

**ANALISIS PERILAKU KONSUMSI SANTRIWATI DI  
PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR SIMAN  
PONOROGO**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Zulfia Handayani**

**NIM 401180133**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
2022**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMSI SANTRIWATI DI  
PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR SIMAN  
PONOROGO**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Program Strata Satu (S-1)**



Oleh:

Zulfia Handayani

NIM 401180133

Pembimbing:

Tiara Widya Antikasari, M.M.

NIP.199220101201932045

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

**2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfia Handayani

NIM : 401180133

Jurusan : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

### “ANALISIS PERILAKU KONSUMSI SANTRIWATI DI PONDOK PESANTREN WALI SONGO NGABAR SIMAN PONOROGO”

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Ponorogo, 07 Oktober 2022

Pembuat Pernyataan,



Zulfia Handayani  
NIM 401180133

P O N O R O G O



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya, Desa Pintu, Jenangan, Ponorogo

### LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa skripsi atas nama:

NO	NAMA	NIM	JURUSAN	JUDUL
1	Zulfia Handayani	401180133	Ekonomi Syariah	Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo

Telah selesai melaksanakan bimbingan, dan selanjutnya disetujui untuk diujikan pada ujian skripsi.


Ponorogo, 07 Oktober 2022

Mengetahui

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

  
**Dr. Luhur Prasetyo, S. Ag, M. E. I.**  
NIP. 19780122006041002

Menyetujui

  
**Tiara Widya Antikasari, M.M.**  
NIP. 199220101201932045

iv

PONOROGO



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Puspita Jaya desa Pintu Jenangan Ponorogo

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo

Nama : Zulfia Handayani

NIM : 4011801

Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah diujikan dalam sidang *Ujian Skripsi* oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam bidang Ekonomi.

Dewan Penguji


Ketua Sidang  
Dr. Amin Wahyudi, M.E.I  
NIP 197502072009011007

: (  )

Penguji I  
Yulia Anggraini, M.M.  
NIDN 2004078302

: (  )

Penguji II  
Tiara Widya Antikasari, M.M.  
NIP 199220101201932045

: (  )

Ponorogo, 07 Oktober 2022  
Mengesahkan

Dekan FEBI IAIN Ponorogo



  
Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag.  
NIP 197207142000031005

## SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Yang Bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zulfia Handayani

NIM : 401180133

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi/Tesis : Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo

Menyatakan bahwa naskah skripsi / tesis telah diperiksa dan disahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di [etheses.iainponorogo.ac.id](http://etheses.iainponorogo.ac.id). Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut, sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis.

Demikian pernyataan saya untuk dapat dipergunakan semestinya.

Ponorogo, 17 November 2022

Penulis



Zulfia Handayani

## ABSTRAK

Handayani, Zulfia, Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo. *Skripsi*.2022. Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negri Ponorogo. Pembimbing: Tiara Widya Antikasari, M.M.

**Kata Kunci: Perilaku Konsumsi, Santriwati, di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.**

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan memakai, memakan atau menghabiskan barang atau jasa. Islam memberikan aturan tentang konsumsi bukan berarti Islam melarang umatnya untuk menikmati rezeki yang diberikan Allah SWT, tetapi Islam mengaturnya agar kegiatan konsumsi dapat mencapai *masalah* yang bisa dirasakan seluruh umat manusia baik di dunia dan juga di akhirat. Pondok pesantren merupakan lembaga yang menanamkan nilai-nilai Islam dalam beragama dan kehidupan yang kesederhanaan. Akan tetapi, karena adanya perubahan zaman mengakibatkan santri untuk melakukan kegiatan konsumsi tanpa mempertimbangkan antara kebutuhan dan keinginan. Hal tersebut berbanding terbalik antara praktik dengan teori konsumsi perspektif ekonomi Islam. Melihat adanya perilaku konsumsi seperti cara santriwati dalam memutuskan barang yang akan digunakan dan yang dikonsumsi.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis aspek perilaku konsumsi santriwati, menganalisis faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi santriwati. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif dan merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian dilakukan pada santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa munculnya pola konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo adanya ketidaksesuaian antara praktik dengan teori yang ada. Dapat dilihat dari segi kebutuhan harian santriwati yang lebih mengutamakan keinginan membeli makanan dan jajan yang ada diluar pondok. Serta dalam pengeluaran harian lebih mengutamakan keinginan oleh karena itu menimbulkan konsumsi yang berlebih dan menyalahi aturan syariat yang ada. Sedangkan faktor yang melatarbelakangi perilaku tersebut adalah faktor ekonomi, faktor non ekonomi meliputi faktor eksternal dan internal yang diantaranya faktor internal faktor usia, faktor gaya hidup, faktor motivasi, faktor persepsi, dan faktor eksternal yang mempengaruhi di antaranya kelompok acuan dan lingkungan pondok sendiri. Sedangkan untuk mengatasi perilaku konsumtif santriwati adalah dengan mempertegas peraturan agar santriwati menghindari hidup yang boros.

