

SKRIPSI

**ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEMUDA MUSLIM
TERHADAP EKSISTENSI WARUNG KOPI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI DI WARKOP ZAKIR LAMPRIET BANDA ACEH)**



Disusun Oleh:

**SARAH SATIRA
NIM. 180602052**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2022 M/1443 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarah Satira
NIM : 180602052
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 12 Mei 2022
Yang menyatakan,



METERA
TEMPEL
95996AJX722824303

Sarah Satira

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)

Disusun Oleh:

Sarah Satira
NIM: 180602052

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya
telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Ekonomi Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I,



Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 196403141992031003

Pembimbing II,



Mursalmina, M.E
NIP: 199211172020121011

جامعة الرانيري
AR - RANIRY
Mengetahui,
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah 

Dr. Nilam Sari, M. Ag
NIP: 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

**Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung
Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam**

(Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)

Sarah Satira
NIM: 180602052

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Sidang Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Senin, 18 Juli 2022 M
19 Zulhijjah 1443 H

Ketua.


Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 196403141992031003

Sekretaris.


Mursalmina, M.F
NIP: 199211172020121011

Penguji I.


Fakhurrizi Amir, S.E., M.M
NIP: 19760525203121002

Penguji II.


Seri Murni, S.E., M.Si., Ak.
NIP: 197210112014112001

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam :
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,


Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP: 196403141992031003



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN**

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web : www.library.ar-raniry.ac.id, Email : library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sarah Satira

NIM : 180602052

Fakultas/ Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah

E-mail : 180602052@student.ar-raniry.ac.id

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Kku Skripsi

Yang berjudul:

**Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam
Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : 20 Juli 2022

Mengetahui:

Penulis

Sarah Satira

Pembimbing I

Dr. Zaki Fuad, M.Ag.

Pembimbing II

Mursalmina, M.E.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, sang pencipta alam semesta, manusia dan kehidupan serta seperangkat aturan-Nya. Berkat limpahan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “**Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)**” dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Adapun penulis menyadari bahwasanya penulisan skripsi ini tidak terlepas dari saran, petunjuk, bimbingan dan masukan dari berbagai pihak. Maka dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang telah membantu penulis, baik dukungan moril maupun sarana prasarana pembelajaran.
2. Dr. Nilam Sari, M.Ag. dan Cut Dian Fitri, SE., M.Si.,CA. Ketua dan Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang

selalu mendukung serta memberikan semangat dalam bidang kecerdasan akademik dan spiritual.

3. Muhammad Arifin, Ph.D. Ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Dr. Zaki Fuad, M.Ag. dan Mursalmina, M.E. Dosen Pembimbing I dan pembimbing II yang selalu memberikan arahan yang terbaik dalam penulisan skripsi ini dan yang selalu sabar telah meluangkan waktu, untuk memberikan bimbingan, nasehat, dukungan dan ilmu yang dimiliki kepada penulis.
5. Dara Amanatillah, M.Sc.Fin. Penasehat Akademik, Dosen-dosen dan para staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya Dosen-Dosen program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti pembelajaran perkuliahan.
6. Teristimewa kepada Orang Tua yang paling saya cintai dan saya sayangi, Ayahanda Abu Bakar dan Ibunda Faridah, yang selalu mendoakan saya tiada hentinya untuk kesuksesan dan kebahagiaan saya dan juga atas segala kasih sayang, bimbingan, dukungan setiap harinya, dan harapan kepada saya agar bisa menjadi kebanggaan bagi keluarga. Sulthan Maulidan dan Sabita Zaneta selaku saudara kandung penulis, terima kasih karena telah memberikan semangat, dukungan, dan motivasi tiada henti kepada penulis, semoga kita dapat membanggakan orang tua.

7. Terima kasih juga saya ucapkan kepada teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2018 yang sangat sering membantu dalam banyak hal, terimakasih atas segalanya. Dan untuk seluruh pihak-pihak terkait yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah tulus dan ikhlas membantu juga memberi arahan dan kerjasama demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

Hanya kepada Allah SWT kita berserah diri, semoga yang kita amalkan mendapat ridhaNya. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Wassalamu'alaikum wa rahmatullahi wa barakatuh.

Banda Aceh, 11 Februari 2022

Penulis

Sarah Satira

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Materi P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987-Nomor:0543b/u/1987

1. Konsonan

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|----|------|--------------------|----|------|-------|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | T |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Z |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ' |
| 4 | ث | Š | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | H | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ž | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ه | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | ' |
| 14 | ص | Š | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | Ḍ | | | |

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin |
|--------------|---------------|--------------------|
| ◌َ | <i>Fathah</i> | A |
| ◌ِ | <i>Kasrah</i> | I |
| ◌ُ | <i>Dammah</i> | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal Rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara hakikat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|
| يَ | <i>Fathah dan ya</i> | Ai |
| وَ | <i>Fathah dan wau</i> | Au |

Contoh:

Kaifa : كَيْفَ

Haula : هَوْلَ

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|------------------|-----------------------|-----------------|
| أَ | <i>Fathah dan ya</i> | Ā |
| اِي | <i>Fathah dan wau</i> | Ī |
| يُ | <i>Dammah dan wau</i> | Ū |

Contoh:

qala : قَالَ
rama : رَمَى
qila : قِيلَ
yaqulu: يَقُولُ

4. Ta Marbutah (ة)

Trasliterasi untuk ta marbutoh ada dua.

- a. Ta *Marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atas mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

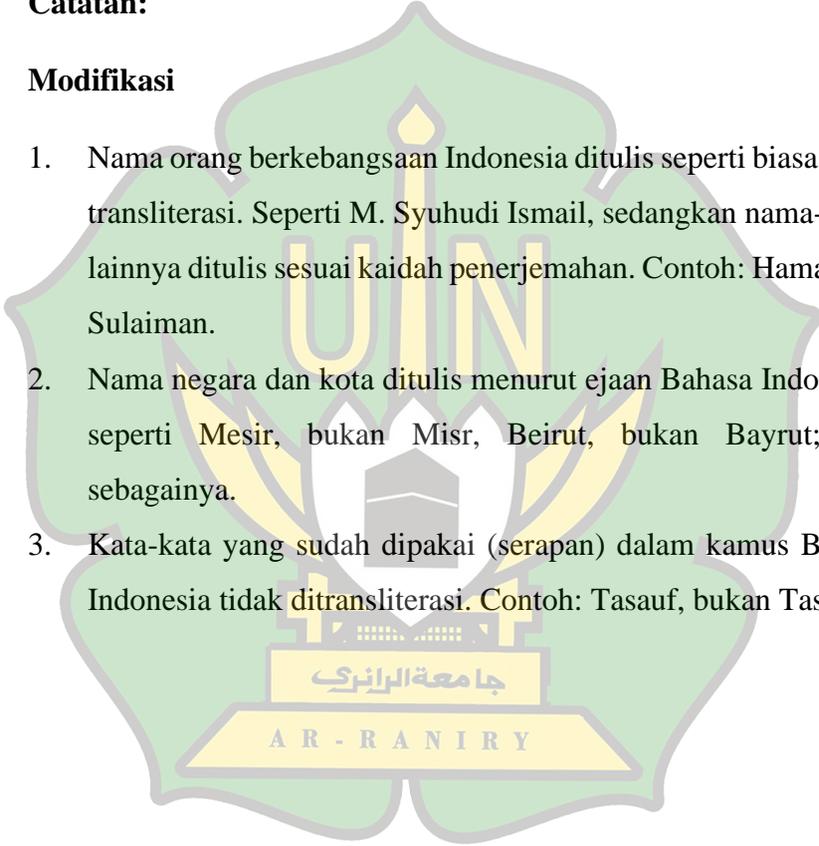
Contoh:

raudah al-atfal/raudatul atfal : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
al-madinatul munawwarah : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi. Seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Hamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr, Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf



ABSTRAK

Nama Mahasiswa : Sarah Satira
NIM : 180602052
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad, M.Ag
Pembimbing II : Mursalmina, M.E

Konsumsi merupakan kegiatan pemenuhan kebutuhan manusia dalam bentuk barang dan jasa. Manusia sebagai makhluk individu dan sosial mempunyai keinginan yang tidak terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pemuda Muslim terhadap eksistensi warung kopi di Kota Banda Aceh dalam perspektif ekonomi Islam, faktor yang mendorong pemuda berperilaku konsumtif di warung kopi, serta dampak dari keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap perilaku konsumtif pemuda Muslim Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa perilaku konsumtif pemuda Muslim di warung kopi Kota Banda Aceh tidak sesuai dengan perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam yang merujuk pada tiga indikator konsumsi yang telah digariskan dalam Islam tidak boros, keseimbangan antara pengeluaran dan pemasukan, serta tidak bermewah-mewahan. Konsumsi yang dilakukan pemuda Muslim masuk dalam kategori perilaku konsumtif. Jika dilihat dari tiga konsep masalah, bahwa menghabiskan waktu dan uang di warung kopi hanya sebagai penyempurna (kebutuhan *tahsiniyyah*). Faktor yang mendorong pemuda Muslim sering mengunjungi warung kopi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan boros yaitu; faktor ikut-ikutan teman, faktor gaya hidup, serta faktor kenyamanan dan kesenangan. Keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh memberikan dampak positif maupun negatif terhadap perilaku konsumtif pemuda Muslim. Dampak positif adalah ketika perilaku konsumtif dapat memberikan keuntungan yang besar bagi produsen pebisnis warung kopi, sedangkan dampak negatif dapat menimbulkan sifat konsumtif, konsumerisme, dan boros pada pemuda Muslim.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Pemuda Muslim, dan Warung Kopi.*

DAFTAR ISI

| | |
|---|--------------|
| HALAMAN SAMPEL KEASLIAN | i |
| HALAMAN JUDUL KEASLIAN..... | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH | iii |
| LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI..... | iv |
| LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI | v |
| LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ... | x |
| ABSTRAK..... | xiv |
| DAFTAR ISI..... | xv |
| DAFTAR TABEL..... | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xx |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 10 |
| 1.5 Sistematika Penelitian | 10 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI..... | 12 |
| 2.1 Teori Konsumsi dalam Islam | 12 |
| 2.1.1 Pengertian Konsumsi Secara Umum..... | 12 |
| 2.1.2 Pengertian Konsumsi Islami | 12 |
| 2.1.3 Prinsip Dasar Konsumsi Islami..... | 14 |
| 2.1.4 Konsep Islam tentang Kebutuhan dan Keinginan.... | 18 |
| 2.1.5 Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam .. | 18 |
| 2.2 Perilaku Konsumtif dalam Islam | 22 |
| 2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif | 22 |
| 2.2.2 Pengertian Perilaku Konsumtif dalam Islam | 24 |
| 2.2.3 Indikator Perilaku Konsumtif..... | 24 |
| 2.2.4 Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam..... | 27 |
| 2.2.5 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.... | 29 |
| 2.3 Pemuda | 32 |

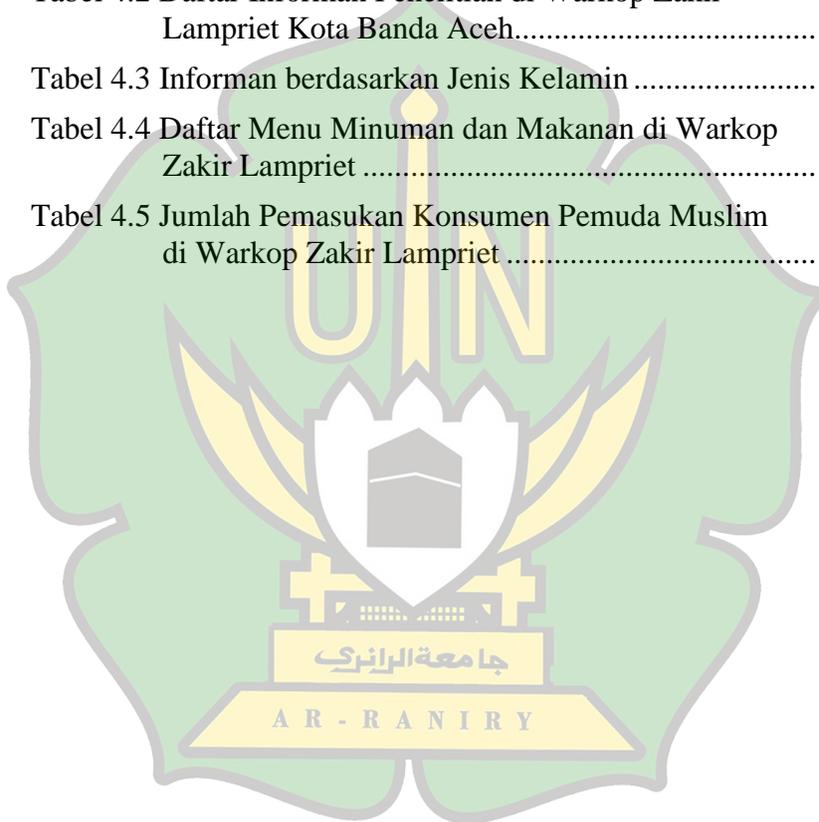
| | |
|---|-----------|
| 2.3.1 Pengertian dan Batasan Usia Pemuda | 32 |
| 2.3.2 Peran Pemuda Sebagai Generasi Penerus Bangsa ... | 33 |
| 2.3.3 Generasi Z | 36 |
| 2.4 Warung Kopi | 38 |
| 2.4.1 Pengertian Warung | 38 |
| 2.4.2 Pengertian Warung Kopi | 39 |
| 2.4.3 Perkembangan Warung Kopi di Kota Banda Aceh . | 40 |
| 2.5 Dampak Keberadaan Warung Kopi terhadap Perilaku Konsumtif Pemuda | 43 |
| 2.6 Ekonomi Islam | 46 |
| 2.7 Penelitian Terkait | 47 |
| 2.8 Kerangka Pemikiran | 51 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 52 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 52 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 52 |
| 3.3 Data Penelitian | 53 |
| 3.4 Subjek Penelitian | 53 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| 3.5.1 Observasi | 55 |
| 3.5.2 Wawancara | 56 |
| 3.5.3 Dokumentasi | 56 |
| 3.6 Teknik Analisis Data | 56 |
| 3.6.1 Pengumpulan Data | 57 |
| 3.6.2 Reduksi Data | 57 |
| 3.6.3 Penyajian Data | 57 |
| 3.6.4 Penarikan Kesimpulan | 58 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 59 |
| 4.1 Deskripsi Objek Penelitian | 59 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Warung Kopi di Kota Banda Aceh | 59 |
| 4.1.2 Sejarah Singkat Warkop Zakir | 71 |
| 4.2 Deskripsi Informan Penelitian | 75 |
| 4.3 Pembahasan Penelitian | 78 |
| 4.3.1 Gambaran Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet | 78 |

| | | |
|---|--|------------|
| 4.3.2 | Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet dalam Perspektif Ekonomi Islam.... | 86 |
| 4.3.3 | Faktor yang Mendorong Pemuda Berperilaku Konsumtif di Warkop Zakir Lampriet. | 94 |
| 4.3.4 | Dampak Keberadaan Warkop Zakir terhadap Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim..... | 97 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 109 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 109 |
| 5.2 | Saran..... | 110 |
| DAFTAR PUSTAKA | | 112 |
| LAMPIRAN | | 116 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Jumlah Warung Kopi di Kota Banda Aceh | 4 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terkait..... | 49 |
| Tabel 4.1 Data Nama-Nama Warung Kopi di Kota Banda Aceh | 63 |
| Tabel 4.2 Daftar Informan Penelitian di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh..... | 75 |
| Tabel 4.3 Informan berdasarkan Jenis Kelamin | 77 |
| Tabel 4.4 Daftar Menu Minuman dan Makanan di Warkop Zakir Lampriet | 83 |
| Tabel 4.5 Jumlah Pemasukan Konsumen Pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet | 91 |



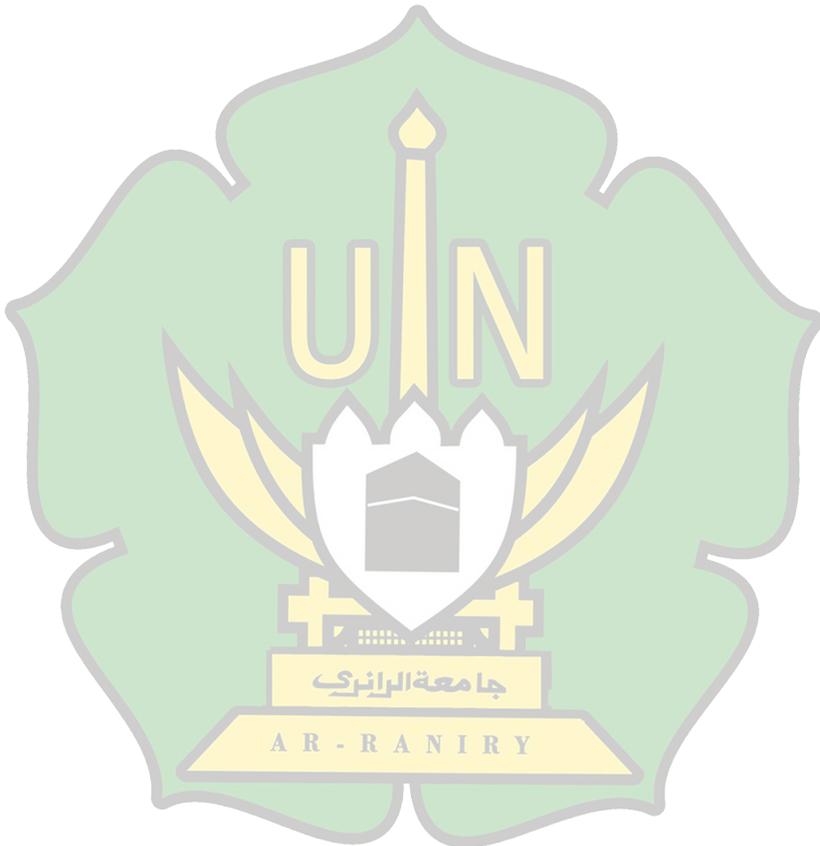
DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)..... | 1 |
| Gambar 1.2 Karakteristik Konsumsi di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh..... | 6 |
| Gambar 2.1 Skema Kerangka Pemikiran | 51 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|-----------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Angket Wawancara | 116 |
| Lampiran 2 Dokumentasi | 122 |



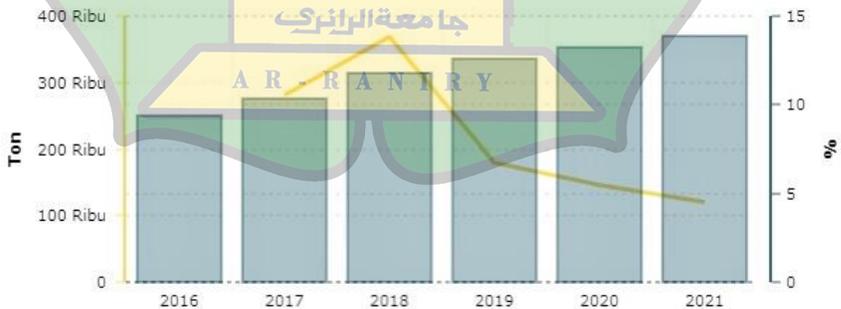
BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Kebiasaan minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu kala. Dikarenakan, Indonesia merupakan salah satu negara produsen dan eksportir kopi terbesar di dunia. Produksi kopi yang tinggi tersebut menjadi sebuah peluang bagi pelaku bisnis untuk mengolahnya menjadi sebuah minuman olahan berbahan dasar kopi karena minuman kopi sudah menjadi sebuah kebiasaan bagi beberapa kalangan. Hal itulah yang mengakibatkan konsumsi kopi di Indonesia menjadi salah satu yang terbesar di dunia. Pasokan kopi pada tahun 2021 diprediksi 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton. Berikut data dan Sistem Informasi Pertanian pada Kementerian Pertanian terkait konsumsi kopi nasional.

Gambar 1.1
Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)



Sumber: Data Kementerian Pertanian (2021).

Selain itu, Gubernur Aceh Nova Iriansyah juga melepas 38,4 ton Kopi Arabika Gayo ke USA Amerika Serikat (*United States*

of America) atau setara 38,400 Kilogram yang menunjukkan bahwa kopi yang berasal dari Aceh dibutuhkan oleh dunia dan telah dinyatakan sebagai kopi terbaik di dunia yang telah di uji oleh para ahli kopi sedunia. Kualitas kopi Aceh yang bagus serta meningkatnya tingkat konsumsi kopi juga tidak terlepas dari kebiasaan pemuda Muslim yang gemar berkumpul. Pemuda (*youth*) didefinisikan WHO sebagai individu-individu yang berusia 15-24 tahun, remaja (*adolescents*) mereka yang berusia 10-19 tahun, dan anak muda (*young people*) berusia 10-24 tahun sebagai kombinasi dari remaja dan pemuda.

Definisi pemuda tersebut juga sama dengan yang ditemukan dalam dokumen *World Youth Report* yang dikeluarkan oleh PBB pada tahun 2003 hingga 2018 yang mendefinisikan pemuda ialah mereka yang berusia 15-24 tahun. Menurut Taufik Abdullah (1974) salah satu tokoh sejarawan Indonesia mendefinisikan pemuda sebagai generasi baru dalam sebuah komunitas masyarakat untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik. Sementara itu, menurut Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2019 tentang Kepemudaan, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Berdasarkan pendapat di atas, yang dimaksud pemuda dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia 17-24 tahun.

