1700	1879	.2387
186	1203	1432	1696	1874	.2381
187	1200	1428	1691	1869	.2375
188	1197	1424	1687	1865	.2369
189	1194	1420	1682	1860	.2363
190	1191	1417	1678	1855	.2357
191	1188	1413	1674	1850	.2351
192	1184	1409	1669	1845	.2345
193	1181	1406	1665	1841	.2339
194	1178	1402	1661	1836	.2333
195	1175	1398	1657	1831	.2327
196	1172	1395	1652	1827	.2321
197	1169	1391	1648	1822	.2315
198	1166	1388	1644	1818	.2310
199	1164	1384	1640	1813	.2304
200	1161	1381	1636	1809	.2298

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Zul Ridha Silvia Rahmah
Tempat/Tgl. Lahir : Sigli, 06 mei 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/NIM : Mahasiswi/201008011
Agama : Islam
Kebangsaan : Indonesia
Status : Belum Kawin
Alamat : Desa Mns. Krueng, Kec. Ulim, Kab.
Pidie Jaya

Riwayat Pendidikan

SD N 5 Simeulue Timur : Tamatan Tahun 2007
MTs N Ulim : Tamatan Tahun 2010
MAS Jeumala Amal : Tamatan Tahun 2013
D3 Perbankan Syariah : Tamatan Tahun 2016
S1 Perbankan Syariah : Tamatan Tahun 2020
Perguruan Tinggi : Program Studi Ekonomi Syariah, Pasca
Sarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Data Orang Tua

Nama Ayah : Drs. Wirman Muhammad
Nama Ibu : Sakdiyah, S.Ag
Pekerjaan Ayah : PNS
Pekerjaan Ibu : PNS
Alamat Orang Tua : Desa Mns. Krueng, Kec. Ulim, Kab.
Pidie Jaya

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-
benarnya.

Banda Aceh, 10 Desember 2023



Zul Ridha Silvia Rahmah