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam penelitian ini menggunakan pedoman transliterasi berdasarkan buku pedoman penulisan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo, sebagai berikut:

1. Pedoman transliterasi yang digunakan adalah:

Arab	Ind.	Arab	Ind.	Arab	Ind.	Arab	Ind.
ء	'	د	D	ض	ḍ	ك	K
ب	B	ذ	Dh	ط	T	ل	L
ت	T	ر	R	ظ	ẓ	م	M
ث	Th	ز	Z	ع	'	ن	N
ج	J	س	S	غ	Gh	ه	H
ح	ḥ	ش	Sh	ف	F	و	W
خ	Kh	ص	ṣ	ق	Q	ي	Y

2. Untuk menunjukkan bunyi hidup panjang caranya dengan menuliskan coretan horisontal di atas huruf *ā*, *ī* dan *ū*.
3. Bunyi hidup dobel (diftong) Arab ditransliterasikan dengan menggabungkan dua huruf "ay" dan "aw"  
Contoh: *bayna*, *'layhim*, *qawl*, *mawdū'ah*
4. Kata yang ditransliterasikan dan kata-kata bahasa asing yang belum terserap menjadi bahasa baku Indonesia harus dicetak miring.
5. Bunyi huruf hidup akhir sebuah kata tidak dinyatakan dalam transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir  
Contoh: **Ibn** Tamīyah bukan **Ibnu** Taymiyah



6. Kata yang berakhir dengan *tā' marbutāh* dan berkedudukan sebagai sifat (*na'at*) dan *idāfah* ditransliterasikan dengan “ah”. Sedangkan *mudāf* ditransliterasikan dengan “at”.

Contoh: *Na'at dan Mudāf ilayh : Sunnah sayyi'ah, al-maktabah al-misriyah*

7. Kata yang berakhir dengan *ya' mushaddadah* (*ya' bertasdid*) ditransliterasikan dengan *ī*. Jika *ī* diikuti *tā' marbutāh* maka transliterasinya adalah *īyah*. Jika *ya' bertasdid* berada ditengah maka ditransliterasikan dengan *yy*.

Contoh: *al-ghazāli, al-nawāwī, ibn taymīyah, al jawzīyah, sayyid, mu'ayyid, dan muqayyid.*



## MOTTO

﴿يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَٰتِ زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

“Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”<sup>1</sup>

(Q.S Al Araf: 31)



---

<sup>1</sup> QS. Al-Araf: 31.

## PERSEMBAHAN

Sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Shalawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Rasulullah Muhammad SAW.

Atas karunia serta kemudahan yang Allah SWT berikan, akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Kupersembahkan karya sederhana ini kepada :

1. Kedua orang tuaku tercinta bapak Edy Sukarman dan ibu Suparmi yang telah membesarkanku dan mendidikku, yang tak henti-hentinya mencintai, menyayangi, menasehati anak-anaknya dan selalu mendo'akan untuk keberhasilan anak-anaknya. Semoga Allah SWT membalasnya dengan kebaikan yang lebih dari dunia sampai akhirat.
2. Kepada keluarga besar Bani Sodikan dan Bani Basyari, baik paman-pamanku, bibi-bibiku dan semua keluarga yang tidak bisa disebutkan satu-persatu, terima kasih selalu memberi semangat dan motivasi untukku.
3. Dosen pembimbing tersabar ibu Tiara Widya Antikasari M.M telah membimbing serta memberi masukan dan saran selama ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Almameter tercinta, sahabat seperjuangan ES Angkatan 2018.
5. Dan semua pihak yang telah mendukung baik moral dan materi.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

*Alhamdulillahrabilalamin,* Segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Perilaku Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa rahmat bagi seluruh alam dan telah umat manusia ke zaman yang penuh ilmu.