Menurut M. Zubair, Kadis Kominfo dan Persandian Kabupaten Bireuen mengonsumsi kopi sudah menjadi sebuah kebiasaan bagi masyarakat Serambi Mekkah terutama bagi kaum muda. Kebiasaan pemuda yang cenderung bersenang-senang dan berfoya-foya karena pemuda menginginkan dirinya mampu menarik perhatian orang lain. Pemuda ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sosialnya untuk mengikuti perkembangan yang terjadi, seperti budaya nongkrong di warung kopi bersama teman-temannya. Mereka menghabiskan waktu dengan *wifi* gratis di warung kopi umumnya digunakan untuk hal yang tidak bermanfaat, dengan meneguk segelas kopi, bermain *games*, bahkan merokok. Jika kebiasaan pemuda yang seperti ini terus terjadi dapat mengarah kepada perilaku konsumtif yang berujung timbul kemalasan yang panjang yang mengakibatkan pengangguran dan membuat dompet semakin kering. Perilaku konsumtif dianggap sangat mengkhawatirkan bagi pemuda, karena harusnya peran pemuda sebagai penerus generasi bangsa serta mampu membawa perubahan yang lebih baik bagi negara, dengan belajar bersungguh-sungguh, menggali segala potensi yang dimiliki serta melakukan hal-hal yang produktif.

Banyaknya warung kopi di Kota Banda Aceh juga menyebabkan perilaku konsumtif terhadap pemuda Muslim. Berikut data jumlah warung kopi di Kota Banda Aceh:

Tabel 1.1
Jumlah Warung Kopi di Kota Banda Aceh

| Tahun | Jumlah Warung Kopi (Unit) |
|--------------|----------------------------------|
| 2017 | 233 |
| 2018 | 258 |
| 2019 | 295 |
| 2020 | 295 |

Sumber: Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh, (2020).

Dengan meningkatnya warung kopi di Kota Banda Aceh membuat masyarakat khususnya pemuda banyak menghabiskan waktu diluar rumah untuk bersantai atau berkumpul dengan teman atau kerabat. Hal itu kini menjadi kebiasaan baru bagi masyarakat Kota Banda Aceh terutama pemuda masa kini. Mereka menjadikan warung kopi sebagai tempat berkumpul bersama teman sebaya mereka, sehingga menjadi kebiasaan yang boros yang kita kenal sebagai perilaku konsumtif. Basu Swastha Dharmmesta dan Hani Handoko (2011: 107) menyatakan bahwa perilaku konsumtif terjadi apabila konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginannya. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode (tren), ingin mencari kesenangan, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Perilaku konsumtif memberikan kenikmatan dan kepuasan sesaat baik secara fisik maupun psikologi serta berorientasi pada

kesenangan dan hura-hura tanpa memikirkan dampaknya lebih jauh. Namun disadari atau tidak, perilaku konsumtif justru memiliki dampak kurang baik terhadap kesehatan finansial. Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai pemborosan. Sementara pemborosan itu sendiri bisa dimaknai sebagai suatu perilaku yang berlebih-lebihan melampaui apa yang dibutuhkan. Mengingat agama Islam memerintahkan agar tidak berperilaku berlebih-lebihan, hal ini ditegaskan dalam Q.S. Al-Furqan:67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

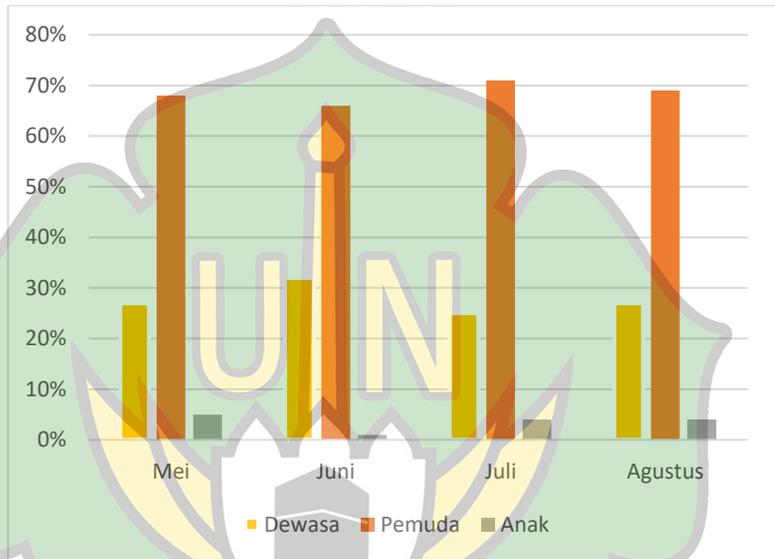
Artinya: *“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir...”*

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa konsumsi dalam pandangan Islam lebih didasarkan atas kebutuhan (*needs*), dan tidak dilihat dari keinginan (*wants*). Konsumsi bagi seorang Muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah. (Al-Haritsi, 2006:140).

Warkop Zakir sebagai salah satu warung kopi yang berada di Kota Banda Aceh yang sudah berjalan sangat lama dan telah memiliki 6 outlet yang terletak di beberapa lokasi di Banda Aceh. Pada penelitian ini penulis memilih salah satu cabang Warkop Zakir yang berada di Lampriet. Karena lokasi strategis yang menghadap jalan utama kota Darussalam yang ramai dikunjungi konsumen

pemuda. Berikut data awal yang diperoleh dari Warkop Zakir terkait karakteristik konsumsi di tahun 2021.

Gambar 1.2
Karakteristik Konsumsi di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh



Sumber: Data diolah (2021).

Berdasarkan gambar 1.2 bahwa karakteristik konsumsi yang paling ramai dikunjungi adalah pemuda, yang menunjukkan bahwa pemuda Banda Aceh memiliki tingkat konsumsi yang tinggi. Konsumsi dalam Islam harus menjadikan seseorang ingat kepada Yang Maha Memberi Rezeki, tidak boros, menyeimbangkan antara pengeluaran dan pemasukan, serta tidak bermewah-mewahan (Suma'rin, 2013: 95).

Menurut Rozalinda (2016: 108) nilai-nilai dalam Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah seimbang dalam

konsumsi, membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik, larangan bersikap *Israf* (berlebih-lebihan) dan *Tabdzir* (boros). Agama Islam tidak pernah melarang seorang individu untuk memperoleh apa yang dibutuhkannya selama tidak melanggar aturan agama dan tidak secara berlebihan. Irmasari (2010) menyatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi pemuda, yaitu menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk menabung serta cenderung tidak memikirkan kebutuhan dimasa yang akan datang. Oleh karena itu, dalam Islam aktivitas konsumsi telah diatur dalam bingkai syariah, sehingga dapat menuntun seorang Muslim agar tidak terjerumus dalam keharaman dan apa yang dikonsumsinya menjadi berkah.

Penelitian Akdila Bulanov (2019) yang berjudul “Pola Hidup Konsumtif Remaja Muslim di Pilar Coffee Bukittinggi” menunjukkan bahwa perilaku konsumtif remaja Muslim tidak sesuai dengan perilaku dalam berkonsumsi dalam ekonomi Islam yang merujuk pada tiga prinsip dasar konsumsi yang telah digariskan oleh Islam yaitu konsumsi yang halal, konsumsi barang suci dan tidak berlebihan. Konsumsi yang dilakukan remaja Muslim adalah masuk dalam kategori perilaku konsumtif.

Kemudian Elly Herlyana (2012) meneliti tentang “Fenomena *Coffee Shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda” Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa: karakteristik

remaja yang cenderung berlaku impulsif, senang menjadi pusat perhatian, cenderung ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru menjadi pendukung kecenderungan berperilaku konsumtif. Perilaku seperti ini merupakan wujud ekspresi dari perilaku eksperimental yang dimiliki remaja untuk mencoba sesuatu yang baru. Perilaku eksperimental tersebut masih dipandang wajar apabila tidak memunculkan pola perilaku yang lebih dominan pada kesenangan hidup daripada kegiatan belajar. Pesan Islam menunjukkan bahwa hidup yang berorientasi kepada dunia dan mengabaikan spiritual adalah suatu kekeliruan.

Dari hasil kedua penelitian yang dikemukakan di atas dapat diketahui bahwa penelitian yang akan penulis lakukan memiliki kajian yang berbeda walaupun terdapat beberapa sisi kajian dalam tema yang sama. Akan tetapi dalam penelitian ini penulis tertarik untuk melakukan penelitian terhadap perilaku konsumsi pemuda Muslim di warung kopi Kota Banda Aceh dengan melihat kesesuaian cara berkonsumsi dalam Islam, lalu faktor apa yang mendorong pemuda berperilaku konsumtif, serta apa dampak dari perilaku konsumtif tersebut. Karena hampir setiap hari Warkop Zakir selalu ramai di kunjungi oleh anak muda. Berdasarkan uraian dan pemaparan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi di Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh)”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perilaku konsumtif pemuda terhadap eksistensi warung kopi di Kota Banda Aceh dalam perspektif Ekonomi Islam.
2. Apa saja faktor yang mendorong pemuda tersebut berperilaku konsumtif di warung kopi.
3. Apa saja dampak dari keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap perilaku konsumtif pemuda Banda Aceh.

1.3.Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pemuda terhadap eksistensi warung kopi di Kota Banda Aceh dalam perspektif Ekonomi Islam.
2. Mengetahui faktor yang mendorong pemuda tersebut berperilaku konsumtif di warung kopi.
3. Mengetahui dampak dari keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap perilaku konsumtif pemuda Banda Aceh.

1.4. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, manfaat penelitian ini, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan atau wawasan fenomena sosial yaitu tentang hal-hal yang berhubungan dengan keberadaan warung kopi terhadap perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan agar kaum muda mampu memanfaatkan keberadaan warung kopi dengan sebaik-baiknya serta dapat meningkatkan kreativitas dan mampu melihat peluang yang terinspirasi melalui warung kopi. Serta diharapkan dapat menjadi sumber referensi karya ilmiah baik untuk tugas maupun lainnya, khususnya untuk Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

1.5. Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh pembahasan yang sistematis, maka penulis perlu menguraikan sistematika sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan penjelasan mengenai teori-teori yang meliputi teori konsumsi dalam Islam, perilaku konsumtif dalam perspektif ekonomi Islam, pengertian pemuda, perkembangan warung kopi di Kota Banda Aceh, penelitian terkait, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, data penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan serta penjelasan dari hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil temuan penelitian memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Konsumsi dalam Islam

2.1.1. Pengertian Konsumsi Secara Umum

Konsumsi berasal dari bahasa Inggris, yaitu *to consume* yang berarti memakai atau menghabiskan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kata konsumsi itu diartikan dengan pemakaian barang hasil produksi. Konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Sumar'in, 2013: 85).

Menurut Suherman Rosyidi dalam buku Pengantar Teori Ekonomi (2020), konsumsi adalah aktivitas menggunakan barang atau jasa secara langsung untuk memenuhi kebutuhan manusia. Konsumsi bisa dilakukan dengan berbelanja barang dan jasa. Barang meliputi benda berwujud fisik, seperti meja dan kursi. Sedangkan jasa mencakup barang tidak berwujud, misalnya layanan kesehatan, konsultasi, dan *laundry*.

Singkatnya, konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang-barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup.

2.1.2. Pengertian Konsumsi Islami

Teori konsumsi Islam menurut Adiwarmanto Karim, yang mengutip pendapat Monzer Khaf berdasarkan hadis Rasulullah saw. bermakna: "Yang kamu miliki adalah apa yang telah kamu makan

dan telah kamu infakkan” (Karim, 2007: 67).

Seorang Muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. Firman Allah Q.S. Al-Ahqaf: 20

أَذْهَبْتُمْ طَيِّبَاتِكُمْ فِي حَيَاتِكُمُ الدُّنْيَا وَاسْتَمْتَعْتُمْ بِهَا

Artinya: *“Kamu telah menghabiskan rizkimu yang baik dalam kehidupan duniawi (saja) dan kamu telah bersenang-senang dengannya.”*

Maksud rizki yang baik di sini adalah melupakan syukur dan mengabaikan orang lain. Oleh sebab itu, konsumsi Islam harus menjadikannya ingat kepada yang Maha memberi rizki, tidak boros, tidak kikir, tidak memasukkan ke dalam mulutnya dari sesuatu yang haram dan tidak melakukan pekerjaan haram untuk memenuhi konsumsinya. Konsumsi Islam akan menjauhkan seseorang dari sifat egois (*ananiyah*), sehingga seorang Muslim akan menafkahkan hartanya untuk kerabat terdekat (sebaik-baik infak), fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan dalam rangka mendekatkan diri kepada penciptanya.

2.1.3. Prinsip Dasar Konsumsi Islami

Adapun kaidah/ prinsip dasar konsumsi Islami adalah (Al-Haritsi, 2006):

1. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari:
 - a. Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan/beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah di bumi yang nantinya diminta pertanggungjawaban oleh penciptanya.
 - b. Prinsip ilmu, yaitu seorang ketika akan mengonsumsi harus tahu ilmu tentang barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.
 - c. Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah dan ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi Islami tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang haram.
2. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat Islam, di antaranya:
 - a. Sederhana, yaitu mengonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan pelit, tidak bermewah-mewah, tidak mubadzir, dan hemat.

- b. Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengonsumsi harus disesuaikan dengan kemampuan yang dimilikinya, bukan besar pasak daripada tiang.
 - c. Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.
3. Prinsip prioritas, di mana memperhatikan urutan kepentingan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu:
 - a. Primer, yaitu konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makanan pokok.
 - b. Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah/meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, misalnya konsumsi madu, susu dan sebagainya.
 - c. Tertier, yaitu untuk memenuhi konsumsi manusia yang jauh lebih membutuhkan.
4. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya:
 - a. Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sebagaimana bersatunya suatu badan yang apabila sakit pada salah satu anggotanya, maka anggota badan yang lain juga akan merasakan sakitnya.

- b. Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi apalagi jika dia adalah seorang tokoh atau pejabat yang banyak mendapat sorotan di masyarakatnya.
 - c. Tidak membahayakan orang yaitu dalam mengonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan madharat ke orang lain seperti merokok.
5. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam dan keberlanjutannya atau tidak merusak lingkungan.
 6. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi Islami seperti suka menjamu dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.

Lebih lanjut Mannan (2000) menjelaskan etika konsumsi Islam dikenal dengan 5 prinsip dasar meliputi:

1. Prinsip Keadilan, yaitu mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum.
2. Prinsip Selera, dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.
3. Prinsip Kesederhanaan, yang berarti janganlah makan dan minum secara berlebihan.
4. Prinsip Kemurahan Hati, selama maksud konsumsi adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan untuk menunaikan perintah Allah.

5. Prinsip Moralitas, seorang Muslim dianjurkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan mengucapkan terima kasih kepada-Nya. Dengan demikian ia merasa kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya.

Suma'rin (2013: 95) juga membagi prinsip dasar dalam berkonsumsi dalam Islam, meliputi:

1. Jangan boros, ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang.
2. Seimbangkan pengeluaran dan pemasukan, Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variabel moral dalam berkonsumsi salah satunya tidak berhutang. Jadi diharapkan masyarakat bisa memilah milih barang yang benar-benar sesuai kebutuhan agar tidak berhutang.
3. Jangan bermewah-mewah, bermewahan disini diartikan tenggelam dalam kenikmatan hidup. Membelanjakan harta kita untuk hal yang tidak bermanfaat yang semua hanya akan sia-sia.

Dari beberapa pendapat di atas peneliti menyimpulkan bahwa prinsip etika konsumsi dalam Islam yang harus diperhatikan yaitu tidak boros, menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan, serta tidak bermewah-mewahan.

2.1.4. Konsep Islam tentang Kebutuhan dan Keinginan

Salah satu perbedaan mendasar antara sistem ekonomi konvensional dengan Islam adalah menyoroti masalah kebutuhan (*needs*) dengan keinginan (*wants*). Kebutuhan itu berasal dari fitrah manusia, yang mendatangkan manfaat dan kemaslahatan di samping kepuasan. Sementara, keinginan berasal dari hasrat manusia, bila keinginan itu terpenuhi, hasil yang diperoleh adalah dalam bentuk kepuasan.

Dalam ekonomi konvensional tidak dibedakan antara *needs* dan *wants*. Konsep kapitalis sangat mengedepankan keinginan. Keinginan dijadikan sebuah standar kepuasan bagaimana manusia mencukupi kebutuhan hidupnya. Keinginan dijadikannya sebagai titik kepuasan. Sehingga konsep ini membawa manusia terjebak dalam perilaku konsumtif dan hedonis. Berbeda dengan konvensional, dalam Islam, dikenal adanya keseimbangan (*Iqtishadiyah*). Dalam konsep Islam manusia diciptakan untuk beribadah, dalam masalah pemenuhan kebutuhan harus mengacu kepada keseimbangan (Rozalinda, 2016: 104).

2.1.5. Teori Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Konsumsi bagi umat Islam sebagai indikasi positif di dalam kehidupan sehari-hari untuk menjalankan aktivitas ibadah dan mentaati perintah Allah swt. Konsumsi dalam Islam didasarkan pada kebutuhan (*needs*), sehingga tidak berlebih-lebihan. Hal ini didasarkan pada Q.S. Al-Furqan: 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak (pula) kikir...”

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa konsumsi dalam Islam lebih didasarkan atas kebutuhan (*needs*), dan tidak dilihat dari keinginan (*wants*). Konsumsi bagi seorang Muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah. (AI-Haritsi, 2006:140).

Menurut Rozalinda (2016: 108) nilai-nilai dalam Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah:

1. Seimbang dalam konsumsi

Islam mengharamkan sifat kikir. Di sisi lain, Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Inilah bentuk keseimbangan yang diperintahkan dalam Al-Qur’an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi. Seperti pada Q.S. Al-Isra: 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَحْسُورًا

Artinya: “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada pundakmu dan janganlah kamu terlalu mengeluarkannya karena itu akan menjadikan kamu tercela dan menyesal.”

2. Membelanjakan harta pada bentuk yang diharamkan dan dengan cara yang baik

Islam memberikan kebebasan kepada individu dalam membelanjakan hartanya, tetapi kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kesejahteraan masyarakat dan negara. Sebagaimana Firman Allah Swt. pada Q.S. Al-Maidah: 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

Artinya: “Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

3. Larangan bersikap *Israf* (royal) dan *Tabzir* (sia-sia)

Adapun nilai-nilai akhlak yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap perilaku yang berlebihan maupun perilaku konsumtif. Konsumsi yang berlebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, di kutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabdzir* (menghamburkan harta tanpa guna). Dalam Q.S. Al-Araf: 31, Allah telah memperingatkan akan sikap ini:

يَبْنَىٰٓ اَدَمَ حُدُوًا زَيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: *“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”*

Dalam hal ini Al-Quran menginginkan sikap ekonomis menjadi moral agama yang fundamental dan moral pribadi kaum Muslim. Menurut Arif Pujiyono (2006) dalam tulisan berjudul “Teori Konsumsi Islami”, memaparkan etika konsumsi Islam harus memperhatikan beberapa hal sebagai berikut, diantaranya:

1. Jenis barang yang di konsumsi adalah barang yang baik dan halal (*halalan thayyiban*) yaitu:
 - a. Zat, artinya secara materi barang tersebut telah disebutkan dalam hukum syariah.
 - b. Proses, artinya dalam prosesnya telah memenuhi kaidah syariah, misalnya: Sebelum makan basmalah, selesai hamdalah, menggunakan tangan kanan. Cara mendapatkannya tidak dilarang, misal : riba, merampas, tidak menyebut Allah ketika disembelih, dsb.
2. Kemanfaatan/kegunaan barang yang dikonsumsi, artinya lebih memberikan manfaat dan jauh dari merugikan baik dirinya maupun orang lain.
3. Kuantitas barang yang dikonsumsi tidak berlebihan dan tidak terlalu sedikit atau kikir/bakhil, tapi pertengahan (Al-Furqan :67), serta ketika memiliki kekayaan berlebih harus mau berbagi

melalui zakat, infak, sedekah maupun wakaf dan ketika kekurangan harus sabar dan merasa cukup dengan apa yang dimilikinya.

2.2.Perilaku Konsumtif dalam Islam

2.2.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Anggasari dalam Hotpascaman (2010:2) mendefinisikan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya kurang atau tidak diperhitungkan. Konsumtif juga sering diartikan sebagai konsumerisme. Kamus Besar Bahasa Indonesia mendefinisikan konsumerisme sebagai paham atau gaya hidup yang menganggap barang-barang sebagai untuk kebahagiaan, kesenangan, dan sebagainya.

Basu Swastha dan Hani Handoko (2011: 107) menyatakan bahwa perilaku konsumtif apabila konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginannya. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode (tren), ingin mencari kesenangan, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Menurut Hidayah (2015: 2) perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli suatu barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi. Dalam

psikologi, hal ini dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), dimana orang yang terjebak di dalamnya tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli di atas, peneliti menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah membeli atau mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan dan tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional, karena lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata untuk memuaskan kesenangan, sehingga tanpa pertimbangan yang matang seseorang begitu mudah melakukan pengeluaran untuk keinginan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

Menurut Kotler (2009:175), Gaya hidup (*lifestyle*) adalah pola hidup seseorang di dunia yang tercermin dalam kegiatan (*activities*), minat (*interest*), dan pendapat (*opinion*). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah, yaitu menyesuaikan dengan perubahan hidupnya. Gaya hidup juga sangat berkaitan dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dalam arti lain, gaya hidup dapat memberikan pengaruh positif maupun negatif bagi yang menjalankannya. Dalam kaitan ini para anak muda di Kota Banda Aceh, mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti tren masa kini. Mereka menjadikan warung kopi sebagai tempat berkumpul dan menghabiskan waktu (*killing time*) bersama teman sebaya mereka. Gaya hidup disini sebagai pola dimana pemuda

menghabiskan waktu serta uang yang mengarah pada perilaku konsumtif.