Penulis menyadari bahwa selama penulisan skripsi ini mendapat bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih terhadap segenap pihak yang telah membantu baik secara moril dan materil hingga penulisan skripsi ini selesai, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor IAIN Ponorogo, Dr. Hj. Evi Muafiah, M.Ag yang telah menyayangi dan memberikan teladan yang baik kepada mahasiswanya.
2. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Ponorogo. Atas jasa-jasa yang telah diberikan kepada penulis sehingga berkesempatan menimba ilmu di almamater tercinta.
3. Dr. Luhur Prasetyo, S.Ag., M.E.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah. Terimakasih atas jasa-jasanya membantu melancarkan proses pendidikan penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. H. Luthfi Hadi Aminuddin, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing yang sabar dan selalu memberikan waktu luang, pengarahan, dan saran kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Dr. H. Ely Masykuroh, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terimakasih atas jasa-jasanya membantu melancarkan proses pendidikan penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Seluruh dosen yang telah memberikan pendidikan dan pengajaran kepala penulis selama menempuh pendidikan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN)

Ponorogo. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

7. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada beliau semua atas bantuan dan jasanya yang diberikan kepada penulis. Dengan adanya penulisan skripsi ini penulis berharap bisa mewujudkan apa yang menjadi maksud dan tujuan dari penyajian skripsi ini.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata, maka dari itu penulis menyadari bahwa dalam pembuatan skripsi ini ada kesalahan, kekurangan dan kekhilafan. Kritik dan saran dari berbagai pihak yang bersifat konstruktif sangat diharapkan penulis demi perbaikan pada skripsi ini.

Akhirnya dengan mengucapkan Alhamdulillah semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya. Amin.

Ponorogo, 29 September 2022

Penulis



**IAIN**  
**P O N O R O G O**

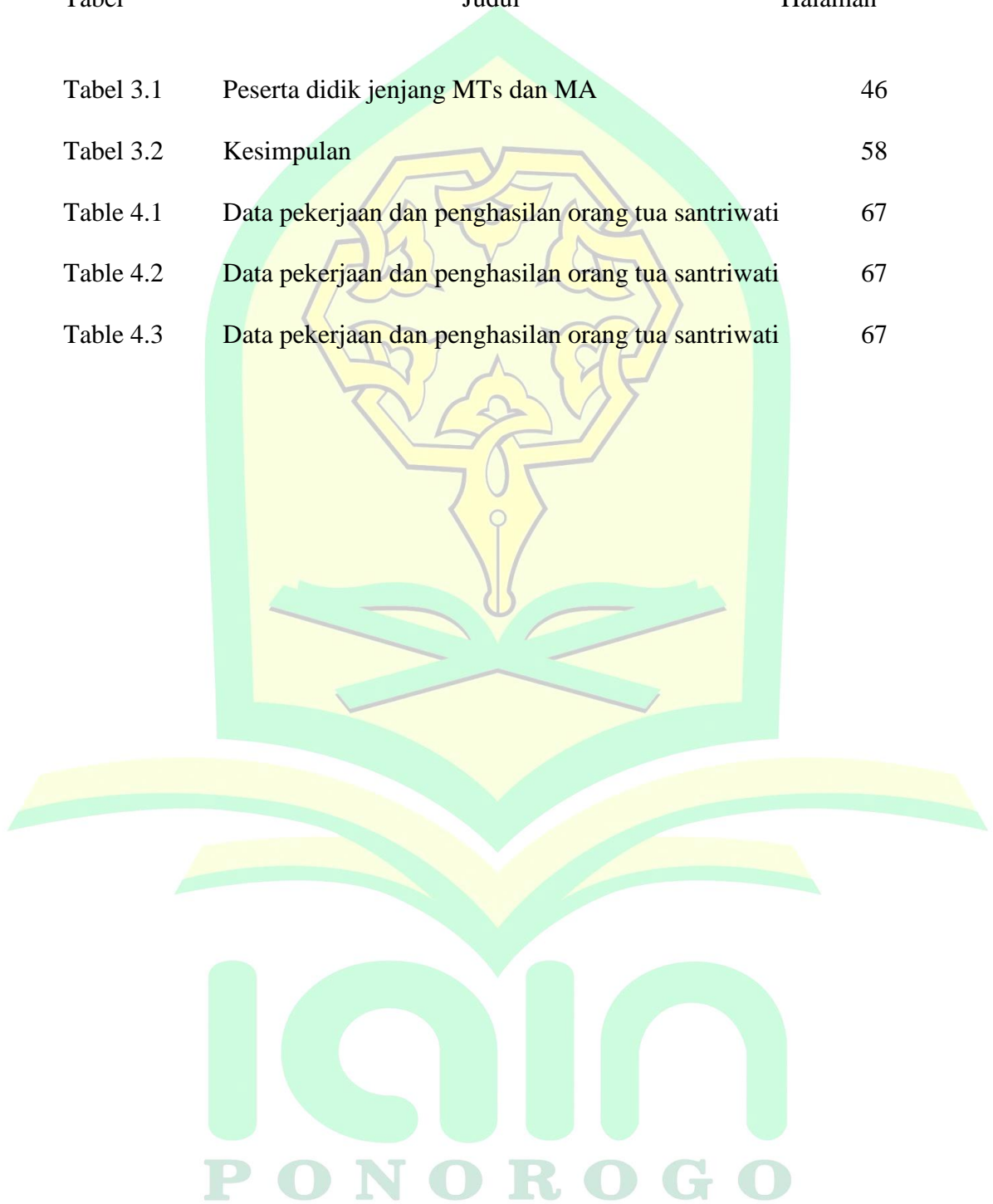
## DAFTAR ISI

<b>COVER .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>TRANSLITERASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>ix</b>
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	12
C. Tujuan Penelitian .....	12
D. Manfaat Penelitian .....	12
E. Studi Penelitian Terdahulu.....	13
F. Metode Penelitian .....	18
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	18
2. Lokasi Penelitian .....	18
3. Data dan Sumber Data.....	19

4. Teknik Pengumpulan Data .....	20
5. Teknik Pengolahan Data .....	23
6. Teknik Analisis Data .....	23
7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	24
G. Sistematika Pembahasan.....	25
<b>BAB II KAJIAN TEORI (Konsumsi,Perspektif Ekonomi Islam)</b>	
<b>BAB III PAPARAN DATA</b>	
A. Gambar Umum Objek Penelitian.....	44
B. Data	
1. Aspek Perilaku Konsumtif Santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar .....	59
2. Faktor Yang Melatar Belakang.....	74
<b>BAB IV PEMBAHASAN/ANALISIS</b>	
A. Analisis Perilaku Konsumtif di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar .....	86
B. Analisis Faktor Yang melatar belakang Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.....	97
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	103
B. Saran.....	104
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>115</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 3.1	Peserta didik jenjang MTs dan MA	46
Tabel 3.2	Kesimpulan	58
Table 4.1	Data pekerjaan dan penghasilan orang tua santriwati	67
Table 4.2	Data pekerjaan dan penghasilan orang tua santriwati	67
Table 4.3	Data pekerjaan dan penghasilan orang tua santriwati	67





## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
3.2	Struktur Organisasi Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar	47



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Agama Islam adalah agama yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW merupakan agama yang sempurna yang mengatur segala aktivitas manusia yang berkaitan dengan agama, ibadah, dan *muamalah*. Demikian pula dalam masalah konsumsi. Konsumsi merupakan salah satu kegiatan penting dalam ekonomi karena manusia sebagai makhluk ekonomi yang dimana sangat membutuhkan akan konsumsi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari untuk menjaga stabilitas kehidupan.<sup>1</sup>

Konsumsi menurut syari'at Islam tidak terlepas dari peran keimanan seseorang, sebab keimanan menjadi salah satu cara untuk menentukan tolak ukur manusia melalui cara pandang manusia dalam aktivitas memenuhi kebutuhan hidupnya. Keimanan sangat mempengaruhi kualitas ekonomi manusia baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.<sup>2</sup> Mengonsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan dan menghabiskan nilai suatu barang atau jasa untuk memenuhi akan keperluan hidup.<sup>3</sup>

Tujuan kegiatan konsumsi agar dapat memperoleh kepuasan yang menyebabkan berkurangnya nilai guna suatu barang tersebut. Sedangkan

---

<sup>1</sup> Imam Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), 178.

<sup>2</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006),4.

<sup>3</sup> Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, 20.

tujuan konsumsi dalam Islam bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan, namun juga agar dapat mencapai *kemaslahatan* baik itu di dunia dan *ukhrawi*.