2.2.2. Pengertian Perilaku Konsumtif dalam Islam

Perilaku konsumtif dalam perspektif Islam dapat dimaknai sebagai perilaku konsumsi yang sangat bertolak belakang dengan prinsip perilaku konsumsi yang diajarkan dalam Islam. Konsumerisme adalah perilaku konsumsi konvensional yang memiliki ciri konsumen yang berkehendak bebas tanpa batas, berlebihan, tidak rasional, berorientasi pada kepuasan dan pengakuan diri. Dalam pandangan Islam, konsumerisme dilarang karena termasuk ke dalam perilaku berlebih-lebihan, hanya berorientasi pada kepuasan duniawi dan menumbuhkan sifat sombong. Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek, sesuai kebutuhan dan memiliki nilai manfaat sesuai dengan rasionalitas, yang berarti bahwa jika memahami betul konsep pola konsumsi yang diajarkan oleh Islam maka manusia dapat membatasi keinginannya sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang berujung pada terkikisnya perilaku boros, kikir dan sombong.

2.2.3. Indikator Perilaku Konsumtif

Indikator perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002), yaitu:

1. Pembelian secara impulsif (*impulsive buying*)

Pembelian barang yang semata-mata hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian dan tidak mengetahui manfaat serta kegunaannya.

2. Pembelian secara tidak rasional (*non rational buying*)

Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga.

3. Pemborosan (*wasteful buying*)

Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menggunakan uang atau tabungan untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

Menurut Fromm (2008) ada empat aspek yang ada dalam perilaku konsumtif, yaitu:

1. Pemenuhan keinginan

Pembelian dilakukan secara terus-menerus dan berlebihan, untuk memuaskan keinginan. Pembelian dilakukan terus menerus, seringkali disertai oleh keinginan untuk mendapatkan sesuatu yang lain (hadiah, potongan harga, kepercayaan diri) sehingga rasa puas yang didapatkan lebih besar.

2. Barang di luar jangkauan

Pembelian dilakukan tanpa pertimbangan rasional, tetapi lebih pada pemenuhan keinginan. Barang-barang yang diinginkan seringkali merupakan barang-barang di luar jangkauan. Individu berusaha untuk membeli barang di luar jangkauan tersebut untuk menjaga eksistensi dirinya.

3. Barang tidak produktif

Pembelian tidak didasari oleh tujuan yang rasional, tetapi lebih didasari oleh motif emosional dan situasi yang menyertai saat pembelian. Engel (2002) menyatakan bahwa individu yang konsumtif memiliki kontrol diri yang rendah yang menyebabkan dirinya membeli barang yang tidak dibutuhkan. Barang yang dibeli seringkali tidak produktif atau bersifat pemborosan karena keputusan individu bukan keputusan yang rasional.

4. Status

Pembelian dilakukan atas dasar keinginan memperoleh status tertentu. Fromm (2008) menyatakan bahwa terdapat perubahan pandangan di masyarakat mengenai produk yang dikonsumsi.

Berdasarkan uraian yang dikemukakan peneliti memilih untuk menggunakan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) sebagai alat ukur dalam penelitian ini yaitu pembelian secara impulsif, pembelian secara tidak rasional, dan pemborosan. Karena lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan pemuda dalam melakukan pembelian, juga

memiliki aspek yang lengkap sehingga sesuai dengan target penelitian.

2.2.4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Islam

Islam sangat memahami bahwa konsumen memiliki karakter untuk memaksimalkan kepuasannya, tetapi kepuasan tersebut bukanlah kepuasan yang bebas, tanpa batas, tetapi kepuasan yang mengacu kepada semangat ajaran Islam. Dengan perilaku konsumen yang demikian akan membawa dampak positif terhadap kehidupan masyarakat yang menyangkut aspek keamanan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat, yang merupakan basis dari kehidupan masyarakat yang beradab.

Cara hidup yang tidak boros merupakan aspek yang turut mempengaruhi perilaku konsumen. Dalam ajaran Islam perilaku boros merupakan perbuatan yang tercela. Sebab pada dasarnya seorang pemilik harta bukanlah pemilik sebenarnya secara mutlak, penggunaannya haruslah sesuai dengan kebutuhannya dan ketentuan syari'at. Kalaulah seseorang ingin memiliki barang-barang mewah, hendaklah ia meneliti kehidupan masyarakat disekelilingnya agar tidak timbul kecemburuan sosial dan fitnah. Seorang Muslim tidak pantas hidup bermewah-mewah di tengah masyarakat yang serba kekurangan.

Pola pemerataan di dalam Islam yang berbentuk pendistribusian seperti zakat, infaq, shadaqah, dan waqaf menjadi

sesuatu yang sangat dianjurkan bahkan sampai kepada tingkat kewajiban bagi seorang yang memiliki kelebihan dari kebutuhannya. Seorang Muslim yang berkeberuntungan memiliki kelebihan harta, tidak boleh menggunakan hartanya untuk memenuhi kebutuhan pribadinya sendiri, sebab di dalam setiap harta seorang Muslim itu ada hak fakir miskin (masyarakat) yang harus ditunaikan. Sebagaimana firman Allah pada Q.S. Adz-Zariyat: 19

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: *“Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta.”*

Aspek yang tidak kalah pentingnya untuk mengerem perilaku konsumtif adalah kesadaran bahwa aktifitas untuk pemenuhan kebutuhan tidak semata-mata untuk kepentingan kebutuhan yang bersifat material semata, tetapi juga mementingkan kebutuhan immaterial, seperti kehendak untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan hubungan sosial. Selain memenuhi kepentingan pribadi, juga memperhatikan kepentingan sosial masyarakat. Artinya, bahwa selain terdapat barang dan jasa untuk kepentingan pribadi, juga ada barang dan jasa tertentu yang digunakan secara bersama-sama oleh anggota masyarakat.

Menurut konsep Al-Qur'an rezeki adalah titipan Allah kepada manusia, kekayaan tetap milik Allah yang dikuasakan kepada manusia untuk mengelolanya. Kekayaan boleh dikejar, tetapi harus dibelanjakan kembali untuk hal-hal yang berguna. Sikap yang

disukai oleh Allah adalah sikap tengah, tidak boros dan tidak pula kikir. Kekayaan harus dipergunakan untuk sesuatu yang bermanfaat. Jika kelebihan maka Allah memerintahkan untuk diberikan kepada orang miskin. Dalam surat Takatsur Al- Qur'an mengutuk orang yang bermegah-megahan yang menyebabkan mereka lalai dari kewajiban. Di sini, yang dimaksud bukanlah larangan mencari rezeki, melainkan bermegah-megahan yang menyebabkan orang lalai (Rasyid: 2019).

Islam mengajarkan perilaku konsumsi yang tidak berlebihan, yang berarti bahwa jika memahami betul konsep konsumsi yang diajarkan oleh Islam maka manusia dapat membatasi nafsu keinginannya sesuai dengan kebutuhan saja (Rohayedi, 2020: 33). Islam juga mengajarkan perilaku konsumsi yang menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek, sesuai kebutuhan dan memiliki nilai manfaat sesuai dengan rasionalitas, yang berarti bahwa manusia dapat membatasi keinginannya sesuai dengan kebutuhan dan manfaat yang berujung pada terkikisnya perilaku boros, kikir dan sombong (Rohayedi, 2020: 45).

2.2.5. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Perilaku seseorang tidak terlepas dari faktor- faktor yang mempengaruhi, begitu juga dengan perilaku konsumtif pada pemuda, antara lain ditentukan oleh faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal/lingkungan yaitu faktor yang berasal dari dalam diri seseorang, sedangkan faktor eksternal merupakan faktor

dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku.

Mangkunegara (2005:39) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu internal dan eksternal. Faktor internal juga sangat mempengaruhi seseorang dalam bergaya hidup konsumtif (Mangkunegara, 2005:45), diantaranya:

1. Motivasi

Motivasi dapat mendorong karena dengan motivasi yang tinggi untuk membeli suatu produk, barang/jasa maka mereka cenderung akan membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.

2. Pengamatan dan proses belajar

Pengamatan dapat mempengaruhi proses belajar dalam tingkah laku, pengamatan dapat diperoleh dari tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari. Hasil dari pengamatan sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian dan konsep diri

Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

4. Kepercayaan

Melalui bertindak dan belajar orang akan memperoleh kepercayaan.

Faktor eksternal perilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana ia dilahirkan dan dibesarkan. Variabel-variabel yang termasuk dalam faktor eksternal dan mempengaruhi perilaku konsumtif adalah:

1. Kebudayaan

Manusia dengan kemampuan akal budaya telah mengembangkan berbagai macam sistem perilaku demi keperluan hidupnya.

2. Kelas sosial

Kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagai nilai, minat, dan perilaku yang sama.

3. Kelompok sosial

Kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

4. Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya (Mangkunegara, 2005:44).

2.3. Pemuda

2.3.1. Pengertian dan Batasan Usia Pemuda

Menurut Taufik Abdullah (1974) salah satu tokoh sejarawan Indonesia mendefinisikan pemuda sebagai generasi baru dalam sebuah komunitas masyarakat untuk melakukan perubahan ke arah yang lebih baik.

Pemuda (*youth*) didefinisikan WHO sebagai individu-individu yang berusia 15-24 tahun, remaja (*adolescents*) mereka yang berusia 10-19 tahun, dan anak muda (*young people*) berusia 10-24 tahun sebagai kombinasi dari remaja dan pemuda. Definisi pemuda tersebut juga sama dengan yang ditemukan dalam dokumen *World Youth Report* yang dikeluarkan oleh PBB pada tahun 2003 hingga 2018 yang mendefinisikan pemuda ialah mereka yang berusia 15-24 tahun. Sementara itu, menurut Undang-Undang RI Nomor 40 Tahun 2019 tentang Kepemudaan, pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun. Berdasarkan

pendapat di atas, yang dimaksud pemuda dalam penelitian ini adalah mereka yang berusia 17-24 tahun.

2.3.2. Peran Pemuda Sebagai Generasi Penerus Bangsa

Peran pemuda dalam sejarah yang pertama bisa di lihat dari adanya pergerakan Budi Utomo yang berlangsung pada tahun 1908. Setelah itu ada pula peristiwa Sumpah Pemuda yang terjadi pada tahun 1928 dimana menghasilkan ikrar Sumpah Pemuda yang menjadi tonggak sejarah pergerakan pemuda seluruh Indonesia. Dilihat dari beberapa peristiwa sejarah yang penting untuk dikenang tersebut, memang dapat disimpulkan bahwa peran pemuda dalam mencapai suatu kemerdekaan Indonesia menjadi suatu titik awal dari peran pemuda sebagai generasi penerus bangsa.

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, bahwa pemuda merupakan suatu generasi penerus bangsa Indonesia, maka sebenarnya generasi muda juga menjadi komponen yang penting dan perlu dilibatkan dalam pembangunan bangsa Indonesia, baik secara nasional maupun daerah. Karena hal ini berkaitan erat dengan dasar dari generasi muda yang sebenarnya memiliki fisik yang kuat, pengetahuan yang baru, inovatif, dan juga memiliki tingkat kreatifitas yang tinggi pula. Kondisi itulah yang membuat peranan pemuda penting dalam proses pembangunan bangsa Indonesia maupun sebagai penerus bangsa. Menurut Pangestu (2021) beberapa peranan tersebut, diantaranya adalah:

1. Agent of Change

Peran pemuda sebagai generasi penerus bangsa Indonesia yang pertama dapat dilihat dari peran pemuda sebagai *agent of change* atau agen perubahan. Artinya bahwa pemuda Indonesia sebenarnya memiliki peranan untuk menjadi pusat dari kemajuan bangsa Indonesia itu sendiri. Dalam hal ini dapat dilakukan melalui pengadaan perubahan-perubahan dalam lingkungan masyarakat, baik secara nasional maupun daerah, menuju kepada arah yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang. Salah satu kunci agar dapat sukses menjadi *agent of change* pastinya adalah keyakinan yang dimiliki para pemuda.

2. Agent of Development

Selain menjadi agen perubahan, peran pemuda juga sebagai *agent of development* atau agen pembangunan sebagai penerus bangsa. Artinya bahwa para pemuda Indonesia memiliki peran dan tanggung jawab dalam upaya melancarkan atau melaksanakan berbagai macam pembangunan di berbagai macam bidang, baik pembangunan nasional maupun pembangunan daerah. Hal ini disebabkan karena para pemuda Indonesia wajib menjaga eksistensi bangsa Indonesia di kancah dunia, serta selalu dapat memberikan kesan yang baik di mata dunia. Sebagai contoh seperti mengembangkan bidang kebudayaan daerah Indonesia, kemudian memperkenalkannya pada dunia internasional.

Kemudian adanya upaya bagaimana potensi dan produktifitas yang ada di diri para generasi muda dapat dikembangkan secara bersama-sama demi mencapai tujuan pembangunan bangsa Indonesia dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

3. Agent of Modernization

Peran yang selanjutnya adalah menjadi *agent of modernization* atau agen pembaharuan bangsa Indonesia. Artinya bahwa para pemuda Indonesia wajib memiliki kemampuan dalam menganalisa perubahan zaman yang pastinya memberi pengaruh besar pada bangsa Indonesia, sehingga mereka dapat memilih mana yang memang perlu untuk dirubah dan juga mana yang seharusnya dipertahankan.

4. Membangun Pendidikan

Beberapa peran pemuda dalam membangun pendidikan di Indonesia juga dapat dilihat dari adanya banyak tenaga pendidik yang masih tergolong muda dan semangat memberikan pendidikan yang bermutu pada generasi penerusnya. Kondisi tersebut juga sudah termasuk dalam upaya para pemuda Indonesia sebagai generasi penerus bangsa dalam usahanya membangun pendidikan yang lebih baik lagi dari masa-masa sebelumnya.

5. Memiliki Semangat Juang yang Tinggi

Peran pemuda sebagai generasi penerus bangsa yang terakhir adalah tertanam nya jiwa semangat perjuangan yang tinggi pada

generasi muda baik pada masa sekarang maupun masa terdahulu. Hal yang dapat dilakukan adalah seperti selalu berusaha sebaik mungkin untuk dapat mencapai prestasi yang membanggakan bangsa Indonesia di mata dunia, menghilangkan jiwa mudah menyerah, menjaga kesatuan dan persatuan bangsa Indonesia, dan lain sebagainya.

2.3.3. Generasi Z

Dalam teori Generasi (*Generation Theory*) dari awal keberadaannya dikenal oleh masyarakat hingga saat ini ada sebanyak lima generasi, yaitu:

1. Generasi Baby Boomer, lahir pada kurun waktu tahun 1946 sampai dengan tahun 1964,
2. Generasi X, lahir pada kurun waktu tahun 1965 sampai dengan tahun 1980,
3. Generasi Y, lahir pada kurun waktu tahun 1981 sampai dengan tahun 1994,
4. Generasi Z, lahir pada kurun waktu tahun 1995 sampai dengan tahun 2010,
5. Generasi *Alpha*, lahir pada kurun waktu tahun 2011 sampai dengan tahun 2025.

Dalam penelitian ini lebih mengerucut pada Generasi Z. Generasi Z, yaitu mereka yang lahir pada tahun 1995 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z merupakan generasi muda yang tumbuh dan

berkembang dengan sebuah ketergantungan yang besar pada teknologi digital. Mereka lahir pada saat internet mulai berkembang dan dengan perkembangan media digital yang pesat. Maka tidak heran jika di usia muda, orang-orang yang masih berstatus sebagai siswa atau pelajar telah terampil dalam penggunaan teknologi bahkan media sosial. Seperti telah hadirnya perangkat keras elektronik seperti komputer, laptop, iPad, handphone, dan lain sebagainya. Kemudian disusul dengan kemunculan berbagai aplikasi yang modern seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *WhatsApp*, dan lain sebagainya.

Adapun karakteristik Generasi Z, yaitu:

- Fasih Teknologi, Generasi Z adalah mereka yang disebut dengan “Generasi Digital”, dimana mereka begitu mahir dan terbiasa dengan penggunaan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer atau laptop. Mereka dapat mengakses berbagai informasi secara mudah dan cepat demi kepentingan hidup sehari-hari maupun kepentingan pendidikan.
- Sosial, Generasi Z memiliki kecenderungan berkomunikasi lebih lama dan berinteraksi lebih banyak dengan orang di berbagai kalangan. Seperti dengan teman sebaya melalui berbagai situs jejaring sosial. Melalui media ini mereka dapat mengekspresikan apa yang dirasakan dan dipikirkannya. Generasi Z ini juga cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan.

- *Multitasking*, Generasi Z ini terbiasa dengan berbagai aktivitas yang dilakukan dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatu itu dapat dilakukan dengan serba cepat, dan tidak menyukai hal-hal yang lambat atau bertele-tele.

Generasi Z tergolong pemuda dan remaja yang masih menyukai hiburan, bermain, serta mengikuti *tren* masa kini. Nongkrong di warung kopi seakan kini menjadi sebuah *lifestyle* bagi generasi mereka. Hal ini sangat berbeda dengan generasi terdahulu yang suka menyimpan asset, generasi Z lebih suka menggunakan uang untuk orientasi kepuasan dan *prestise*. Selain itu, media sosial merupakan tantangan besar bagi para generasi Z, karena media sosial sarat dengan gaya hidup konsumtif. Sebagian orang *show off* (pamer) di media sosial, pamer merupakan sikap riya yang dilarang dalam agama Islam. Disadari atau tidak, sikap riya termasuk perbuatan syirik kecil yang dosanya amat besar. Dan Islam sebagai agama yang mengajarkan akhlak luhur dan mulia sangat melarang pemeluknya untuk mendekati akhlak tercela.

2.4. Warung Kopi

2.4.1. Pengertian Warung

Warung adalah usaha kecil yang berbentuk kedai, kios, toko kecil, atau restoran sederhana. Istilah warung dapat ditemukan di

Indonesia dan Malaysia. Warung adalah salah satu bagian penting dalam kehidupan keseharian rakyat Indonesia.

Warung mulai banyak ditemukan pada abad 19, terlebih pada era pasca kolonialisme. Pada era ini, masyarakat sudah mulai memiliki kebebasan untuk melakukan praktik ekonomi, salah satunya adalah berdagang.

2.4.2. Pengertian Warung Kopi

Warung kopi adalah tempat yang sering dikunjungi oleh masyarakat berbagai latar belakang, sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, ngobrol santai, dialog warga, opini masyarakat berbagai macam latar belakang, minum bersama untuk mendapatkan suatu informasi bermanfaat yang didapatkan (Prabowo, 2013).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2020) warung kopi adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan fasilitas seperti *wifi* dan *free charger*, atau tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh dan kue.

Berdasarkan pendapat di atas, peneliti menyimpulkan bahwa warung kopi adalah suatu tempat berkumpul, bersosialisasi bahkan hanya sebagai tempat untuk melepaskan penat setelah melakukan aktivitas seharian serta ditemani oleh minuman ataupun makanan

seperti kopi, teh dan kue-kue. Kenyamanan akan lebih sempurna jika dari warung kopi yang dikunjungi adanya fasilitas internet *wifi*.

2.4.3. Perkembangan Warung Kopi di Kota Banda Aceh

Pada masa kolonialisme Belanda, kependudukan Jepang hingga pasca kemerdekaan, keberadaan warung kopi di Aceh sama sekali tidak ditemukan dokumen untuk membuktikan keberadaannya. Hal ini dikarenakan, warung kopi mulai dijadikan sebagai tempat favorit oleh orang Aceh baru sejak tahun 1970-an. Pada masa itu kedai kopi digunakan sebagai tempat pembacaan hikayat oleh masyarakat. Hal ini memiliki keterkaitan antara kebiasaan warga Aceh yang suka menghabiskan waktu luang dengan duduk-duduk di warung kopi dan mendengarkan hikayat, biasanya kitab-kitab yang dibacakan berisi ajaran-ajaran sufisme (Muammar, Mawardi, Nurashiah, 2018: 32).

Saat ini, minum kopi tidak hanya menjadi kebiasaan bagi masyarakat Aceh. Tetapi juga sudah menjadi gaya hidup. Kebiasaan minum kopi merupakan budaya yang diperkenalkan oleh pemerintah Kolonial Belanda awal abad ke-20. Saat ini warung kopi merupakan tempat yang paling mudah dicari karena bertebaran di seluruh wilayah Kota Banda Aceh.

Masyarakat Aceh tidak dapat dipisahkan dari warung kopi. Baik siang maupun malam, berbagai lapisan masyarakat di Aceh mengisi warung kopi untuk bersantai minum kopi. Tidak terbatas

dari yang muda hingga yang tua, pria maupun wanita, miskin maupun kaya, semua berbaur tanpa sekat-sekat pembatas. Bisa dikatakan, kopi ibarat nafas bagi orang Aceh yang sulit dipisahkan dari kehidupan sehari-hari mereka sejak zaman kesultanan Aceh.

Warung kopi di Aceh juga terkenal dengan racikan kopi khas Aceh yang enak. Cara menyeduh dan menyaring kopi pun cukup unik. Kopi disaring menggunakan kain tipis yang dipindah dari satu ceret ke ceret lainnya, sehingga saat kita mencicipi biji kopinya tidak muncul lagi di gelas. Selain kopi, warung kopi di Aceh juga menyediakan kuliner khas, kue-kue tradisional khas Aceh seperti kue ade, kue jala, roti sele, seri kaya, bingkang, timphan, mie Aceh dan lainnya. Hampir semua kue tersebut disediakan pada setiap warung kopi di Aceh.