Sedangkan kegiatan konsumsi yang tidak jauh dari kegiatan ekonomi dalam Islam telah diatur dalam Al-Qura'an dan As-Sunnah.<sup>4</sup> Perilaku konsumsi yang berlandaskan dengan ketentuan syariat Islam akan membawa seseorang untuk mencapai keberkahan dan kesejahteraan dalam kehidupannya.<sup>5</sup> Adapun dasar hukum Al-Qur'an yang menjelaskan tentang konsumsi sebagai berikut:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ٦٧

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.(Q.S Al-Furqan ayat 67).<sup>6</sup>

Pada umumnya, manusia dituntut bekerja dan berusaha guna memenuhi kebutuhan dan keperluannya. Setiap manusia mempunyai berbagai macam kebutuhan selama di dunia, baik itu akan kebutuhan jasmani maupun rohani. Sebab semua kebutuhan tersebut sangat berpengaruh untuk keberlangsungan manusia. Dengan kegiatan ekonomi seseorang dapat mencapai kebutuhan yang dimana dapat dikonsumsi manusia agar bisa bertahan hidup. Oleh karena itu dalam berperilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), 161.

<sup>5</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), 161.

<sup>6</sup> Al-Qur'an. Al-Furqan : 67.

<sup>7</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, 144.

Kegiatan konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan mencapai kepuasan sehingga seseorang melakukan kegiatan konsumsi tidak karena dasar kebutuhan namun karena untuk mencapai kesenangan sendiri atau hawa nafsu keinginan yang dimiliki, oleh karena itu menimbulkan seseorang memiliki sifat yang buruk seperti boros atau yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Saat ini, perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang banyak dialami oleh seseorang terutama dikalangan remaja. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Servian yang dikutip Erlin Ermawati yang mengatakan bahwa sifat konsumtif yang timbul dikalangan remaja berusia 15-18 tahun dapat diartikan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan.<sup>8</sup>

Menurut Muhammad dalam konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan manusia meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah dan sederhana. Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, diantaranya adalah *israf* dan *tabdzir*.<sup>9</sup>

Negara Indonesia merupakan negara yang dimana sebagian warganya beragama Islam. Sehingga mayoritas penduduk di Indonesia sebagai umat

---

<sup>8</sup> Erli Ermawati dan Indriyati, *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMPN 1 Piyungan, Jurnal Spirit, Vol. 2, No, 1.* (Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, November, 2011), 2.

<sup>9</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, 167.

muslim. Dan sekian banyak lembaga pendidikan yang berdiri di Indonesia, terdapat 2 lembaga pendidikan yaitu lembaga pendidikan formal dan informal. Lembaga pendidikan formal yang terkenal di wilayah Jawa, yang paling banyak yang kita jumpai yaitu pondok pesantren. Pondok pesantren adalah salah satu lembaga pendidikan tertua yang berada di Indonesia.

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam yang dikenal oleh masyarakat sebagai lembaga untuk menanamkan nilai-nilai agama dan ajaran seputar keagamaan. Mayoritas Pondok pesantren yang ada di Indonesia sebagai sekolah Islam berasrama dikarenakan santrinya berasal dari berbagai daerah dan minoritas tidak mukim karena rumahnya dekat dengan pondok pesantren. Pondok pesantren tidak jauh berbeda dengan sekolah umum. Keduanya sama-sama mempunyai misi untuk memberikan ilmu dan pendidikan kepada seluruh peserta didiknya yang belajar pada lembaga tersebut, namun yang menjadikan berbeda dengan sekolah umum mengenai sistem yang dijalankan, *style* dan tujuan pada masing-masing lembaga.

Pondok pesantren pada umumnya, aktivitas yang dilakukan saat di pondok pesantren adalah di bidang keagamaan yaitu penanaman nilai religiusitas terhadap santri. Adapun santri adalah sebutan bagi para siswa-siswi yang belajar mendalami agama di pesantren selain itu santri tinggal bersama guru, kyai, dan senior mereka. Sehingga terjalin hubungan antara santri, guru dan kyai berjalan intensif, tidak sekedar hubungan formal ustadzah dan santri di

P O N O R O G O

dalam kelas saja.<sup>10</sup> Sehingga sebagian orang tua banyak yang menempatkan anak-anaknya untuk menuntut ilmu di pondok pesantren. Sebab orang tua mengharapkan anaknya selain dapat belajar ilmu pengetahuan juga belajar tentang ilmu keagamaan sehingga keduanya menjadi seimbang, karena untuk bekal hidup dalam menghadapi masa depan kelak.

Adapun pendidikan pesantren sekarang lebih beragam merupakan akibat dinamika kemajuan zaman yang mendorong terjadinya perubahan terus menerus, sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan sistem pendidikan.<sup>11</sup> Pondok pesantren juga menetapkan kebijakan dan peraturan untuk mendisiplinkan santrinya. Oleh karena itu, dalam pandangan masyarakat saat ini, pondok pesantren mampu memberi pengaruh yang cukup besar dalam dunia pendidikan, baik secara jasmani, rohani, maupun intelegensi karena sumber nilai dan norma-norma agama merupakan acuan dalam berfikir serta bersikap secara ideal para santri. Dalam kaitanya dengan aktivitas ekonomi, di lingkungan pesantren seharusnya terhindar dari yang namanya perilaku konsumtif pada santriwati. Namun faktanya tidak sedikit santri yang mengabaikan penanaman sikap religiusitas pada segi ekonomi yang mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif.

Salah satu objek yang menjadi bahasan peneliti adalah Pondok Pesantren Wali Songo Yang terletak di Desa Ngabar, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo memiliki jumlah kurang lebih 1,2901 santriwati dengan rata-rata

---

<sup>10</sup> Ahmad hanif Fajrin, "Peran Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Pesantren dalam Pembentukan Perilaku ekonomi Yang berwawasan pancasila" Nasional Conference On Economic Education, (Malang: UNM, Agustus 2016),113.

<sup>11</sup> *Ibid.*,94.

berusia 12-19 tahun didominasi oleh para santriwati mukim atau menginap di pesantren. Para santri berasal dari berbagai daerah yang tersebar di Indonesia dan dari berbagai wilayah sekitar Ponorogo sendiri yang mempunyai latar belakang ekonomi berbeda dan karakter perilaku yang berbeda pula. Kebanyakan orang tua santriwati bekerja menjadi petani, guru, PNS, dan wiraswasta. Sementara itu santri melakukan aktivitas ekonomi setiap harinya termasuk konsumsi yang dilakukan di dalam pondok. Konsumsi dikalangan santriwati biasanya berpusat pada keperluan pribadi, kebutuhan pokok, iuran, dan pembelian buku. Untuk melengkapi kebutuhan santri-santrinya, diwajibkan untuk setiap santri untuk membayar iuran SPP, daftar ulang dan lain-lainnya.<sup>12</sup> Pondok pesantren sendiri telah melengkapi kebutuhan santri dengan fasilitas-fasilitas yang ada. Mulai dari makan yang disediakan dari pondok, tempat *laundry*, kantin, koperasi, perpustakaan, lapangan olahraga, wartel, UKS, laboratorium *computer*, kamar mandi dan lain-lain. Fasilitas-fasilitas tersebut tersedia dari pondok untuk seluruh santriwatinya.

Semenjak adanya wabah virus COVID 19 muncul. Pondok Pesantren Wali Songo mempunyai peraturan baru guna memudahkan semua pihak dalam bertransaksi dan guna mencegah adanya penularan virus dari luar yang disebabkan dari benda sensitif seperti uang, yang semula menggunakan uang tunai untuk uang saku dan untuk melakukan transaksi pembayaran tetapi sekarang menggunakan uang non tunai atau bisa disebut *cashless*. *Cashless* merupakan bentuk penggunaan pembayaran digital, bukan dalam bentuk uang

---

<sup>12</sup> Desy Maria, Wawancara, 17 Desember 2021

tunai.<sup>13</sup> Terdapat peraturan mengenai batasan uang saku yang diperbolehkan untuk dibelanjakan santriwati. Dari pondok sendiri untuk *cashless* harian mempunyai saldo sebesar Rp.30.000 perhari. Untuk pembelian di kantin, koperasi, *laundry* dan wartel. Sedangkan untuk pembelian yang diatas Rp.30.000 untuk pembelian buku, baju, seragam, jilbab dan lain-lain, dengan menggunakan kode pin dengan saldo sebesar Rp.200.000 untuk pembelian yang dilakukan diunit seperti koperasi dan unit usaha yang ada dipondok.<sup>14</sup>

Dengan fasilitas yang modern dan fasilitas yang disediakan di pondok tersebut tidak di iringi dengan perilaku konsumsi santriwatinya sendiri, yang dimana masih ada beberapa santri yang kurang dengan fasilitas yang disediakan di pondok kecenderungan dalam perilaku konsumtif. Karena adanya modernisasi kehidupan yang semakin bebas dapat mengancam kehidupan santri. Mengenai konsumsi dikalangan santri yang tidak baik dapat ditemukan dalam bentuk sikap boros, dan royal. Selain itu santri belum bisa mengontrol dirinya sendiri dan memahami dirinya sendiri dengan meminta orang tuanya untuk mengirimkan beberapa barang seperti, makanan, baju, serta kegemaran santri meniru teman sebayanya ketika ulang tahun meminta dibelikan kue ulang tahun, dirayakan saat ulang tahun. Menitip barang atau makanan dari luar pondok, dan penyimpangan mengenai peraturan batasan penggunaan *cashless* dalam pembelanjaan santriwati sebesar Rp.30,000 perharinya. Karena tidak adanya batasan waktu dan pengawasan saat penggunaan *cashless* dapat

---

<sup>13</sup> Anisya, Wawancara, 17 Desember 2021

<sup>14</sup> Anisa, Wawancara 23, Desember 2021



menimbulkan santriwati menjadi konsumtif dengan berlebihan dalam membelanjakan tanpa memperhatikan batasan dan manfaatnya.