Pada masa sesudah tsunami warung kopi di Banda Aceh semakin banyak ditemukan, seperti Zakir Kopi, Dhapu Kopi, Warung Kopi Solong dan lain-lain. Di karenakan proses globalisasi yang lebih maju dan akibat dari masuknya budaya asing (Rani Permata Sari, 2014:2). Salah satunya kehadiran *wifi* yang menjadi daya tarik tersendiri sehingga tampilan warung kopi sekarang lebih menarik dan banyak menyediakan fasilitas lain seperti adanya ruang VIP dan bisa digunakan juga untuk mengadakan acara oleh organisasi tertentu. Di samping itu, warung kopi juga menjadi tempat favorit bagi masyarakat Aceh, baik untuk mengisi waktu luang atau membicarakan masalah- masalah sosial. Hampir sebagian

besar laki-laki di Aceh minum kopi di warung. Sehingga warung kopi di Aceh jarang sepi. Mulai pagi sampai malam hari bahkan ada warung kopi yang buka 24 jam (Herdi Aditya, 2016: 2). Kemunculan warung kopi yang merejalela juga menyebabkan Banda Aceh dijuluki dengan kota seribu warung kopi (Rani Permata Sari, 2014: 2).

Selain itu, dengan kehadiran warung kopi yang semakin menjamur, juga turut mempengaruhi pola kehidupan masyarakat, baik dalam bidang ekonomi, sosial, dan agama. Dari segi ekonomi, pengaruh perkembangan warung kopi secara umum membuat masyarakat semakin konsumtif yang banyak menghabiskan uang dan waktu di meja kopi. Sedangkan bagi para pemilik warung kopi, perkembangan ini membawa sisi positif bagi ekonomi mereka. Selain pemilik warung kopi, para penggiat usaha-usaha kecil menengah atau usaha rumah tangga seperti usaha pembuatan kue juga ikut merasakan dampak positif dari perkembangan warung kopi.

Dalam bidang sosial berkaitan dengan pergeseran nilai budaya masyarakat Aceh yang pada mulanya masih sangat tradisional perlahan berkembang secara linier menuju bentuk yang modern. Sedangkan dalam bidang agama, berkaitan dengan maraknya perdebatan dalam masyarakat tentang banyaknya aktivitas para pemuda yang dihabiskan untuk duduk di warung kopi walaupun setiap warung kopi menyediakan fasilitas ibadah. Akan tetapi, tidak

kurang juga yang mengabaikan shalat lima waktu, padahal Aceh identik dengan daerah yang memberlakukan syariat Islam.

2.5.Dampak Keberadaan Warung Kopi terhadap Perilaku Konsumtif Pemuda

Perilaku konsumtif pada pemuda memberikan dampak positif maupun negatif, yaitu:

1. Dampak Positif

Perilaku konsumtif pada pemuda memberikan keuntungan besar bagi pebisnis warung kopi, karena dengan semakin banyaknya orang yang berperilaku konsumtif memberikan keuntungan yang besar bagi produsen pasar. Dengan begitu menambah jumlah penghasilan bagi produsen pasar. Tetapi, sebagai pemilik warung kopi Muslim yang berkeberuntungan memiliki kelebihan harta, maka Allah memerintahkan untuk memberikan sebahagian hartanya kepada saudara yang membutuhkan, sebab di dalam setiap harta seorang Muslim itu ada hak fakir miskin (masyarakat) yang harus ditunaikan. Sebagaimana firman Allah pada Q.S. Adz-Zariyat: 19

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ

Artinya: “Dan pada harta benda mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak meminta.”

2. Dampak negatif

- a. Menimbulkan sifat boros, perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai pemborosan. Sering duduk di warung kopi juga dapat menimbulkan perilaku konsumtif, mengingat harga makanan dan minuman yang ditawarkan tidak selalu ramah di kantong, khususnya bagi mereka yang uang sakunya masih berasal dari orang tua. Di sisi lain, Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta. Inilah bentuk keseimbangan yang diperintahkan dalam Al-Qur'an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi. Seperti pada Q.S. Al-Isra: 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا

مَحْشُورًا

Artinya: *“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada pundakmu dan janganlah kamu terlalu mengeluarkannya karena itu akan menjadikan kamu tercela dan menyesal.”*

- b. Tidak membudidayakan menabung, bahkan menggunakan uang tabungan untuk duduk di warung kopi tersebut. Sebagai seorang Muslim, sebaiknya segala macam aspek kehidupan yang dijalankan sesuai dengan ajaran dan syariat Islam, termasuk cara mengatur keuangan. Tujuan dari penetapan ini adalah agar umat Muslim tidak salah dalam melakukan perhitungan akan kehidupan finansialnya yang merugikan dan membuat hidup sejahtera. Dengan menabung artinya kita mempunyai uang

cadangan untuk masa yang akan datang. Sebagaimana Hadits yang diriwayatkan oleh Bukhari dan Muslim:

فَكَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَعْزِلُ نَفَقَةَ أَهْلِهِ سَنَةً

Artinya: “*Rasulullah menyimpan makanan untuk kebutuhan keluarga selama setahun.*” (HR Bukhari No. 2904 dan Muslim No. 1757).

- c. Tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, manusia harus menyiapkan masa depannya, karena masa depan merupakan masa yang tidak diketahui keadaannya. Dalam ekonomi penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan.

Jika modal dan tenaga kerja adalah ciri utama masyarakat industri, maka ciri masyarakat pasca industri adalah teknologi, informasi, dan pengetahuan. Bahwa saat era digital dimulai, era ini tak akan lagi melirik modal dan tenaga sebagai primadona kemajuan tetapi yang akan disanjung adalah teknologi, informasi, dan pengetahuan. Pemuda Aceh yang selama ini menghabiskan waktu di warung kopi ditemani dengan teknologi canggih, seperti laptop dan penunjang komunikasi lainnya, diharapkan mampu untuk memanfaatkan teknologi dan kebersamaan warung kopi untuk hal hal yang positif. Memperbanyak diskusi untuk pembangunan politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

2.6. Ekonomi Islam

Dalam Nasution (2007: 16) Menurut Muhammad Abdul Manan ekonomi Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam.

Menurut Umer Chapra ekonomi Islam adalah sebuah pengetahuan yang membantu upaya realisasi kebahagiaan manusia melalui alokasi dan distribusi sumber daya yang terbatas yang berada dalam koridor yang mengacu pada pengajaran Islam tanpa memberikan kebebasan individu atau tanpa perilaku makro ekonomi yang berkesinambungan dan tanpa ketidakseimbangan lingkungan.

Menurut Kursyid Ahmad ilmu ekonomi Islam adalah sebuah usaha sistematis dalam memahami masalah-masalah ekonomi dan tingkah laku manusia secara relasional dalam perspektif Islam.

Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli ekonomi Islam di atas, peneliti menyimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk mengkaji, menganalisis, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan kehidupan ekonomi dengan cara-cara yang Islami.

2.7. Penelitian Terkait

Adapun penelitian ini, peneliti merujuk pada beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, antara lain:

Penelitian Akdila Bulanov (2019) dengan judul Pola Hidup Konsumtif Remaja Muslim di Pilar Coffee Bukittinggi. Berdasarkan hasil analisis pandangan Ekonomi Islam bahwa perilaku konsumtif remaja Muslim itu tidak sesuai dengan perilaku dalam berkonsumsi dalam ekonomi Islam yang merujuk pada tiga prinsip dasar konsumsi yang telah digariskan oleh Islam yaitu konsumsi yang halal, konsumsi barang suci dan tidak berlebihan. Konsumsi yang dilakukan remaja Muslim adalah masuk dalam kategori perilaku konsumtif.

Penelitian Imroatun Muawanah (2019) dengan judul Fenomena Maraknya *Coffee Shop* sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro). Hasil penelitian menunjukkan kaum muda khususnya mahasiswa senang menghabiskan waktu di *Coffee Shop* di Kota Metro. Gejala gaya hidup tersebut dapat dinilai sebagai suatu gejala dan respon yang normal dari para anak muda terhadap fenomena tersebut karena Islam memperbolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran.

Penelitian Ratna Dwijayanti dan Sofiul Fikri (2019) dengan judul *The Behavior Of Student Coffee Connoisseurs*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku aktivitas pembelian kopi siswa tidak

hanya berupa melakukan pembelian, tetapi untuk mendapatkan kesenangan dari aktivitas kopi.

Penelitian Hafasnuddin, Ridwan, Muslim A. Djalil (2018) dengan judul *The Coffee Shop Lifestyle in Banda Aceh City, Indonesia: A Study Based on Marketing Approach*. Kajian ini menemukan temuan menarik: Warga Banda Aceh dikategorikan sangat sering pergi ke kedai kopi setiap bulan, dengan tingkat kesenangan juga telah menyebabkan sangat memprioritaskan untuk duduk di kedai kopi dan minum kopi. Hal ini lama-kelamaan akan tercipta perilaku konsumtif terhadap warga Banda Aceh.

Penelitian Nirwana (2017) dengan judul *Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Eksistensi Kafe di Kota Makassar* Hasil penelitian dilapangan bahwa remaja berperilaku konsumtif karena adanya rasa nyaman yang membuat remaja betah untuk berlama-lama di kafe, serta pengaruh lingkungan sekitar yang membuat remaja berperilaku konsumtif karena ajakan dan ikut-ikutan *trend*. Selain itu faktor kelas sosial juga menyebabkan perilaku konsumtif remaja. Dimana dampak positif perilaku konsumtif itu sendiri adalah memberikan keuntungan bagi produsen pasar, dan memberikan lapangan pekerjaan untuk orang lain menjadi pelayan kafe. Dampak negatif dari perilaku konsumtif itu sendiri yaitu remaja akan berperilaku boros di mana remaja tidak lagi berpikir rasional untuk bertindak, remaja tidak membudidayakan menabung karena perilaku boros yang dialami remaja tersebut.

Penelitian Elly Herlyana (2012) dengan judul *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: karakteristik remaja yang cenderung berlaku impulsif, senang menjadi pusat perhatian, cenderung ikut-ikutan, dan peka terhadap inovasi-inovasi baru menjadi pendukung kecenderungan gaya hidup hedonis. Perilaku tersebut masih dipandang wajar apabila tidak memunculkan pola perilaku yang lebih dominan pada kesenangan hidup daripada kegiatan belajar. Pesan Islam menunjukkan bahwa hidup yang berorientasi kepada “dunia” dan mengabaikan agama adalah suatu kekeliruan.

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

| No | Nama penulis dan Tahun | Judul Penelitian | Metode Penelitian | Persamaan | Perbedaan |
|----|------------------------|--|-----------------------|--|-------------------|
| 1 | Bulanov (2019) | Pola Hidup Konsumtif Remaja Muslim di Pilar Coffee Bukittinggi | Kualitatif Deskriptif | Konsumtif dan objek penelitian | Lokasi Penelitian |
| 2 | Muawanah (2019) | Fenomena Maraknya <i>Coffee Shop</i> sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro (Studi Pada Mahasiswa IAIN Metro) | Kualitatif Deskriptif | Responden, subjek dan objek penelitian | Lokasi Penelitian |

| | | | | | |
|---|-----------------------------|---|-----------------------|--|----------------------|
| 3 | Dwijayanti dan Fikri (2019) | <i>The Behavior Of Student Coffee Connoisseurs</i> | Kualitatif Deskriptif | Responden, subjek dan objek penelitian | Lokasi Penelitian |
| 4 | Hafasnuddin, dkk. (2018) | <i>The Coffee Shop Lifestyle in Banda Aceh City, Indonesia: A Study Based on Marketing Approach</i> | Kualitatif Deskriptif | Objek penelitian, lokasi Penelitian | Pendekatan Pemasaran |
| 5 | Nirwana (2017) | Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Eksistensi Kafe di Kota Makassar | Kualitatif Deskriptif | Konsumtif dan objek penelitian | Lokasi Penelitian |
| 6 | Herlyana (2012) | Fenomena <i>Coffee Shop</i> Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda | Kualitatif Deskriptif | Responden, subjek dan objek penelitian | Lokasi Penelitian |

Sumber: Data diolah (2021).

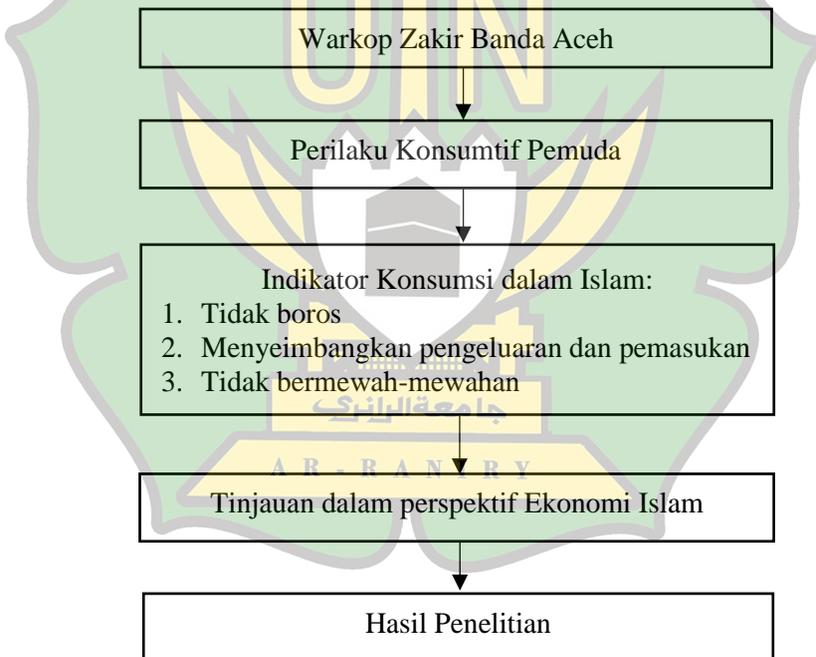
Dari beberapa temuan penelitian terkait, perbedaan di dalam penelitian ini adalah peneliti lebih fokus ingin mengetahui bagaimana perilaku konsumtif pemuda Banda Aceh terhadap keberadaan warung kopi dilihat dari aspek ekonomi syariah sehingga dapat menjadi inspirasi, agar anak muda dapat berfikir secara kreatif dan mempertahankan nilai-nilai religi agama Islam selama berkumpul atau menghabiskan waktu di warung kopi dan juga

melihat dampak keberadaan warung kopi terhadap perilaku konsumtif pemuda.

2.8. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir diartikan sebagai diagram yang berperan sebagai alur logika sistematis tema yang akan ditulis, kerangka berpikir tersebut dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (Polancik, 2009).

Gambar 2.1
Skema Kerangka Pemikiran



Sumber: Data diolah (2021).

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan studi penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu datar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Anggito dan Setiawan, 2018:8). Atau suatu penelitian yang bertujuan membuat gambaran secara sistematis dan aktual mengenai fakta-fakta yang ada di lapangan, yaitu mengenai perilaku konsumtif pemuda Banda Aceh terhadap keberadaan warung kopi.

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penelitian dilakukan. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah Warkop Zakir. Warkop Zakir sebagai salah satu warung kopi yang berada di Kota Banda Aceh yang sudah berjalan sangat lama dan telah memiliki 6 outlet yang terletak di beberapa lokasi di Banda Aceh. Pada penelitian ini penulis memilih salah satu cabang Warkop Zakir yang berada di Lampriet. Karena berdasarkan pengamatan data awal yang didapatkan banyak pemuda yang menghabiskan waktu di warung kopi tersebut serta lokasi strategis yang menghadap jalan utama kota Darussalam yang tentunya ramai dikunjungi oleh konsumen pemuda.

3.3.Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Arikunto (2013:172) data primer adalah data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya dapat melalui wawancara, jejak dan lain-lain. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil observasi dan wawancara dengan informan penelitian.

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan pihak lain dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Kuncoro, 2013). Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang di dapatkan dari hasil telaah buku dan jurnal yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.4.Subjek Penelitian

Sebagai penguat dalam penelitian ini, penelitian kualitatif memiliki subjek penelitian. Subjek dalam penelitian kualitatif disebut informan. Informan adalah orang yang memberikan informasi terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan. Informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah konsumen pemuda, pemilik warung kopi dan karyawannya.

Subjek penelitian terdiri dari populasi dan sampel. Populasi adalah jumlah keseluruhan dari individu-individu yang karakteristiknya hendak diteliti. Sedangkan sampel adalah sebagian

daripada populasi yang mewakili karakteristik yang hendak diteliti. Menurut Gay dan Diehl (1992) untuk penelitian deskriptif, sampelnya adalah 10% dari populasi. Pemilik warkop zakir mengatakan bahwa pengunjung pemuda di warkop zakir Lampriet sekitar 150 orang dalam sehari, maka sampel yang diambil dari konsumen pemuda yaitu 15 orang pemuda, yang terdiri dari 12 pemuda laki-laki dan 3 pemuda perempuan. Dengan kriteria pemuda Muslim di Kota Banda Aceh yang berusia 17 tahun sampai dengan 24 tahun.

Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 18 orang yang terdiri:

1. Pemilik (*Owner*) Warung Kopi

Alasannya karena pemilik warung kopi tersebut dapat menyampaikan informasi yang penulis butuhkan untuk kelancaran penelitian. Pemilik warung kopi juga memiliki peran yang sangat penting dalam mengambil keputusan, selain itu juga diharuskan menguasai semua permasalahan yang ada di warung kopi tersebut dan dapat menyelesaikannya. Dalam penelitian ini usaha tersebut dijalankan oleh satu orang.

2. Karyawan

Alasannya karena karyawan tersebut dapat menyampaikan informasi yang penulis butuhkan untuk kelancaran penelitian. Karyawan lebih mengetahui apa saja yang dibutuhkan oleh konsumen, karena ia yang berinteraksi langsung dengan

konsumen. Dalam penelitian ini karyawan yang akan di wawancarai sebanyak dua orang.

3. Konsumen Pemuda

Alasannya karena konsumen tersebut dapat menyampaikan informasi yang penulis butuhkan untuk kelancaran penelitian. Konsumen lebih mengetahui kualitas produk yang dipasarkan. Dalam penelitian ini konsumen pemuda yang akan diwawancarai sebanyak lima belas orang.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2012) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu:

3.5.1. Observasi

Observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Widoyoko, 2014: 46). Atau singkatnya observasi adalah pengamatan atau mengamati fenomena yang sedang diteliti.

3.5.2. Wawancara

Wawancara yaitu digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya kecil atau sedikit (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan wawancara terstruktur, peneliti telah mengetahui dengan pasti informasi yang akan diperoleh dan peneliti telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Sedangkan wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap yang digunakan hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan.

3.5.3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2012). Metode ini peneliti gunakan untuk menggali sumber-sumber dan data yang berkaitan dengan perilaku konsumtif pemuda yang terjadi dalam warung kopi di Kota Banda Aceh.

3.6. Teknik Analisis Data

Noeng Muhadjir (1998: 104) mengemukakan pengertian analisis data sebagai upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara, dan lainnya untuk meningkatkan

pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikannya sebagai temuan bagi orang lain. Menurut Ahmad Rijali (2018: 85) kegiatan analisis data kualitatif merupakan aktivitas pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penyimpulan hasil penelitian.

3.6.1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data di lapangan tentu berkaitan dengan teknik penggalian data, dan ia berkaitan pula dengan sumber dan jenis data, sumber data dalam kualitatif berupa kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen atau sumber data tertulis. Kata-kata dan tindakan informan merupakan sumber data utama.

3.6.2. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses pemilihan, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dapat disimpulkan reduksi data merupakan meringkas hal-hal yang pokok dari hasil pengumpulan data serta fokus kepada hal yang penting.

3.6.3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif berbentuk catatan lapangan, grafik, jaringan, dan bagan. Sehingga memudahkan untuk melihat apa yang sedang terjadi, merencanakan kegiatan kerja yang akan dilaksanakan berdasarkan apa yang sudah dipahami tersebut.

3.6.4. Penarikan Kesimpulan

Upaya penarikan kesimpulan dilakukan peneliti secara terus-menerus selama berada di lapangan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti mulai mencari arti benda-benda, mencatat keterangan penjelasan-penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi. Mula-mula kesimpulan belum jelas, namun kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar dengan kokoh.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.Deskripsi Objek Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Warung Kopi di Kota Banda Aceh

Kota Banda Aceh terkenal dengan kota seribu warung kopi, tingginya minat masyarakat Aceh mengonsumsi kopi, membuat jasa warung kopi membanjiri ibu kota Serambi Mekkah. Menikmati secangkir kopi di warung kopi telah menjadi tradisi bagi masyarakat Aceh, khususnya bagi kaum lelaki. Tradisi ini telah berkembang dan turun-temurun pada masyarakat Aceh. Warung kopi juga menjadi titik pertemuan bagi masyarakat Aceh untuk melakukan interaksi sosial dan berbagai kegiatan lainnya seperti kegiatan politik, bisnis, ekonomi, diskusi-diskusi ilmiah, mengerjakan tugas bagi pelajar/mahasiswa dan sebagainya.

Warung kopi di Aceh juga terkenal dengan racikan kopi khas Aceh yang enak. Cara menyeduh dan menyaring kopi pun cukup unik. Kopi disaring menggunakan kain tipis yang dipindah dari satu ceret ke ceret lainnya, sehingga saat kita mencicipi biji kopinya tidak muncul lagi di gelas. Selain kopi, warung kopi di sekitaran Banda Aceh juga menyediakan sajian kuliner khas Aceh, yang tentunya menjadi salah satu faktor yang membuat masyarakat Aceh lebih memilih untuk melakukan aktivitasnya di warung kopi.

Dahulu yang menikmati kopi di warung kopi adalah orang tua saja, bahkan banyak orang tua melarang keras anaknya

nongkrong di warung kopi, apabila ada orang tua yang kebetulan duduk di warung kopi tersebut melihat anak-anak yang lagi nongkrong, maka mereka akan mengusirnya. Sekarang kebiasaan nongkrong di warung kopi tidak lagi didominasi oleh satu kalangan saja, tetapi sudah milik semua golongan dalam masyarakat Aceh, khususnya para anak muda di Kota Banda Aceh.

Dahulu, fisik bangunan warung kopi di Kota Banda Aceh sangat sederhana, tergantung pada kondisi tanah yang tersedia. Pada umumnya, bangunan warung kopi dahulu semi permanen dan mengambil bentuk memanjang ke belakang, meja diletakkan dalam dua baris, tengahnya dibelah oleh jajan untuk memudahkan melayani pelanggan. Sementara dapur kopi ada yang diletakkan di bagian belakang dan ada yang di bagian depan. Proses pembuatan kopi tetap dapat disaksikan oleh pelanggan sehingga kekhasan kopi dari Aceh terlihat dari cara pembuatannya. Pada perkembangan selanjutnya warung kopi berubah dari fisik semi permanen menjadi permanen dengan mengambil lokasi pemasarannya di pertokoan. Modal yang dibutuhkan juga mengalami peningkatan luar biasa. Fenomena peningkatan harga sewa toko khususnya di Banda Aceh juga mengalami peningkatan secara signifikan, misalnya, sebelum tsunami sewa toko ukuran 4x6 M pada lokasi strategis berkisar 10 juta, setelah tsunami dan sampai sekarang bisa mencapai 50 juta per tahun. Mahalnya harga sewa toko ini cukup membebankan bagi

penyewa, dampaknya berpengaruh terhadap harga yang dibeli oleh masyarakat.

Seiring dengan perkembangan lahirnya warung kopi di Aceh, warung kopi muncul dengan beragam bentuk dan gaya arsitektur, mulai dari yang berbentuk dan bergaya arsitektur tradisional sampai yang bergaya modern pun ikut hadir. Keadaan bangunan dan fasilitas warung kopi di Kota Banda Aceh tergantung pada tempatnya berada. Bila warung kopi berada di kawasan kampung yang penduduknya kebanyakan orang berpenghasilan sederhana, maka warung kopi pun sederhana, bila keadaan penduduk di sekitar warung kopi berpenghasilan tinggi, maka warung kopi pun *exclusive*. Beragam jenis bangunan warung kopi ini telah menciptakan citra tersendiri bagi Kota Banda Aceh. Perkembangan ini tentu saja sebagai hasil penyesuaian diri dengan perkembangan masyarakat dan persaingan pasar yang semakin ketat.

Seiring pesatnya perkembangan warung kopi, pemerintah Kota Banda Aceh merespon perkembangan tersebut dengan mengeluarkan Peraturan Walikota Banda Aceh No. 13 Tahun 2011 Tentang Penyelenggaraan Usaha Restoran, Rumah Makan, Warung Kopi dan *Café*, seperti dalam Perwali Bab III pasal 3 ayat 2 yang menyebutkan bahwa penyelenggaraan usaha restoran, rumah makan, warung kopi dan *café* wajib memenuhi persyaratan, antara lain:

1. Harus memenuhi standar kesehatan yang higienis.
2. Memenuhi kaidah syariat Islam.

3. Berorientasi pada pelayanan yang ramah dan sopan.
4. Sarana dan prasarana yang memadai

Pada pasal 5 dijelaskan tentang persyaratan kaidah syariat Islam meliputi:

1. Makanan dan minuman yang disajikan terjamin kehalalannya.
2. Pramusaji bersikap dan menggunakan busana yang Islami.
3. Menutup kegiatan sementara pada waktu shalat jumat dan shalat tarawih.
4. Tidak membuka usaha pada siang hari pada bulan suci Ramadhan.

Hingga saat ini keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh dianggap sangat sentral dan sangat dekat dengan segala aspek kehidupan masyarakat Aceh. Antara warung kopi dan masyarakat Aceh seakan menjadi sebuah kesatuan yang tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya. Saat ini warung kopi merupakan tempat yang paling mudah dicari karena bertebaran di seluruh wilayah Kota Banda Aceh, untuk lebih jelasnya berikut data nama-nama warung kopi yang tersebar diseluruh wilayah Kota Banda Aceh:

Tabel 4.1
Data Nama-Nama Warung Kopi di Kota Banda Aceh

| No. | Alamat Keberadaan Warung Kopi | Nama-Nama Warung Kopi di Kota Banda Aceh |
|-----|-------------------------------|---|
| 1. | Simpang Surabaya – Batoh | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dhapu Kupa, Persimpangan Simpang Surabaya 2. Hasanudin, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan Depan Grand Aceh Pasaraya 3. AW Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 14-15 4. Paris Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Blang Cut 5. Mix-3 Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Magenta 6. My Dimsum Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Pante Pirak Pasaraya 7. Keude Suki, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping RM Djogja 8. Jeep Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Unmuha 9. Anola Resto + WiFi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Batoh 10. Jalur Gaza, Jl. Amd samping Anola Resto 11. Ring Road Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Ayam Kampung 12. Kupa Meugeudok, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh 13. Tringgadeng, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh 14. Chek Yuke MT, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Terminal Batoh |

| | | |
|--|--|---|
| | | <p>15. Elcomidate, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Ayam Lepas Terminal Batoh</p> <p>16. Rumoh Aceh Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Showroom Yamaha Batoh</p> <p>17. Nurin Café, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Nurin Travel</p> <p>18. Barcelona Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>19. ULEE Kupa, Depan KEJATI Aceh</p> <p>20. Friends Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Showroom Suzuki mobil</p> <p>21. STRIDE, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>22. Warung Kopi Malawi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Kejaksaan Tinggi</p> <p>23. Vi Ai Pi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Showroom TVS</p> <p>24. Pak Zai, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>25. Coffein Real Café, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Showroom Yamaha</p> <p>26. Columbia Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping RM Trisa</p> <p>27. Taufik Kopi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 36-37</p> <p>28. Keude Nek Mureh, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan simpang Batoh</p> <p>29. Mont Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Zora Doorsmeer</p> <p>30. Pak Sen Cabang 2, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>31. The Olala Café, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Toko Berkah</p> <p>32. Tursina Kupa, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> |
|--|--|---|

| | | |
|----|-------------------------------|---|
| | | <p>33. Zam-Zam Coffee Shop, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 5-6</p> <p>34. Star Jazz, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>35. Black Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan</p> <p>36. F-5 Coffee, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 7-8</p> <p>37. Malioboro, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan depan Paris Coffee</p> <p>38. AW, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan No. 34-35</p> <p>39. Galang Indocofie, samping kantor cabang BRI</p> <p>40. Grand Aceh Kupi, Jl. Dr. Mr. Mohd Hasan samping Grand Aceh Pasaraya</p> |
| 2. | Simpang Surabaya – Jambo Tape | <p>1. Gina Warkop, Jl. T. Hasan Dek</p> <p>2. Peusangan Kupi, Jl. T. Hasan Dek samping The Palace Coffee</p> <p>3. The Palace Coffee Cozy Corner, Jl. T. Hasan Dek samping kantor BAF</p> <p>4. R2M Coffee, Jl. T. Hasan Dek samping Blang Rakal</p> <p>5. Warkop Aneuk Muda, Jl. T. Hasan Dek</p> |
| 3. | Simpang Surabaya – Tanjung | <p>1. Café Assifa, Jl. Tgk Imum Lueng Bata</p> <p>2. Soccer Club, Jl. Tgk Imum Lueng Bata No. 126</p> <p>3. Lampoh Kupi, Jl. Tgk Imum Lueng Bata</p> <p>4. Dan Kopi, Jl. Tgk Imum Lueng Bata</p> |
| 4. | Batoh – Simpang Lambaro | <p>1. Kajiroe Ie Coffee Shop, Jl. Soekarno Hatta</p> <p>2. Alpha Kupi, Jl. Soekarno Hatta depan Meligoe Wali Nanggroe</p> |

| | | |
|----|--------------------------|--|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 3. Warkop Ayah Ahmad, Jl. Soekarno Hatta samping Palung Kayu 4. Warkop Adeg Naji, Jl. Soekarno Hatta Pasar Lambaro 5. Meugah Kupi, Jl. Soekarno Hatta Pasar Lambaro 6. Enak Rasa, Jl. Soekarno Hatta simpang Bundaran Lambaro |
| 5. | Batoh – Keutapang | <ol style="list-style-type: none"> 1. The Montase, Jl. Soekarno Hatta samping Yamaha Aceh Raya 2. Coffee One, Jl. Soekarno Hatta 3. Dyan Yuke, Jl. Soekarno Hatta depan RS Meuraxa 4. Diiya Kupie, Jl. Soekarno Hatta depan The Pade Hotel 5. Solong Coffee II, Jl. Soekarno Hatta No. 1 6. Classic Coffee, Jl. Soekarno Hatta samping Showroom Daihatsu 7. Hasan Coffee, Jl. Soekarno Hatta samping Showroom Honda 8. Warkop 2D, Jl. Soekarno Hatta No. 100 |
| 6. | Peuniti – Neusu | <ol style="list-style-type: none"> 1. Rumoh Kupi, Jl. Makam Pahlawan No. 12-13 2. Zakir Warkop, depan Pasar Peuniti 3. Warisan Kupi, Jl. Nyak Adam Kamil No. 2 4. Meuligoe Kupi, Jl. Nyak Adam Kamil 5. Rangkang Aulia, Jl. Nyak Adam Kamil 6. Datok Kupi, samping Wong Solo Neusu |
| 7. | Jambo Tape – Syiah Kuala | <ol style="list-style-type: none"> 1. The Real Cafee, depan Pesantren Darul Ulum |

| | | |
|----|-----------------------------------|---|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 2. Tower Coffee, Jl. T. Daud Beureueh belakang KFC Simpang 5 3. Yellow Café, Jl. T. Daud Beureueh depan KFC Simpang 5 |
| 8. | Jambo Tape – Simpang Tugu Pena | <ol style="list-style-type: none"> 1. House Coffee, Jl. T. Daud Beureueh No. 133 samping SMA Negeri 3 2. My Bread & Café, Jl. T. Daud Beureueh No. 168 samping Showroom Honda Lampriet 3. Haba Café, Jl. T. Daud Beureueh No. 170 samping Wong Solo Lampriet 4. Café Chocolate, Jl. T. Nyak Arief depan Kuburan Asrama Haji 5. Plaza Kupi, Jl. T. Nyak Arief samping jembatan penyebrangan Jeunlingke 6. Warkop Jeulingke, Jl. T. Nyak Arief 7. Tower One Coffee, Jl. T. Nyak Arief No. 209-210 8. Cut Nun Warkop, Jl. T. Nyak Arief samping Bank Aceh 9. Kana Kantin Mandiri, Jl. T. Nyak Arief 50 meter setelah PJR Polda NAD 10. Mesra Utama Café, Jl. T. Nyak Arief simpang Tugu Pena 11. Mama Café, Jl. T. Nyak Arief samping Kampus Akubank 12. Cibiuk Chocolate & Coffee, Jl. T. Nyak Arief depan Kana Kantin Mandiri 13. Citra Aroma Resto, Jl. T. Nyak Arief 14. Harapan Kupi, Jl. T. Nyak Arief depan Polda NAD |

| | | |
|-----|--|---|
| | | <p>15. Falevi Matang Kupi, Jl. T. Nyak Arief depan Polda NAD</p> <p>16. Remember Café, Jl. T. Daud Beureueh samping RSUZA</p> <p>17. Zakir Warkop, Jl. T. Daud Beureueh No. 169</p> <p>18. D'Rodya Cafee, Jl. T. Daud Beureueh samping Mr. Cabe</p> |
| 9. | Keutapang – Simpang Dodik | <p>1. Warkop Ulee Tutu, Jl. Soekarno Hatta</p> <p>2. Warkop Samalanga, Jl. Soekarno Hatta</p> <p>3. MB Kupi, Jl. Soekarno Hatta</p> <p>4. Espresso Coffee, Jl. Soekarno Hatta 50 meter setelah galon Simpang Dodik</p> |
| 10. | Simpang Lima – Peunayong | <p>1. Rex, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah depan Hotel Prapat</p> <p>2. Keude Rencong, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah No. 88</p> <p>3. Pak Nek Café, Jl. Twk. Mohammad Daudsyah</p> |
| 11. | Taman Sari – Ulee Lheu – Lam Jamee – Simpang Dodik | <p>1. Join Kopi, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang Punge</p> <p>2. O'Ziel Kupi, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang Punge</p> <p>3. Warkop Tanjung Pagar, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 3</p> <p>4. Joe Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Indomaret</p> <p>5. PW Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda No. 107 A</p> <p>6. Warkop Mie Made, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Pegadaian</p> <p>7. Borneo Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang Jalan Bahagia</p> <p>8. Depece Kupi, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Yamaha Showroom Punge</p> |

| | | |
|--|--|--|
| | | <ol style="list-style-type: none"> 9. Warkop Ricki, Jl. Sultan Iskandar Muda depan La Home Punge Jurong 10. Warkop Aceh Tamiang, Jl. Sultan Iskandar Muda Blang Oi 11. Warkop Jal, Jl. Sultan Iskandar Muda depan Mesjid Syeh Abdul Rauf 12. Tim Tim Koffie, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Mesjid Syeh Abdul Rauf 13. O'Ziel Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda Ex. Ulee Lheue Coffee 14. Kabuji, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Indomaret 15. A2 Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Showroom KTM 16. Meuraxa Coffee, Jl. Sultan Iskandar Muda samping Galon Ulee Lheue 17. Coffee Bay, Jl. Sultan Iskandar Muda depan Dinas Kebudayaan 18. Warkop Lamkuta, Jl. Sultan Iskandar Muda 19. Ulee Lheue Bay Coffee & Resto, Jl. Sultan Iskandar Muda simpang bundaran menuju pelabuhan Ulee Lheue 20. Piyoh Hay, 50 meter setelah Mesjid Baiturrahim 21. Pondok Cemara, sebelum Waterboom Ulee Lheue 22. Assoey Kupi, 50 meter sebelum simpang 4 Lam Jamee 23. Classic Kupi, Depan Aspol Lam Jamee 24. Alfans, Jl. Abdurrahman No. 43 25. The City Coffee, Jl. Abdurrahman No. 6-7 |
|--|--|--|

| | | |
|-----|--------------------------------|---|
| | | 26. Zakir Warkop, Jl. Teuku Umar, Jaya Baru |
| 12. | Simpang Tugu Pena – Krueng Cut | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kantin AMIKI, Jl. T. Nyak Arief depan kampus AMIKI 2. Rawa Sakti Coffee, Jl. T. Nyak Arief depan Pemadam Sektor Timur 3. Rumoh Aceh Gayo Kupa, Jl. T. Nyak Arief masuk perumnas Jeulingke |
| 13. | Simpang Tugu Pena – Darussalam | <ol style="list-style-type: none"> 1. Vazry Kopi, Jl. T. Nyak Arief No. 01 2. Alank Kupa, Jl. T. Nyak Arief No. 99 3. GR Kupa 4. Café Mama 5. Q & L Coffee 6. Transit Café 7. Rise Up Café, Jl. Inong Balee No. 03 8. Zakir Warkop, Jl. T. Nyak Arief 9. Erzed Coffee, Jl. T. Nyak Arief |
| 14. | Simpang BPKP – Beurawe | <ol style="list-style-type: none"> 1. Lambhuk Kupa 2. BBC Coffee 3. Solong Premium |
| 15. | Simpang BPKP – Lampineung | <ol style="list-style-type: none"> 1. Cut Min Kopi 2. Arol Kupa 3. 3 In 1 Coffee Shop 4. Cut Nun Warkop, Jl. T. Nyak Makam 5. The Stone Coffee 6. Solong Mini Café 7. Hip Burger 8. Kantin Smea 9. Meutuah Coffee 10. Café MJ 11. Romen Café, Jl. T. Nyak Makam 12. Nacha Café, Jl. T. Nyak Makam No. 100 13. CFP Coffee Break |

| | | |
|-----|-------------------------------|--|
| | | 14. Arini Café |
| 16. | Simpang BPKP – Ulee Kareng | <ol style="list-style-type: none"> 1. Sewu, Jl. T. Iskandar simpang Lamteh 2. Café Sago Lamteh 3. C'Man Kupi 4. Te_eM Kupi 5. Canai Ayah 6. Usman Café 7. Solong Coffee 8. Cut Nun Kupi 9. Warkop Ayah Zakir, Jl. T. Iskandar 10. Keude Rencong, Jl. T. Iskandar No. 372 |

Sumber: Dinas Perindustrian Kota Banda Aceh (2021).

4.1.2. Sejarah Singkat Warkop Zakir

Salah satu warung kopi yang legendaris dan banyak dikunjungi oleh masyarakat Aceh adalah Warung Kopi Zakir. Warung Kopi Zakir merupakan salah satu warung kopi yang berada di Kota Banda Aceh sejak tahun 1972, hanya saja dahulu namanya Warung Kopi Ayah Zakir, yang sekarang lokasinya di Jl. T. Iskandar, Simpang 7, Kec. Ulee Kareng, Kota Banda Aceh.

Ibal Zakir, Pemilik sekaligus Manajer Warung Kopi Zakir menambahkan bahwa dahulu orang tuanya mencoba-coba untuk membuka usaha warung kopi, karena pada saat itu orang tuanya mempunyai aset toko di daerah Ulee Kareng, daripada tokonya terbengkalai maka beliau mendirikan usaha warung kopi yang diberi nama Warung Kopi Ayah Zakir. Ternyata usaha jasa warung kopi tersebut terus berkembang sampai sekarang dan sudah memiliki 5

cabang di Kota Banda Aceh. Warung Kopi Zakir telah mendapat kepercayaan dari masyarakat karena memiliki cita rasa kopi yang sangat kuat. Di samping itu, pengunjung yang datang pada Warung Kopi Zakir juga menjadi magnet bagi pengunjung lainnya untuk datang pada warung kopi ini. Oleh karena itu, Warung Kopi Zakir terus ramai dikunjungi oleh masyarakat Aceh dari pagi hari hingga malam hari.

Seiring dengan perkembangan waktu, Warung Kopi Zakir terus berkembang hingga mengubah tampilannya menjadi lebih modern dan hingga saat ini telah memiliki 5 cabang di Kota Banda Aceh, yaitu:

1. Zakir Warkop Keutapang, terletak di Jl. Mata Ie Keutapang.
2. Zakir Warkop Lampriet, terletak di Jl. T. Daud Beureueh, Beurawe, Kuta Alam.
3. Zakir Warkop Kp. Ateuk, terletak di Ateuk Pahlawan, Baiturrahman.
4. Zakir Warkop Darussalam, terletak di Jl. T. Nyak Arief, Syiah Kuala.
5. Zakir Warkop Seutui, terletak di Jl. Teuku Umar, Jaya Baru.

Ibal Zakir juga menambahkan cabang kedua yang terletak di Lampriet yang didirikan pada tahun 2010 merupakan tempat paling favorit diantara cabang-cabang Warkop Zakir yang lain untuk saat

ini, karena lokasinya yang strategis menghadap jalan sehingga menarik pelanggan untuk singgah menikmati hangatnya secangkir kopi.

Walaupun Warung Kopi Zakir sudah memiliki nama di Banda Aceh, tentunya warung kopi ini mempunyai strategi yang tepat agar pelanggan tetap ramai. Ibal Zakir juga menjelaskan strategi yang diterapkannya selama mengelola Warung Kopi Zakir Lampriet yaitu:

“Ada beberapa strategi yang saya terapkan, yaitu strategi pertama, lokasi yang strategis sehingga memudahkan pelanggan untuk datang ke warung kopi ini. Strategi kedua, kami sangat memperhatikan kualitas rasa, terutama kualitas kopinya, rasa kopi yang pas dan enak karena kami meraciknya sendiri, sedangkan untuk makanan juga banyak pilihan dan tentunya kami memilih kualitas rasa yang sangat baik. Strategi ketiga, penetapan harga yang kami tetapkan stabil dan murah, karena ada salah satu warung kopi juga yang ternama di Kota Banda Aceh menetapkan harga untuk secangkir kopi seharga Rp7.000 sedangkan disini mulai Rp5.000 sudah bisa mendapatkan secangkir kopi, tetapi penetapan harga yang lebih mahal pada warung kopi tersebut karena target mereka merupakan pendatang luar yang ingin menikmati kopi khas Aceh”

Dengan strategi tersebut, Pemilik sekaligus Manajer Warung Kopi Zakir juga menjelaskan pendapatan yang didapatkannya selama mengelola warung kopi tersebut, beliau mengatakan:

“Penghasilan kotor yang saya dapatkan dalam sehari, tergantung dengan keadaan warung kopi, jika kebanyakan pelanggan yang mengendap (dari pagi sampai sore nongkrong di warung kopi) penghasilan kotor nya sekitar 8 sampai 10 juta, tetapi jika pelanggan yang datang ramai penghasilan bisa mencapai 15 juta dalam sehari. Sedangkan penghasilan bersih yang saya dapatkan sehari standarnya 3 juta, tetapi kalau lagi ramai pelanggan bisa mencapai 5 sampai 6 juta. Pendapatan ini belum termasuk dengan sewa lapak gerai jajanan yang ada di Warkop Zakir, bentuk sewa gerai jajanan disini beraneka ragam, mulai dari mie Aceh, dimsum, pempek, kebab, roti jhon, bubur ayam, siomay, batagor, bulukat kuah tuhee, dan martabak. Untuk sistem pembayaran sewanya perhari, khusus untuk gerai mie Aceh Rp50.000 per hari, sedangkan untuk gerai jajanan lain nya kami tidak memberikan patokan harga dan tidak mengambil keuntungan banyak, tetapi pembayaran secara sosial, artinya jika ada keuntungan lebih yang didapatkan, maka mereka membayar sewa sesuai dengan kesepakatan bersama”

Kini perintis usaha Warung Kopi Zakir telah meninggal dunia, dan usaha warung kopi tersebut dilanjutkan oleh anak-anaknya, untuk mengelola dan mengembangkan enam Warung Kopi Zakir di Kota Banda Aceh.