Kebanyakan konsumsi yang dilakukan santriwati selama di lingkungan pesantren tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang saja, akan tetapi juga dipengaruhi pemenuhan keinginan akan hawa nafsu yang bersifat sementara dan dorongan dari adanya pengaruh lingkungan sehingga akan mempengaruhi santriwati dalam membelanjakan uang saku yang dimiliki dengan membeli barang dan kepemilikan busana yang tidak sesuai dengan kebutuhan.<sup>15</sup>

Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang tidak hanya mengajarkan ilmu duniawi tetapi juga ilmu *ukhrawi*. Pondok pesantren dengan mengedepankan akhlak dan sifat sederhana dan tidak berlebihan. Akan tetapi, dapat dilihat dengan yang terjadi saat ini terdapat kesenjangan antara apa yang diajarkan oleh pondok dengan apa yang dilakukan oleh santriwati. Mengenai perilaku konsumsi, sebagian santriwati nyatanya masih belum mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan dalam pembelian suatu barang. Apakah barang yang dibeli sesuai dengan kebutuhan atau hanya sebagai keinginan yang hanya dinilai sebagai alat pemuas saja yang bersifat sementara.

Batasan konsumsi dalam Islam adalah pelarangan *Israf* atau berlebihan. Perilaku *Israf* diharamkan meski komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar keberlangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, bila kebutuhan hidup dipenuhi dengan

---

<sup>15</sup>Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 46.

cara yang berlebih-lebihan akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia.<sup>16</sup> Islam merupakan agama yang sempurna memberikan arahan dan petunjuk kepada hambanya dalam menjalani kegiatan sehari-hari. Begitupun dalam hal ekonomi, Islam mengatur secara *kaffah* agar hambanya berperilaku sesuai syari'ah. Berkaitan dengan perilaku konsumen diatas tentunya Islam mengajarkan bagaimana cara berkonsumsi yang baik. Bukan hanya untuk sekedar keinginan akan tetapi dilihat dari kebutuhan dan manfaat dari apa yang akan dikonsumsi. Konsumsi yang dilakukan santriwati saat ini tidak hanya didorong karena adanya faktor kebutuhan pokok dan fungsi dari barang tersebut, akan tetapi juga di pengaruhi oleh lingkungan sekitar dan teman sebayanya.<sup>17</sup> Dari pernyataan diatas peneliti tertarik untuk meneliti dengan judul “Analisis Perilaku Konsumsi Santriwati Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabrar Siman Ponorogo”

---

<sup>16</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 15-16.

<sup>17</sup> Ela, Wawancara 24 Desember 2021

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan terdapat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo?
2. Apa faktor yang melatar belakang perilaku konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang melatar belakang perilaku konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo.

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegunaan Secara Teoritis
  - a. Menambah khasanah pengetahuan dan keilmuan dalam kajian studi ilmu ekonomi Islam. Khususnya pada bidang etika konsumsi dalam Islam.
  - b. Melengkapi referensi yang telah ada dan menjadi literatur bagi penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang berkaitan dengan perilaku konsumsi dalam Islam.

## 2. Kegunaan Secara Praktis

- a. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan ekonomi agar sesuai dengan etika konsumsi ajaran Islam.
- b. Memberi sumbagan masukan umumnya pada masyarakat dan khususnya pada santriwati agar selektif dalam mengkonsumsi barang agar terhindar dari sikap *israf* atau berperilaku konsumsi khususnya dalam hal penggunaan uang saku dan pembelanjaan lainnya.