4.2.Deskripsi Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah pemilik Warung Kopi Zakir Lampriet Kota Banda Aceh, karyawan nya serta konsumen pemuda Muslim yang berusia 17 sampai dengan 24 tahun yang berkunjung ke warung kopi tersebut. Berikut profil dari informan penelitian:

Tabel 4.2
Daftar Informan Penelitian di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh

a. Pemilik (*Owner*) Warung Kopi Zakir Lampriet

| No. | Nama Informan | Usia Informan | Tanggal Wawancara |
|-----|---------------|---------------|-------------------|
| 1. | Ibal Zakir | 32 tahun | 03 Januari 2022 |

b. Karyawan di Warung Kopi Zakir Lampriet

| No. | Nama Informan | Usia Informan | Tanggal Wawancara |
|-----|----------------|---------------|-------------------|
| 1. | Saifan | 21 tahun | 03 Januari 2022 |
| 2. | Agus Kurniawan | 24 tahun | 03 Januari 2022 |

c. Konsumen Pemuda di Warung Kopi Zakir Lampriet

| No. | Nama Informan | Usia Informan | Pekerjaan | Tanggal Wawancara |
|-----|--------------------------|---------------|----------------------------------|-------------------|
| 1. | Muhammad Naufal | 20 tahun | Mahasiswa dan bisnis jualan | 04 Januari 2022 |
| 2. | Afdhal Mohammad Alfarisy | 17 tahun | Mahasiswa | 04 Januari 2022 |
| 3. | Wahyudi | 22 tahun | Mahasiswa dan bisnis jualan | 04 Januari 2022 |
| 4. | Muhammad Safril Fuadi | 21 tahun | Mahasiswa | 05 Januari 2022 |
| 5. | Tyson | 24 tahun | Terapis anak berkebutuhan khusus | 05 Januari 2022 |
| 6. | Fachrul Reza | 21 tahun | Mahasiswa dan barista | 05 Januari 2022 |
| 7. | Sulthan Maulidan | 23 tahun | Guru bimbel | 06 Januari 2022 |
| 8. | Muhammad Reza Rifki | 24 tahun | Konselor | 06 Januari 2022 |
| 9. | Arief Fadhillah | 20 tahun | Mahasiswa dan bisnis jualan | 06 Januari 2022 |
| 10. | Teuku Ilham Fahrezi | 17 tahun | Pelajar | 07 Januari 2022 |
| 11. | Qaidan Nafi Darnus Yusuf | 22 tahun | Mahasiswa dan <i>freelance</i> | 07 Januari 2022 |

| | | | | |
|-----|---------------------|----------|--------------------------|-----------------|
| 12. | Munasir Afdhal | 19 tahun | Mahasiswa dan fotografer | 07 Januari 2022 |
| 13. | Azatil Mazaya | 21 tahun | Mahasiswa | 08 Januari 2022 |
| 14. | Putri Nurbachirah | 24 tahun | Pegawai swasta | 08 Januari 2022 |
| 15. | Sri Putri Wulandari | 23 tahun | Guru bimbil | 08 Januari 2022 |

Sumber: Data diolah (2022).

Dalam proses pengambilan data dilakukan selama 6 hari yaitu tanggal 03 Januari 2022 sampai 08 Januari 2022 melalui wawancara dan observasi. Berdasarkan Tabel 4.2 informan penelitian di Warkop Zakir Lampriet meliputi 18 informan penelitian diantaranya meliputi 1 Pemilik (*Owner*) Warkop Zakir Lampriet, 2 karyawan di Warkop Zakir Lampriet, dan 15 konsumen pemuda Muslim yang memenuhi kriteria dalam memberikan informasi tentang perilaku konsumtif di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh.

Adapun data jenis kelamin konsumen pemuda Muslim dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.3
Informan berdasarkan Jenis Kelamin

| Keterangan | Jumlah | Persentase |
|--------------|-----------|-------------|
| Laki-Laki | 12 | 80% |
| Perempuan | 3 | 20% |
| Total | 15 | 100% |

Sumber: Data diolah (2022).

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa, jumlah responden laki-laki lebih dominan yaitu sebesar 80% daripada perempuan yakni sebesar 20%. Berdasarkan hasil penelitian, Warung Kopi Zakir Lampriet lebih didominasi oleh pemuda laki-laki sebagai konsumen. Dikarenakan warung kopi dan minum kopi memang sudah identik dengan laki-laki, sedangkan bagi perempuan lebih identik dengan minuman seperti teh, atau minuman lainnya yang rasanya cenderung lebih manis, atau bahkan minuman yang memiliki warna cerah. Selanjutnya honestdocs, sebuah platform informasi kesehatan Indonesia, melakukan survei untuk menangkap pola kebiasaan minum kopi masyarakat Indonesia. Dari survei tersebut, maka diperoleh data yang menunjukkan bahwa dalam sehari laki-laki memang lebih sering mengonsumsi kopi dibandingkan dengan perempuan. Hal ini bisa dilihat dari berbagai warung kopi yang ada, bahwa warung kopi lebih didominasi oleh laki-laki.

4.3. Pembahasan Penelitian

4.3.1. Gambaran Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet

Berdasarkan hasil observasi peneliti, Warung Kopi Zakir Lampriet merupakan tempat yang banyak dikunjungi oleh konsumen pemuda Muslim khususnya pemuda laki-laki pada sore hari dan malam hari, sedangkan konsumen pemuda Muslim perempuan

jarang ditemukan keberadaannya di warung kopi tersebut pada malam hari, umumnya mereka mengunjungi warung kopi tersebut pada siang atau sore hari dan jumlahnya sangat minim bila dibandingkan dengan konsumen pemuda laki-laki. Selain berkunjung untuk nongkrong, ditemukan juga pemuda Muslim yang mengunjungi Warung Kopi Zakir untuk bermain *games*, mengerjakan tugas kuliah, melakukan aktivitas seperti transaksi bisnis dengan klien, maupun sekedar berkumpul dan bersantai sembari menikmati secangkir kopi yang nikmat. Peneliti juga menemukan beberapa pemuda Muslim yang menjadi pelanggan setia di warung kopi tersebut, dengan alibi, Warung Kopi Zakir memberikan fasilitas *wi fi* yang cepat dan pelayanan yang sangat baik, menyebabkan pemuda tersebut memperoleh kenyamanan dan kesenangan, sehingga betah berlama-lama dan rela menghabiskan uang dan waktunya di warung kopi tersebut. Pola hidup pemuda dalam berkonsumsi pun pada akhirnya mengalami pergeseran ke pola hidup konsumtif, karena terlalu sering mengunjungi warung kopi. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Warung Kopi Zakir Lampriet Banda Aceh terdapat beberapa hal yang berkaitan dengan perilaku konsumtif pemuda Muslim. Berikut paparan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi:

1. Pembelian secara impulsif (*impulsive buying*)

Impulsive buying dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak direncanakan. Pembelian yang tidak direncanakan dapat terjadi hanya karena konsumen membeli suatu produk tetapi belum

dimasukkan dalam *list* belanja. Pembelian yang tidak direncanakan tidak selalu disertai dengan keinginan mendesak atau perasaan positif tapi biasanya dipengaruhi oleh berbagai promosi yang diberikan oleh produsen. Seperti awalnya konsumen pemuda Muslim mengunjungi warung kopi hanya untuk menikmati secangkir kopi, tetapi dengan diberikan *list* menu oleh karyawan yang menjual makanan di gerai sekitaran Warung Kopi Zakir membuat konsumen pemuda memiliki keinginan yang besar untuk melakukan *impulsive buying*, yaitu keinginan untuk membeli makanan dengan spontan di warung kopi tersebut. Pembelian impulsif terjadi saat berada di warung kopi karena mendapat rangsangan dari suasana dan keinginan sesaat. Pembelian secara impulsif menyebabkan konsumen cenderung mengabaikan faktor-faktor apa saja yang terjadi di kemudian hari, dan biasanya bersifat emosional.

2. Pembelian secara tidak rasional

Pembelian yang bersifat rasional adalah pembelian suatu barang atau jasa yang mengedepankan aspek-aspek konsumen secara umum, yaitu tingkat kebutuhan mendesak, kebutuhan utama/primer, serta daya guna produk itu sendiri terhadap konsumen pembelinya. Sedangkan pembelian secara tidak rasional merupakan pembelian suatu produk tanpa mengedepankan aspek kebutuhan atau kepentingan.

Berdasarkan penelitian pemuda Muslim laki-laki hampir setiap hari menghabiskan waktunya untuk nongkrong di Warung Kopi Zakir bersama teman-temannya. Seperti yang diungkapkan oleh informan saat penulis menanyakan dalam seminggu berapa kali mereka ke warung kopi, salah satu konsumen pemuda laki-laki di Warkop Zakir Lampriet menyatakan (Wahyudi, 04 Januari 2022),

“Saya ke warung kopi hampir setiap hari, 6 sampai 7 hari dalam seminggu”

Sama halnya dengan konsumen pemuda lainnya, ia mengatakan bahwa (Muhammad Safiril Fuadi, 05 Januari 2022),

“Dalam seminggu saya 5 hari berkunjung ke warung kopi, bahkan lebih”

Hal yang serupa juga diungkapkan oleh konsumen pemuda lainnya (Muhammad Reza Rifki, 06 Januari 2022),

“Saya setiap hari ke warung kopi, jadi dalam seminggu saya 7 hari ke warung kopi”

Sedangkan menurut salah satu konsumen pemuda perempuan (Sri Putri Wulandari, 08 Januari 2022),

“Dalam seminggu saya ke warung kopi hanya sekali dan bahkan terkadang dalam sebulan saya sama sekali tidak ke warung kopi”

Hasil wawancara dengan konsumen pemuda laki-laki di Warung Kopi Zakir Lampriet dapat dikatakan bahwa mereka melakukan pembelian secara tidak rasional, dikarenakan saat pemuda Muslim berkunjung ke warung kopi tentunya memesan minuman yang diinginkan, walaupun terkadang minuman yang dipesan tidak dihabiskan karena alasan pemesanan pun hanya sebagai legitimasi untuk dapat duduk/ nongkrong di warung kopi saja. Dan ditambah lagi jika diantara mereka yang menambah orderan makanan. Dalam hal ini, penggunaan uang yang digunakan untuk nongkrong di warung kopi hampir setiap hari disebabkan oleh keinginan, yang sejatinya uang tersebut bisa digunakan untuk kebutuhan penting lainnya. Sedangkan perilaku konsumen pemuda perempuan di Warung Kopi Zakir Lampriet masih dikatakan rasional karena masih dipandang wajar apabila tidak memunculkan perilaku yang lebih dominan untuk nongkrong di warung kopi.

3. Pemborosan

Memperhatikan faktanya di lapangan, sebagian besar pemuda Muslim laki-laki hampir setiap hari menghabiskan waktunya untuk nongkrong di Warung Kopi Zakir bersama teman-temannya, terutama pada malam hari di akhir pekan, karena di situasi tersebut pemuda Muslim melepaskan penatnya karena pekerjaan maupun karena tugas kuliah yang banyak. Biasanya mereka nongkrong sambil makan-makan maupun minum bersama teman mereka, apalagi kalau lokasi yang strategis, tempat nya yang

nyaman, pelayanan yang baik, ditambah lagi akses *wi fi* yang cepat semakin menambah kenyamanan para anak muda lainnya untuk nongkrong, sehingga tempat tersebut menjadi tempat langganan tongkrongan mereka. Berdasarkan data yang peneliti temukan adapun makanan dan minuman yang disediakan di Warung Kopi Zakir Lampriet sebagai berikut:

Tabel 4.4
Daftar Menu Minuman dan Makanan di Warkop Zakir Lampriet

a. Daftar Menu Minuman di Warung Kopi Zakir Lampriet

| No. | Daftar Menu Minuman | Harga | |
|-----|---------------------|----------|----------|
| | | Hot | Cold |
| 1. | Kopi | Rp5.000 | Rp8.000 |
| 2. | Sanger | Rp8.000 | Rp10.000 |
| 3. | Kopi Susu | Rp8.000 | Rp10.000 |
| 4. | Teh Manis | Rp5.000 | Rp6.000 |
| 5. | Teh Tarik | Rp8.000 | Rp10.000 |
| 6. | Teh Hijau | Rp7.000 | Rp8.000 |
| 7. | Teh Hijau Tarik | Rp8.000 | Rp10.000 |
| 8. | Milo | Rp7.000 | Rp9.000 |
| 9. | Capuccino | Rp7.000 | Rp9.000 |
| 10. | Nutrisari | Rp5.000 | Rp6.000 |
| 11. | Nutrisari Susu | Rp7.000 | Rp8.000 |
| 12. | Kuku Bima | Rp5.000 | Rp6.000 |
| 13. | Kuku Bima Susu | Rp7.000 | Rp8.000 |
| 14. | Xtrajos | Rp5.000 | Rp6.000 |
| 15. | Xtrajos Susu | Rp7.000 | Rp8.000 |
| 16. | Capuccino Blend | Rp10.000 | Rp12.000 |
| 17. | Jus Alpukat | Rp14.000 | Rp15.000 |
| 18. | Jus Naga | Rp14.000 | Rp15.000 |
| 19. | Jus Mangga | Rp14.000 | Rp15.000 |
| 20. | Jus Jeruk | Rp12.000 | Rp13.000 |
| 21. | Jus Apel | Rp12.000 | Rp13.000 |
| 22. | Jus Wortel | Rp12.000 | Rp13.000 |

| | | | |
|-----|--------------------|----------|----------|
| 23. | Jus Sirsak | Rp12.000 | Rp13.000 |
| 24. | Jus Delima | Rp12.000 | Rp13.000 |
| 25. | Jus Terong Belanda | Rp12.000 | Rp13.000 |

b. Daftar Menu Makanan di Warung Kopi Zakir Lampriet

| No. | Daftar Menu Makanan | Harga |
|-----|---------------------------|---------------------|
| 1. | Mie Aceh | Rp12.000 – Rp45.000 |
| 2. | Mie Indomie | Rp10.000 – Rp45.000 |
| 3. | Dimsum | Rp18.000 – Rp19.000 |
| 4. | Pempek | Rp12.000 – Rp15.000 |
| 5. | Kebab | Rp12.000 – Rp25.000 |
| 6. | Burger | Rp10.000 – Rp17.000 |
| 7. | Roti Jhon Mini | Rp13.000 – Rp24.000 |
| 8. | Banana Roll Tiramisu | Rp13.000 |
| 9. | Chicken Nugget | Rp10.000 |
| 10. | Tempe Goreng Crispy | Rp10.000 |
| 11. | Kentang Goreng | Rp10.000 |
| 12. | Roti Bakar Coklat | Rp10.000 |
| 13. | Pisang Goreng Coklat Keju | Rp15.000 |
| 14. | Nutella Churros | Rp14.000 |
| 15. | Bubur ayam | Rp10.000 |
| 16. | Siomay | Rp15.000 |
| 17. | Batagor | Rp10.000 |
| 18. | Bulukat Kuah Tuhee | Rp7.000 – Rp15.000 |
| 19. | Martabak | Rp12.000 |
| 20. | Nasi goreng | Rp12.000 – Rp18.000 |

Sumber: Data diolah (2022).

Berdasarkan hasil pengamatan dan observasi, dengan banyaknya pilihan makanan dan minuman di Warung Kopi Zakir memudahkan pemuda Muslim dalam menentukan pilihannya, tetapi juga membuat mereka lebih banyak mengeluarkan uang. Seperti yang dipaparkan oleh salah satu konsumen pemuda Muslim terkait pengeluaran yang dihabiskan selama duduk di warung kopi (Muhammad Naufal, 04 Januari 2022),

“Selama duduk di warung kopi saya menghabiskan uang standarnya lebih kurang Rp30.000, dengan memesan minuman yang dingin-dingin, seperti milo dingin, kopi susu dingin, karena lebih menyegarkan. Sedangkan makanan biasa saya pesan mie Aceh dan kebab.”

Selanjutnya konsumen pemuda Muslim lainnya juga menyebutkan (Fachrul Reza, 05 Januari 2022),

“Biasanya saya menghabiskan uang ke warung kopi sekitar Rp 30.000, menu yang saya pesan tergantung selera, kalau untuk minuman nya saya biasa pesan kopi, karena minum kopi sudah menjadi kebiasaan saya supaya tidak mengantuk, makanan nya seperti mie Aceh dan bubur, tergantung selera saja sih”

Hal selanjutnya juga dinyatakan oleh konsumen pemuda lainnya (Muhammad Safril Fuadi, 05 Januari 2022),

“Kalau di warung kopi seringkali saya pesan minuman saja sekitar Rp10.000, tetapi kalau lagi lapar saya pesan makanan lagi, jadi lebih kurang selama di warung kopi saya menghabiskan Rp10.000 sampai Rp25.000”

Hasil wawancara dengan pemuda Muslim di Warung Kopi Zakir Lampriet dengan jumlah kunjungan ke warung kopi 5 sampai 6 kali dalam seminggu, dengan pengeluaran setiap kali nongkrong di warung kopi sebesar \pm Rp25.000 sampai dengan Rp30.000.

Berdasarkan data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan konsumsi pemuda Muslim tersebut bisa dibilang sifatnya rutin, tetapi sebenarnya tidak terlalu penting dan bisa ditiadakan. Sehingga konsumsi pemuda Muslim tersebut termasuk dalam perilaku boros. Sejalan dengan penjelasan diatas, bahwasanya pemuda Muslim tersebut juga menyadari sepenuhnya bahwa perbuatan mereka dikategorikan ke dalam perilaku yang boros berikut penjelasan dari salah satu konsumen pemuda Muslim (Fachrul Reza, 05 Januari 2022),

“Sering nongkrong di warung kopi membuang-buang waktu dan uang saya, tetapi saya juga tidak ada tujuan mau kemana karena di rumah juga bosan. Tetapi kalau sudah berlebihan nongkrong di warung kopi tidak baik juga karena menyebabkan kelalaian dan boros”

4.3.2. Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut pandangan ekonomi Islam, tujuan utama konsumsi seorang Muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengan nya manusia mendapatkan pahala. Tiga prinsip dasar konsumsi yang digariskan

dalam Islam, yaitu tidak boros, menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan, serta tidak bermewah-mewahan.

1. Tidak boros

Di dalam Islam kegiatan konsumsi ada batasan yakni seorang Muslim dilarang untuk berlaku boros atau menghambur-hamburkan harta secara berlebihan. Larangan sikap *israf* (berlebihan) dan boros, bukan berarti mengajak seorang Muslim untuk bersifat *bakhil* atau kikir. Akan tetapi mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah tengah-tengahnya.

Berdasarkan hasil penelitian dan observasi penulis menemukan konsumen pemuda Muslim di Warung Kopi Zakir Lampriet hampir setiap hari mengunjungi warung kopi, dalam seminggu 5 sampai 6 hari ke warung kopi, dengan jumlah kunjungan hampir setiap hari tersebut pemuda Muslim di Kota Banda Aceh dikategorikan berlebihan. Dengan melakukan berbagai aktivitas seperti bermain *games*, mengerjakan tugas, melakukan transaksi bisnis dengan klien maupun sekedar berkumpul dan bersantai dengan temannya. Pengeluaran setiap kali nongkrong di warung kopi sebesar ± Rp25.000 sampai dengan Rp30.000. Aktivitas nongkrong yang dilakukan pemuda Muslim sekarang ini adalah suatu tindakan membeli barang yang kurang diperlukan sehingga bersifat berlebihan. Dalam artian individu akan lebih mementingkan faktor keinginan (*wants*) daripada kebutuhan (*needs*) dan individu cenderung dikuasai oleh hasrat kesenangan semata.

Dalam penelitian ini pemuda Muslim tidak lagi mengenali kebutuhan pokok, namun justru tergoda untuk memuaskan keinginan yang semu. Pemuda Muslim semestinya melakukan perubahan ke arah yang lebih baik dalam menerapkan pola hidup, sebab pemuda Muslim telah menerima berbagai pengetahuan akan pola hidup konsumtif. Hendaknya berlaku sesuai dengan kebutuhan atau di tengah-tengah. Islam membolehkan seorang Muslim untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia selama dalam batas kewajaran yang tidak menjerumus kepada pemborosan dan tidak secara berlebihan. Allah berfirman dalam Q.S. Al-A'raf: 31

... كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “... *Makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan*”

Berdasarkan ayat diatas, maka seorang konsumen dituntut untuk lebih baik berkonsumsi secara seimbang, karena hal tersebut berdampak positif bagi kehidupan individu dan masyarakat, baik dalam etika maupun dalam aspek sosial dan ekonomi. Sikap kikir akan mendorong seseorang untuk mengurangi konsumsi yang selayaknya, sedangkan sikap boros juga dapat menyebabkan rusaknya tatanan kehidupan ekonomi. Oleh karena itu dalam perspektif ekonomi Islam, sudah dikemukakan secara tegas dalam Al-Qur'an pentingnya penghematan harta benda dalam bentuk pengambilan jalan tengah, yaitu tidak kurang dari yang selayaknya dan juga tidak berlebih-lebihan. Dengan demikian pengambilan

jalan tengah antara boros dan kikir adalah sifat yang terpuji, *akhlaqul mahmudah*.

Di dalam Al-Qur'an Allah telah memperingatkan akibat yang bakal diderita oleh orang yang berperilaku boros dan bakhil dalam Q.S. Al-Isra: 29

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا

Artinya: “*Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu (berperilaku kikir) dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya (boros), karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal*”

Berdasarkan ayat di atas, dapat dipahami bahwa untuk memelihara dan membelanjakan harta benda yang dianugerahkan Allah kepada kita, yang terbaik yaitu bersikap sederhana (tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir), sehingga memungkinkan manusia terhindar dari kehinaan dan penderitaan. Sikap sederhana tersebut merupakan salah satu wujud dari rasa syukur manusia dalam mengelola dan mendayagunakan harta benda yang dikaruniakan Allah kepadanya.

Menurut perspektif Ekonomi Islam, prefensi seorang Muslim dalam berkonsumsi atau membelanjakan harta benda yang dikaruniakan Allah kepadanya, yakni tidak hanya didorong oleh pertimbangan terhadap nilai-nilai materi (*matter values*), melainkan

juga yang lebih utama dimotivasi dan dibarengi oleh adanya nilai-nilai spiritual (*spiritual values*) yaitu mengharapkan ridho Allah, untuk mendapatkan pahala kelak di kehidupan akhirat.

2. Menyeimbangkan pengeluaran dan pemasukan

Sebagai seorang Muslim, sebaiknya segala macam aspek kehidupan yang dijalankan sesuai dengan ajaran dan syariat Islam, termasuk cara mengatur keuangan, dengan membatasi pengeluaran agar tidak berlebihan dan boros. Dengan memastikan segala pengeluaran sesuai dengan kebutuhan dan bukan sekedar keinginan semata.

Di dalam Islam pemenuhan kebutuhan hidup manusia ditentukan oleh konsep masalahah, yakni untuk mencapai kesuksesan hidup di dunia dan akhirat serta kesejahteraan umat manusia. Imam Syatibi membedakan masalahah menjadi 3 tingkatan kebutuhan yaitu: *dharuriyyah* (kebutuhan primer), *hajiyyah* (kebutuhan sekunder), dan *tahsiniyyah* (kebutuhan tertier).

Dharuriyyah, kebutuhan tingkat primer adalah kebutuhan yang paling utama dan paling penting. Kebutuhan ini harus terpenuhi agar manusia dapat hidup layak. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, hidup manusia akan terancam di dunia maupun akhirat. Kebutuhan ini meliputi menjaga agama (*hifdzu din*), menjaga jiwa (*hifdzu nafs*), menjaga akal (*hifdzu aql*), menjaga keturunan (*hifdzu nasb*), dan menjaga harta (*hifdzu mal*). Untuk menjaga kelima unsur tersebut

maka syariat Islam diturunkan. Contoh kebutuhan *dharuriyyah* pengeluaran untuk peribadatan.

Hajjiyah, kebutuhan tingkat sekunder atau kebutuhan setelah kebutuhan *dharuriyyah*. Apabila kebutuhan *hajjiyah* tidak terpenuhi tidak akan mengancam keselamatan kehidupan umat manusia, namun keberadaannya dibutuhkan untuk memberikan kemudahan serta menghilangkan kesulitan dalam kehidupan. Contoh kebutuhan *hajjiyah* seperti bolehnya melakukan transaksi dengan akad *mudharabah*, *musyarakah*, dan *ba'i as-salam*.

Tahsiniyyah, kebutuhan ini merupakan kebutuhan pelengkap, tanpa terpenuhinya kebutuhan tersebut kehidupan tidak akan rusak dan juga tidak akan menimbulkan kesulitan. Contoh kebutuhan *tahsiniyyah* adalah perhiasan. Dari tiga kebutuhan pokok tersebut, pemeliharaan *dharuriyyah* merupakan prioritas. Sementara *hajjiyah* boleh ditinggalkan apabila memeliharanya dapat merusak hukum *dharuriyyah* dan *hajjiyah*.

Berikut jumlah pemasukan (dari hasil penghasilan/ pemberian orang tua) konsumen pemuda Muslim yang berkunjung ke Warkop Zakir Lampriet:

Tabel 4.5
Jumlah Pemasukan Konsumen Pemuda Muslim
di Warkop Zakir Lampriet

| No. | Nama | Pemasukan |
|-----|--------------------------|-----------------|
| 1. | Muhammad Naufal | Rp800.000/bulan |
| 2. | Afdhal Mohammad Alfarisy | Rp900.000/bulan |
| 3. | Wahyudi | Rp800.000/bulan |
| 4. | Muhammad Safril Fuadi | Rp500.000/bulan |
| 5. | Tyson | Rp750.000/bulan |

| | | |
|-----|--------------------------|-------------------|
| 6. | Fachrul Reza | Rp1.000.000/bulan |
| 7. | Sulthan Maulidan | Rp1.200.000/bulan |
| 8. | Muhammad Reza Rifki | Rp1.000.000/bulan |
| 9. | Arief Fadhillah | Rp800.000/bulan |
| 10. | Teuku Ilham Fahrezi | Rp400.000/bulan |
| 11. | Qaidan Nafi Darnus Yusuf | Rp500.000/bulan |
| 12. | Munasir Afdhal | Rp1.000.000/bulan |
| 13. | Azatil Mazaya | Rp1.300.000/bulan |
| 14. | Putri Nurbachirah | Rp1.200.000/bulan |
| 15. | Sri Putri Wulandari | Rp800.000/bulan |

Sumber: Data diolah (2022).

Berdasarkan tabel 4.5 fakta yang terjadi di lapangan sesuai dengan data yang diperoleh dari informan konsumen pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet rata-rata penghasilan/ pemberian sebesar Rp < 1.000.000 s.d. Rp > 1.000.000 yang lebih mendominasi, sedangkan jumlah kunjungan dalam seminggu 5 sampai 6 hari, serta pengeluaran setiap kali kunjungan sebesar ± Rp25.000 sampai dengan Rp30.000.

Berdasarkan data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan konsumsi pemuda Muslim tersebut bisa dibidang sifatnya rutin, tetapi sebenarnya tidak terlalu penting dan bisa ditiadakan dan jika dilihat dari tiga konsep masalah menghabiskan waktu dan uang di warung kopi hanya sebagai penyempurna (kebutuhan *tahsiniyyah*).

3. Tidak bermewah-mewahan

Pada dasarnya Islam memang tidak memperbolehkan hidup bermewah-mewahan bagi setiap Muslim. Tidak bermewah-

mewahan disini ialah menerapkan asas sederhana: asas sederhana pada konsumsi maksudnya yaitu individu harus makan dan minum secara wajar. Sebagaimana dalam Q.S. Al-A'raf ayat 31 Allah berfirman:

... كُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “... Makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”

Pada ayat diatas dijelaskan bahwasanya kesederhanaan bukan hanya pada perbelanjaan namun juga berlaku pada makan-makanan maupun minum minuman yang berlebihan. Meskipun makanan dan minuman yang dibelanjakan adalah halal namun dilarang untuk berlaku boros. Islam membolehkan seorang Muslim untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia dalam batas kewajaran yang tidak menjurus kepada pemborosan dan kemewahan.

Pada dasarnya anak muda di Warkop Zakir Lampriet sangat menyukai aktivitas nongkrong di warung kopi. Sebagian dari mereka berpendapat bahwa dengan mengunjungi warung kopi dapat menghilangkan penat dan lelahnya setelah beraktivitas seharian. Karena warung kopi mempunyai suasana yang nyaman sehingga membuat pikiran terasa lebih tenang dan santai. Islam tidak melarang seseorang untuk menghibur dirinya, karena hiburan merupakan keperluan setiap individu, yang terdiri dari dua komponen: jasad dan jiwa. Jasad memerlukan makan dan minum, sedangkan jiwa memerlukan istirahat, ketenangan serta hiburan.

Hiburan yang dilarang dalam Islam ialah hiburan yang berlebihan sehingga kewajiban ibadah ditinggalkan akibat dorongan hawa nafsu, dan lupa dengan kondisi masyarakat disekitarnya.

4.3.3. Faktor yang Mendorong Pemuda Berperilaku Konsumtif di Warkop Zakir Lampriet

Hidupnya warung kopi di Kota Banda Aceh dikarenakan tingginya partisipasi dari masyarakat untuk mengunjungi dan melakukan aktivitas di warung kopi. Hal ini dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti keunikan citra rasa kopi itu sendiri, sajian kuliner khas Aceh yang disediakan, kenyamanan tempat pada warung kopi, fasilitas tambahan seperti layanan ruang *meeting* dan *wifi*, teman atau pengunjung yang datang pada warung kopi tersebut dan lain sebagainya. Berdasarkan hasil wawancara di Warkop Zakir Lampriet dengan 15 informan terkait faktor apa yang mendorong mereka sering mengunjungi warung kopi, salah satu konsumen pemuda Muslim mengatakan (Afdhal Mohammad Alfarisy, 04 Januari 2022),

“Faktor yang mendorong saya sering mengunjungi warung kopi adalah faktor ikutan-ikutan teman, karena kalau ada teman yang ngajak ke warung kopi saya ikut saja”

Serupa dengan pernyataan konsumen pemuda Muslim lainnya (Sulthan Maulidan, 07 Januari 2022),

“Faktor yang menyebabkan saya sering ke warung kopi karena faktor ikut-ikutan teman, karena ramai teman-teman saya juga nongkrong nya disini”

Dari hasil uraian wawancara tersebut bahwa ada pula pemuda Muslim yang mengunjungi warung kopi karena ajakan teman. Teman berpengaruh besar terhadap perilaku pemuda Muslim. Ketika memiliki teman yang sering berkunjung ke warung kopi maka itu juga akan sangat mempengaruhi perilaku konsumtif pemuda. Dimana pemuda yang merupakan masa peralihan akan sangat mudah untuk mengikuti atau meniru sesuatu yang ada di sekitarnya.

Selain itu gaya hidup juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pemuda Muslim yang ada di Kota Banda Aceh. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu informan (Qaidan Nafi Darnus Yusuf, 07 Januari 2022),

“Menurut saya faktor yang menyebabkan saya sering ke warung kopi ialah faktor gaya hidup dan sudah menjadi habits”

Sama halnya dengan informan (Arief Fadillah, 06 Januari 2022),

“Saya sering ke warung kopi karena faktor gaya hidup, karena selesai saya melakukan aktivitas seharian biasanya

saya memilih warung kopi sebagai tempat untuk nyantai dan menghilangkan lelah”

Adapun maksud dari hasil observasi selanjutnya bahwa perilaku konsumtif pemuda Muslim juga dipengaruhi oleh gaya hidup. Dimana gaya hidup di era modern sangat berpengaruh besar dalam kehidupan pemuda. Pemuda tidak dapat berpikir secara rasional ketika menuruti gaya hidup yang mereka inginkan. Dimana pemuda hanya memikirkan kepuasan dan kesenangan semata untuk memenuhi gaya hidupnya. Gaya hidup pemuda tidak hanya terjadi dari kepribadian pemuda saja tetapi bisa dari faktor lingkungan sekitar.

Hasil observasi selanjutnya peneliti menemukan faktor yang mendorong pemuda Muslim sering ke warung kopi karena faktor merasa nyaman dan senang. Berikut penjelasan dari informan (Munasir Afdhal, 07 Januari 2022),

“Saya sering ke warung kopi karena faktor merasa nyaman dan senang”

Serupa dengan (Azatil Mazaya, 08 Januari 2022),

“Faktor yang mendorong saya pergi ke warung kopi adalah faktor kenyamanan, karena disini banyak pilihan makanan, kalau mau ke warung kopi lain bisa juga, tetapi warkop zakir lebih banyak pilihan makanan jadi memudahkan untuk memilih”

Adapun maksud dari hasil observasi di atas bahwa pemuda Muslim yang berkunjung ke warung kopi karena ada sesuatu yang menarik di tempat tersebut. Sehingga dijadikannya warung kopi sebagai tempat untuk menghilangkan rasa kejenuhan dan sebagainya.

Dari hasil uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor yang mendorong pemuda Muslim sering mengunjungi warung kopi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan boros, yaitu faktor ikut-ikutan teman, faktor gaya hidup, dan faktor merasa nyaman dan senang.

4.3.4. Dampak Keberadaan Warkop Zakir terhadap Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara di Warkop Zakir Lampriet, penulis menemukan beberapa dampak positif dan dampak negatif yang dirasakan oleh konsumen pemuda Muslim selama duduk/ nongkrong di warung kopi. Diantaranya sebagai berikut:

a. Dampak Positif

1. Mempererat tali silaturahmi

Budaya berkumpul sudah menjadi kebiasaan turun-temurun pada masyarakat Aceh. Hal ini dipengaruhi oleh nilai-nilai Islam yang begitu kuat pada kehidupan masyarakat Aceh yang mengharuskan masyarakat untuk menjaga dan menjalin silaturahmi

dalam kehidupan bermasyarakat. Seperti yang diungkapkan oleh konsumen pemuda (Arief Fadillah, 06 Januari 2022),

“Dampak positif yang saya rasakan selama duduk di warung kopi adalah terjalin nya hubungan dengan masyarakat lain, sehingga dapat menambah relasi baru”

Selanjutnya (Teuku Ilham Fahrezi, 07 Januari 2022) menambahkan,

“Menurut saya pribadi dampak positif yang saya rasakan saat duduk di warkop bisa berkumpul dengan teman sehingga silaturahmi bisa terus terjalin”

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian pemuda Muslim selama di warung kopi saling bersilaturahmi untuk mempererat keakraban dengan berbagi cerita atau pengalaman bersama temannya, bahkan diantara mereka juga ada yang bertemu dengan teman baru.

2. Sebagai wadah untuk berdiskusi

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen pemuda Muslim, ditemukan bahwa warung kopi merupakan sebagai wadah untuk melakukan diskusi.

Berikut penjelasannya (Muhammad Naufal, 04 Januari 2022),

“Menurut saya dampak positif selama saya duduk di warung kopi adalah banyak mendapatkan pengalaman dan informasi baru karena banyak sharing pengalaman juga dengan teman-teman.”

Warung kopi juga sebagai sarana untuk mencurahkan pemikirannya atau sekedar berbincang santai. Dengan meminum kopi sembari berdiskusi dapat menghasilkan berbagai ide dan gagasan baru.

3. Karena adanya fasilitas wi fi memudahkan untuk membuat tugas

Hasil wawancara dan observasi yang penulis dapatkan di Warkop Zakir Lampriet, konsumen pemuda Muslim mengatakan bahwa (Azatil Mazaya, 08 Januari 2022),

“Dampak positif yang saya rasakan selama di warung kopi adalah memudahkan untuk membuat tugas karena ada nya fasilitas wifi, dan juga alasan buat tugas di warung kopi karena letaknya strategis karena kalau buat tugas di rumah teman mungkin jaraknya agak jauh”

Konsumen pemuda Muslim lainnya juga menambahkan (Qaidan Nafi Darnus Yusuf, 07 Januari 2022),

“Dampak positif selama di warung kopi saya merasakan dengan keberadaan warung kopi ini sangat membantu saya saat mengerjakan tugas, karena fasilitas wifi yang disediakan sangat cepat”

Fasilitas wi fi yang disediakan di warung kopi dapat dimanfaatkan oleh pelajar/ mahasiswa untuk belajar dan mengerjakan tugas. Dengan nongkrong di warung kopi sembari membahas tugas maka warung kopi telah memfasilitasi tempat bagi mahasiswa untuk menuntut ilmu.

4. Sebagai tempat untuk menghilangkan suntuk karena warung kopi dianggap sebagai tempat mencari kesenangan dan kepuasan

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen pemuda Muslim, penulis menemukan bahwa pemuda Muslim lebih dominan untuk nongkrong di warung kopi karena untuk menghilangkan suntuk, stress, jenuh, maupun bosan, sehingga mereka melampiaskannya dengan mengunjungi warung kopi. Berikut hasil

wawancara dengan salah satu konsumen pemuda Muslim (Muhammad Safril Fuadi, 05 Januari 2022),

“Dengan adanya warung kopi ini dampak positif yang saya rasakan adalah membuat saya nyaman dan senang karena suntuk juga kalau di kos 24 jam”

Selanjutnya ungkapan konsumen pemuda Muslim lainnya terkait dampak positif dengan keberadaan Warkop Zakir Lampriet (Putri Nurbachirah, 08 Januari 2022)

“Dampak positif selama duduk di warung ini bisa menghilangkan stress karena bisa berkumpul dengan teman-teman”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesenangan dan kepuasan yang diperoleh oleh konsumen pemuda Muslim akan berbeda-beda wujudnya, sesuai dengan anggapan mereka atas tercapainya tujuan dan keinginannya. Sama seperti tercapainya rasa kesenangan dan kepuasan ketika pemuda Muslim yang tengah jenuh atau memiliki masalah, dapat merasa lebih baik atau terhibur dengan kenyamanan yang ia peroleh ketika duduk di warung kopi.

5. Mendapatkan penghasilan

Di samping kegiatan nongkrong, ada juga pemuda Muslim yang bekerja maupun bertemu dengan klien selama duduk di warung kopi, sehingga aktivitas nongkrong pemuda tersebut dikategorikan produktif. Berikut penjelasannya (Muhammad Reza Rifki, 06 Januari 2022),

“Selama duduk di warung kopi ini dampak positif yang saya rasakan adalah mendapatkan informasi dan juga penghasilan, karena saya di warung kopi juga sambil kerja”

Dari segi ekonomi, perilaku konsumtif juga memberikan dampak positif terhadap pebisnis warung kopi karena perilaku konsumtif pemuda Muslim memberikan keuntungan yang besar bagi produsen pasar. Selain itu dengan keberadaan warung kopi juga dapat menumbuhkan lapangan kerja baru sebagai karyawan di warung kopi tersebut.

b. Dampak Negatif

1. Tidak bisa manajemen waktu dengan baik sehingga menyebabkan kelalaian

Nongkrong di warung kopi sudah menjadi kebiasaan sebagian anak muda, terutama pelajar dan

mahasiswa. Sebagai anak muda harus bisa mengatur waktu agar berjalan dengan seimbang dan tidak meninggalkan kewajibannya. Adapun pernyataan dari konsumen pemuda Muslim yang mengunjungi Warkop Zakir Lampriet (Muhammad Naufal, 04 Januari 2022),

“Dampak negatif yang saya rasakan selama nongkrong di warung kopi membuat saya lalai sampai telat pulang baik lalai karena maen games maupun karena nongkrong dengan teman”

Hal yang serupa disampaikan juga oleh (Muhammad Safril Fuadi, 05 Januari 2022),

“Karena seringnya saya ke warung kopi, waktu saya banyak terbuang karena menghabiskan waktu sepanjang hari di warung kopi, seharusnya banyak kegiatan lain yang bermanfaat untuk saya lakukan”

Berbeda dengan pernyataan yang disampaikan oleh konsumen pemuda Muslim lainnya (Afdhal Mohammad Alfarisy, 04 Januari 2022),

“Saya ke warung kopi kalau sudah selesai semua urusan maupun tugas”

Berdasarkan hasil wawancara diatas sebagian pemuda Muslim belum bisa memanajemen waktu dengan baik sehingga menyebabkan kelalaian, baik kelalaian karena main games maupun kelalaian yang

disebabkan karena nongkrong. Di samping itu, ada juga pemuda Muslim yang sudah memanajemen waktunya dengan baik, dengan menyelesaikan semua kewajibannya. Sebagai pemuda harus bisa memanfaatkan aktivitas nongkrong dengan bijak dan juga bertanggung jawab atas apa yang dilakukan.

2. Membuang-buang uang (boros)

Boros adalah dampak terbesar dalam perilaku konsumtif itu sendiri sehingga mengakibatkan pemuda Muslim menjadi tidak terkendalikan untuk berpikir. Dalam perspektif ekonomi Islam, untuk membelanjakan dan memelihara harta yang dianugerahkan Allah kepada kita, yang terbaik adalah mengambil jalan tengah, yaitu bersikap sederhana, pengambilan jalan tengah antara boros dan kikir adalah sifat yang terpuji. Faktanya di lapangan, pemuda Muslim tersebut juga menyadari sepenuhnya bahwa perbuatan mereka membuang-buang uang (boros) seperti yang disampaikan oleh salah satu informan di Warkop Zakir Lampriet (Wahyudi, 04 Januari 2022),

“Selama nongkrong di warung kopi dampak negatif yang saya rasakan adalah kadang terlalu lalai sampai membuang-buang waktu dan juga membuang-buang uang”

Konsumen pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet juga menambahkan hal yang serupa (Putri Wulandari, 08 Januari 2022),

“Dampak negatif yang saya rasakan jika terlalu sering ke warkop adalah membuang uang dan waktu yang cukup banyak”

3. Terjadi kecanduan

Sering menghabiskan waktu di warung kopi ternyata dapat menyebabkan kecanduan, baik kecanduan dari kopi maupun suasana warung kopi. Efek yang bisa ditimbulkan dari kecanduan kopi adalah ketika belum atau tidak mengonsumsi kopi, mungkin akan merasa sakit kepala, kelelahan, gelisah, cepat marah, suasana hati buruk, dan sulit berkonsentrasi. Dampak ini biasanya terjadi pada para penggemar berat kopi, yang biasa mengonsumsi kopi sebanyak dua cangkir lebih per harinya. Sejalan dengan penjelasan diatas, konsumen pemuda Muslim mengatakan bahwa (Tyson, 05 Januari 2022),

“Menurut saya terlalu sering ke warung kopi dapat terjadinya kecanduan, baik dari kopi maupun suasananya”

4. Banyak asap rokok yang tentunya tidak baik untuk kesehatan

Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan, penulis mengamati bahwa sebagian pemuda Muslim yang berkunjung ke Warkop Zakir Lampriet merokok. Aktivitas di warung kopi memang erat dengan kebiasaan merokok. Bagi pengunjung yang merokok, rokok dianggap cocok sebagai teman bersantai sambil ngobrol di warung kopi. Dimana perokok dan non perokok bisa jadi berkumpul dalam satu ruangan dan non perokok dituntut menjadi lebih toleran, meski sebagian dari mereka mengetahui dampak buruk rokok bagi kesehatan.

5. Sikap *toxic* dari pemuda yang bermain games

Hasil pengamatan di Warkop Zakir Lampriet peneliti menemukan pemuda Muslim melakukan aktivitas bermain *games*. Dan aktivitas tersebut yang paling dominan. Tanpa disadari saat bermain *games* mungkin membuat ia lupa diri hingga terbawa suasana dalam games, terkadang sangat emosional sampai mengeluarkan kata-kata yang tidak pantas untuk diucapkan.

Maksud dari pembahasan diatas bahwa perilaku konsumtif memberikan dampak positif maupun negatif. Dimana ketika

perilaku konsumtif dapat memberikan keuntungan yang besar bagi produsen pebisnis warung kopi tetapi menimbulkan sifat konsumtif dan boros pada pemuda Muslim.

Penanganan dampak negatif dari perilaku konsumtif pemuda Muslim di warung kopi Kota Banda Aceh memerlukan kerja sama antara pemerintah dan juga masyarakat. Menurut peneliti, adapun solusi yang bisa dilakukan untuk mengatasi maupun mengurangi perilaku konsumtif pemuda Muslim di warung kopi adalah:

1. Kebijakan Pemerintah

Pemerintah melakukan imbauan kepada pemilik warung kopi untuk membatasi jam operasional hingga jam 23:00 WIB. Hal ini diterapkan agar pemuda tidak pulang larut malam, yang menyebabkan mereka nantinya terlambat masuk kuliah maupun kerja karena waktu dan tenaganya telah habis di warung kopi. Penerapan pembatasan jam operasional ini harus ada yang bertanggung jawab untuk melakukan pengawasan, seperti berani menegur jika tidak ada yang mematuhi. Pihak pemerintah juga berupaya membantu melakukan sosialisasi kepada pemuda dengan memberikan pengetahuan mengenai perilaku konsumtif.

2. Kebijakan Pemilik Warung Kopi

Mematuhi imbauan dari pemerintah untuk membatasi jam operasional dan juga menghentikan seluruh kegiatan saat adzan berkumandang dan segera mengajak konsumen untuk melaksanakan shalat berjamaah di masjid atau mushalla.

3. Kesadaran Pemuda Muslim

Dalam hal ini juga diperlukan kesadaran dan kepedulian pemuda untuk mengurangi angka perilaku konsumtif di warung kopi Kota Banda Aceh. Pemuda Muslim harus memiliki kesadaran mengenai perilaku seorang Muslim yang sederhana dan menyesuaikan dengan kebutuhan konsumsi dalam Islam.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam pandangan ekonomi Islam bahwa perilaku konsumtif pemuda Muslim tidak sesuai dengan perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam yang merujuk pada tiga indikator konsumsi yang telah digariskan dalam Islam yaitu tidak boros, penyeimbangan antara pengeluaran dan pemasukan, dan tidak bermewah-mewahan. Fakta yang terjadi di lapangan sesuai dengan data yang diperoleh dari informan konsumen pemuda Muslim di Warkop Zakir Lampriet Kota Banda Aceh, rata-rata pemasukan (penghasilan/ pemberian orang tua) selama sebulan sebesar Rp < 1.000.000 s.d. Rp > 1.000.000 yang lebih mendominasi, sedangkan jumlah kunjungan ke warung kopi dalam seminggu 5 sampai 6 hari, serta pengeluaran setiap kali kunjungan sebesar ± Rp25.000 sampai dengan Rp30.000. Berdasarkan data tersebut penulis dapat menyimpulkan bahwa kegiatan konsumsi pemuda Muslim tersebut bisa dibilang sifatnya rutin, tetapi sebenarnya tidak terlalu penting dan bisa ditiadakan. Sehingga konsumsi pemuda Muslim tersebut termasuk dalam perilaku boros dan jika dilihat dari tiga konsep

masalah menghabiskan waktu dan uang di warung kopi hanya sebagai penyempurna (kebutuhan *tahsiniyyah*).

2. Faktor yang mendorong pemuda Muslim sering mengunjungi warung kopi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif dan boros, yaitu faktor ikut-ikutan teman, faktor gaya hidup, serta faktor kenyamanan dan kesenangan.
3. Keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap perilaku konsumtif pemuda Muslim memberikan dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya adalah dapat mempererat tali silaturahmi, sebagai wadah untuk pemuda berdiskusi, dengan adanya fasilitas *wi fi* di warung kopi memudahkan pemuda untuk membuat tugas, sebagai tempat untuk menghilangkan suntuk karena warung kopi dianggap sebagai tempat mencari kesenangan dan kepuasan, dan mendapatkan penghasilan. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan pemuda adalah tidak bisa manajemen waktu dengan baik sehingga menyebabkan kelalaian, membuang-buang uang (boros), terjadi kecanduan, banyak asap rokok yang tidak baik untuk kesehatan, serta sikap *toxic* dari pemuda yang bermain *games*.

5.2.Saran

Berdasarkan kesimpulan yang sudah diuraikan diatas, maka dapat dirangkum beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pemuda Muslim

Diharapkan pemuda Muslim Banda Aceh mampu menggambarkan perilaku seorang Muslim yang sederhana dan menyesuaikan dengan aturan kebutuhan konsumsi dalam Islam. Bukan hanya mengikuti hawa nafsu dan keinginan semata yang hanya ingin mencari kepuasan sementara, yang pada akhirnya timbul perilaku konsumtif yang cenderung boros dan berlebihan. Pemuda Muslim dapat mengontrol keinginan dengan cara berhemat, menabung atau dengan cara membuat daftar kebutuhan agar keuangan yang dimiliki dapat terkontrol dengan baik untuk masa depan.

2. Bagi Pemilik Warkop Zakir Lampriet Banda Aceh

Diharapkan pemilik warung kopi mampu mempertahankan usahanya dengan memenuhi berbagai tuntutan pelanggan serta memperbaiki manajemen kerja karyawannya untuk dapat berinteraksi dengan baik pada pelanggan. Serta dapat menginovasi tempat tongkrongan dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah sepenuhnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan melanjutkan penelitian tentang “Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi dalam Perspektif Ekonomi Islam” sehingga dapat menambah data mengenai perilaku konsumsi di tengah masyarakat yang beragam dan modern ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran Terjemahan. 2015. *Departemen Agama RI*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Abdullah, T. (1974). *Pemuda dan perubahan sosial*. Jakarta: LP3ES.
- Aditya, H. (2016). *Tindak pidana mempekerjakan anak oleh pengusaha warung kopi di Banda Aceh*. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- AlHaritsi & Jaribah (2006). *Al-Fiqh Al-Iqtishadi Li Amiril mukminin Umar Ibn Al-Khaththab, diterjemahkan oleh Asmuni Solihan Zamalchsyari: Fikih Ekonomi Umar bin Al-Kathab*. Jakarta: Khalifa.
- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Jawa Barat: CV. Jejak.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Aziz, A. (2013). *Etika bisnis perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta.
- Dharmmesta, B.S. & Handoko, H. (2011). *Manajemen pemasaran analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPEE.
- Fromm, E. (2008). *The sane society*. British: Library Cataloguing in Publication Data.
- Gay, L.R. & Diehl, P.L. (1992). *Research methods for business and management*. New York: MacMillan Publishing Company.
- Hidayah, R.W. (2015). *Perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa putri di Surakarta*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Hotpascaman. (2010). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Konformitas Pada Remaja. *Jurnal Psikologia*, 2(1).

- Irmasari, D. (2010). *Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif*. Diakses pada 17 Oktober 2021 dari <http://gunadarma.ac.id/>.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia.
- Karim, A. (2007). *Ekonomi mikro Islami, edisi ketiga*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Karmiadi. (2021). *Gubernur Aceh lepas 38,4 ton Kopi Gayo Aceh ke USA*. Diakses pada 13 Oktober 2021, dari <https://www.kba.one/news/gubernur-aceh-lepas-38-4-ton-kopi-gayo-ke-usa/index.html>.
- Kotler & Amstrong. (2009). *Prinsip-prinsip pemasaran, Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode riset untuk bisnis dan ekonomi edisi 4*. Jakarta: Erlangga.
- Maharani, D. & Hidayat, T. (2020). Rasionalitas Muslim : Perilaku Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 409-412.
- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: Refika Aditamna.
- Mannan. (2000). *Teori dan praktik ekonomi Islam*. Jakarta: Erlangga.
- Muammar, Mawardi, Nurasiah. (2018). Perkembangan Warung Kopi di Kota Banda Aceh dari Tahun 1972-2017. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Jurusan Pendidikan Sejarah*, 3(1).
- Muhadjir, N. (1998). *Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Positivistik, Rasionalistik, Phenomenologik, dan Realisme Metaphisik Telaah Studi Teks dan Penelitian Agama*.
- Nasution, M. E. (2007). *Pengenalan eksklusif: ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

- Pangestu, D. S. (2021). *Pemuda dan Perannya*. Diakses pada 17 Oktober 2021, dari <https://www.baktinusa.id/pemuda-dan-perannya/>.
- Polancik, G. (2009). *Empirical research method poster*. Jakarta: Rahim.
- Pujiyono, A. (2006). Teori Konsumsi Islami. *Jurnal Dinamika Pembangunan*, 3(2).
- Rasyid, A. (2019). Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Agama Islam. *Jurnal Yurisprudencia*, 5(2).
- Republik Indonesia. (2019). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2019 tentang Kepemudaan*. Jakarta: Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia.
- Rijali, A. (2018). Analisis Data Kualitatif. *Jurnal Alhadharah*, 17(33)
- Rohayedi, E. & Maulina. (2020). Konsumerisme dalam Perspektif Islam. *Jurnal Transformatif*. 4(1).
- Rosyidi, S. (2020). *Pengantar teori ekonomi*. Jakarta: Rajawali.
- Rozalinda. (2016). *Ekonomi Islam: teori dan aplikasinya pada aktivitas ekonomi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Rulita, U. E. (2021). *Warung kelontong dan keberjalanannya hingga kini*. Diakses pada 21 Juli 2022, dari <https://warungpintar.co.id/blog/warung-kelontong-dan-keberjalanannya-hingga-kini/>.
- Sari, R. P. (2014). *Perempuan dan warung kopi (Analisis terhadap perilaku perempuan dan persepsi masyarakat di Kota Banda Aceh)*. Banda Aceh: Universitas Syiah Kuala.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suma'rin. (2013). *Ekonomi Islam: sebuah pendekatan ekonomi mikro perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.

United Nations. (2018). *The World Youth Report (WYR)*. Diakses pada 28 September 2021, dari <https://www.un.org/development/desa/youth/world-youth-report.html>.

Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik penyusunan instrumen penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



Lampiran 1. Angket Wawancara

ANGKET WAWANCARA

ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEMUDA MUSLIM TERHADAP EKISTENSI WARUNG KOPI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

(STUDI DI WARKOP ZAKIR LAMPRIET BANDA ACEH)

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK PEMILIK (OWNER)

WARUNG KOPI

I. Data Pribadi Informan

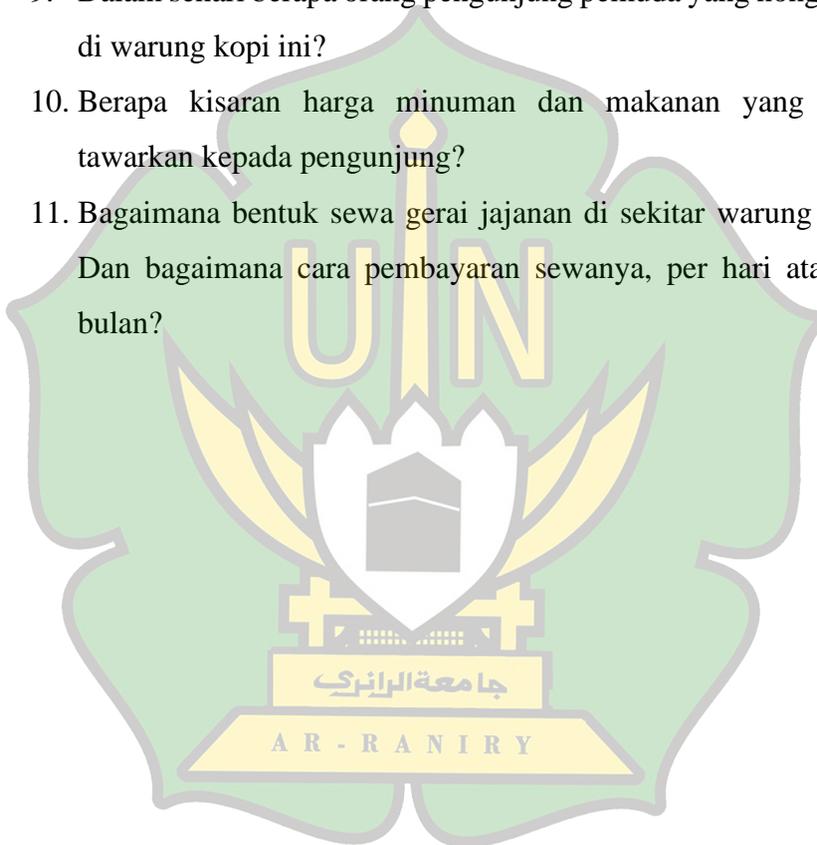
Nama :

Tanggal :

II. Pedoman Wawancara untuk Pemilik (Owner) Warung Kopi

1. Apa yang melatar belakangi Anda membuka warung kopi ini?
2. Kapan warung kopi ini berdiri?
3. Dalam sehari berapa penghasilan yang Anda dapatkan dari pengunjung yang datang ke warung kopi ini?
4. Dengan penghasilan tersebut berapa keuntungan yang Anda dapatkan dalam sehari?
5. Bagaimana bentuk pelayanan yang Anda lakukan terhadap pelanggan?
6. Strategi apa yang Anda lakukan untuk menarik pelanggan?

7. Jam berapa warung kopi mulai dibuka? Dan jam berapa warung kopi ditutup?
8. Apa yang membuat warung kopi Anda ramai dikunjungi pengunjung?
9. Dalam sehari berapa orang pengunjung pemuda yang nongkrong di warung kopi ini?
10. Berapa kisaran harga minuman dan makanan yang Anda tawarkan kepada pengunjung?
11. Bagaimana bentuk sewa gerai jajanan di sekitar warung kopi? Dan bagaimana cara pembayaran sewanya, per hari atau per bulan?



ANGKET WAWANCARA
ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEMUDA MUSLIM
TERHADAP EKSTISTENSI WARUNG KOPI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI DI WARKOP ZAKIR LAMPRIET BANDA ACEH)

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KARYAWAN DI
WARUNG KOPI

I. Data Pribadi Informan

Nama :

Usia :

Tanggal :

II. Pedoman Wawancara untuk Karyawan di Warung Kopi

1. Sudah berapa lama Anda bekerja di warung kopi ini?
2. Menurut Anda, apa yang menjadi perbedaan warung kopi ini dengan warung kopi lain?
3. Kapankah warung kopi disini biasanya ramai dikunjungi pemuda?
4. Dengan siapa biasa pelanggan pemuda berkunjung ke warung kopi?
5. Apa saja kebiasaan yang dilakukan konsumen pemuda saat berkunjung ke warung kopi?

ANGKET WAWANCARA
ANALISIS PERILAKU KONSUMTIF PEMUDA MUSLIM
TERHADAP EKSISTENSI WARUNG KOPI DALAM
PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(STUDI DI WARKOP ZAKIR LAMPRIET BANDA ACEH)

PEDOMAN WAWANCARA UNTUK KONSUMEN PEMUDA

I. Data Pribadi Informan

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Tanggal :

II. Pedoman Wawancara untuk Konsumen Pemuda

Rumusan Masalah 1 (Bagaimana Perilaku Konsumtif Pemuda terhadap Eksistensi Warung Kopi di Kota Banda Aceh dalam Perspektif Ekonomi Islam)

1. Apa yang biasanya Anda lakukan pada saat di warung kopi?
2. Berapa lama Anda biasanya menghabiskan waktu di warung kopi?
3. Dengan siapa biasanya Anda berkunjung ke warung kopi, teman/keluarga/orang lain?
4. Apa yang Anda dapatkan ketika menghabiskan waktu di warung kopi hingga berjam-jam?

5. Kenapa Anda memilih warung kopi ini untuk dijadikan tempat nongkrong/kerjakan tugas, dan sebagainya?
6. Apakah dengan menghabiskan waktu di warung kopi sudah menjadi kebiasaan Anda?
7. Apakah dengan Anda sering ke warung kopi tidak membuang-buang waktu dan uang Anda?
8. Apakah Anda memiliki uang jajan/uang belanja untuk pergi ke warung kopi? Apakah dengan uang jajan/uang belanja itu, diberikan oleh orang tua/penghasilan Anda/hasil uang tabungan Anda?
9. Jika uang jajan tersebut diberikan oleh orang tua, berapa uang jajan yang diberikan oleh orang tua Anda? Dan diberikan per bulan atau per minggu atau per hari?
10. Biasanya menghabiskan biaya berapa untuk nongkrong di warung kopi?
11. Minuman atau makanan seperti apa yang biasanya Anda pesan di warung kopi ini? Apa alasannya?

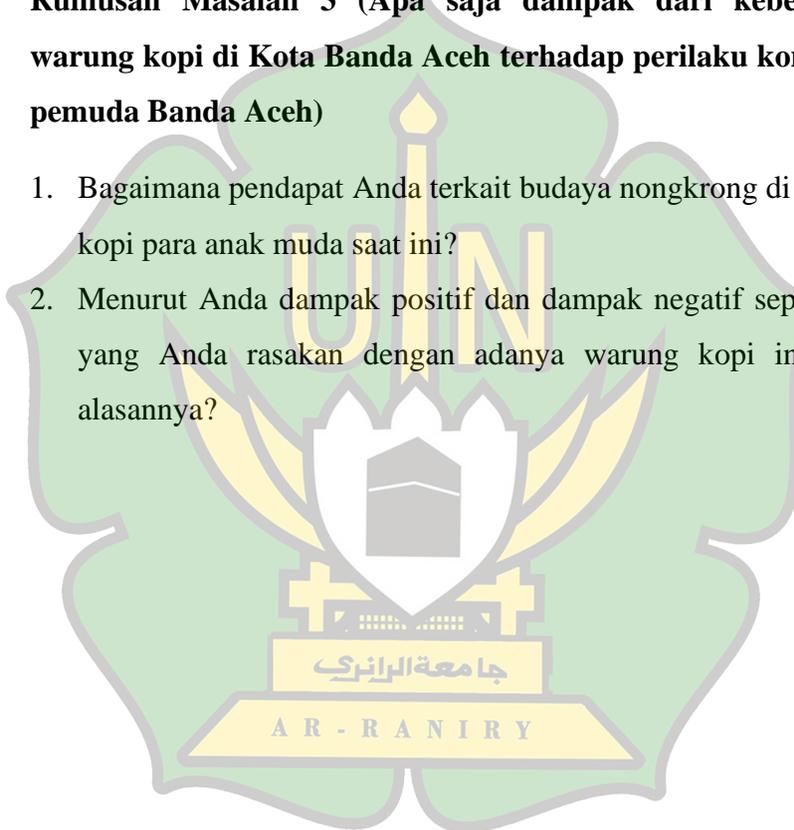
Rumusan Masalah 2 (Apa saja faktor yang mendorong pemuda tersebut berperilaku konsumtif di warung kopi)

1. Dalam seminggu berapa kali Anda ke warung kopi?
2. Menurut Anda, faktor apa yang mendorong Anda sering mengunjungi warung kopi ini
 - a) Ikut-ikutan teman
 - b) Gaya hidup

- c) Merasa nyaman dan senang
- d) Menarik perhatian dari orang lain
- e) Lainnya sebutkan....

Rumusan Masalah 3 (Apa saja dampak dari keberadaan warung kopi di Kota Banda Aceh terhadap perilaku konsumtif pemuda Banda Aceh)

1. Bagaimana pendapat Anda terkait budaya nongkrong di warung kopi para anak muda saat ini?
2. Menurut Anda dampak positif dan dampak negatif seperti apa yang Anda rasakan dengan adanya warung kopi ini? Apa alasannya?



Lampiran 2. Dokumentasi



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : 2988/Un.08/FEBI./TL.00/11/2021

Lamp : -

Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,
Pemilik (*Owner*) Warung Kopi Zakir

Assalamu'alaikum Wr.Wb.
Pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **SARAH SATIRA / 180602052**
Semester/Jurusan : VII / Ekonomi Syariah
Alamat sekarang : Desa Lam Geu Eu, Kec. Peukan Bada

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Analisis Perilaku Konsumtif Pemuda Muslim terhadap Eksistensi Warung Kopi Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 02 November 2021

an. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik dan
Kelembagaan,

AR - RANIRY



Berlaku sampai : 14 Januari
2022

Dr. Hafas Furqani, M.Ec.



Suasana Warung Kopi Zakir Lampriet di Penuhi Oleh Konsumen Pemuda (4/1/2022).



Suasana Saat Penulis Mewawancarai Pemilik sekaligus Manajer Warung Kopi Zakir Lampriet, Banda Aceh (3/1/2022).