## E. Studi Penelitian Terdahulu

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

*Satu*, skripsi yang ditulis oleh **Ainur rofiqi** (2016) yang berjudul **“Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejosono Peterongan Jombang”**. Dengan hasil sebagai berikut: 1. Kebanyakan santri lebih memilih membeli makan dari luar pondok dari pada makan makanan dari dalam pondok, dengan beralasan bosan dengan makanan yang ada yang telah disediakan didalam pondok santri beralasan bahwa menu yang disediakan kurang bervariasi. 2. Perilaku konsumtif biasanya mereka membeli pakaian didorong dengan teman bermain, keluarga yang mampu dan dunia internet.<sup>19</sup>

Persamaan antara penulisan skripsi ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas perilaku konsumsi. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan sebelumnya selain dari lokasi atau objek penelitian yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang perilaku konsumtif santri dalam pembelian makanan yang ada serta dalam pembelian busana di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejosono Peterongan Jombang. Sedangkan penelitian ini menganalisis perilaku konsumsi dalam pembeli berbagai macam produk baik makanan maupun pakaian.

*Kedua*, skripsi yang ditulis **Umami Zakiyah** (2020) yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumtif Mahadul’ilmi Wal’amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam”**. Dengan hasil penelitian

---

<sup>19</sup> Ainur Rofiqi, “Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Peterongan Jombang,” Skripsi, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2016), 3.

bahwa membelanjakan harta kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran dan kesederhanaan, perilaku konsumsi dalam hal prinsip keadilan, kebersihan kemurahan, moralitas sudah sesuai dengan perilaku konsumsi ekonomi Islam, namun untuk perilaku kesederhanaan belum mencapai perilaku konsumsi ekonomi Islam.<sup>20</sup>

Adapun persamaan skripsi ini antara penelitian sekarang dengan penelitian terdahulu yaitu keduanya sama-sama membahas tentang perilaku konsumsi ditinjau menurut ekonomi Islam. Adapun perbedaan peneliti tersebut dengan penelitian sebelumnya selain dari lokasi atau objek penelitian dan permasalahan yang akan dibahas.

*Ketiga*, skripsi yang ditulis oleh **Noor Arifah Maziyah** (2015) yang berjudul **“Perilaku Konsumtif dalam Berbusana di kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Krapyak Yogyakarta”**. Dengan hasil penelitiannya bahwa salah satu yang melatar belakangi terjadinya perilaku konsumtif adanya berbagai faktor yang mempengaruhi diantaranya: faktor budaya yang meliputi kebudayaan dan kelas sosial, faktor sosial yang meliputi kelompok, keluarga, peran dan status, faktor pribadi.

Adapun pengaruh perilaku konsumtif ini berdampak buruk pada santriwati dalam berperilaku konsumtif. Sebab ketika membelanjakan busana munculnya perilaku buruk seperti sifat boros, adanya penyelewengan santriwati terhadap peraturan-peraturan pondok, sehingga munculnya rasa banga dan percaya diri

---

<sup>20</sup> Umi Zakiyah, “*Analisis Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Ma’ hadul’ilmi Wal’amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam*” Skripsi (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2020), 8.

ketika santriwati berada di tengah-tengah kelompok bermainnya atau lingkungannya.<sup>21</sup>

Adapun persamaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama membahas tentang perilaku konsumsi dalam berbusana. Adapun perbedaannya dengan penelitian terdahulu dengan penelitian sebelumnya yaitu selain dari lokasi atau objek pembahasan yaitu penelitian sebelumnya membahas perilaku konsumtif dalam berbusana.

*Keempat*, skripsi yang ditulis **Siti Nafi'ul Muthoharoh** (2017) yang berjudul **“Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnajah Kecamatan Ketahun”**. Dengan hasil peneliti adalah masih banyak siswa-siswi pondok ketika saat pembelian busana belum sepenuhnya memperhatikan kaidah dan prinsip konsumsi dalam Islam. karena kebanyakan siswa-siswi lebih mengutamakan kemauan mereka yang meniru trend atau model. Sehingga tidak ingin ketinggalan zaman. Oleh karena itu menimbulkan kurangnya mementingkan aspek *masalah*.<sup>22</sup>

Adapun persamaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu yaitu keduanya sama-sama membahas tentang perilaku konsumsi. Adapun pembeda antar penelitian ini dengan penelitian terdahulu selain dari lokasi atau objek penelitian yaitu penelitian sebelumnya membahas tentang tinjauan ekonomi

---

<sup>21</sup> Noor Arifah Maziyah, “Perilaku Konsumtif dalam Busana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Yogyakarta,” Skripsi, (Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2015), 13.

<sup>22</sup> Siti Nafi'ul Muthoharoh, “Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnajah Kecamatan Ketahun,” Skripsi, (Bengkulu: IAIN Bengkulu, 2017), 5.

Islam Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-siswi dalam pembelian baju sesuai dengan trend.

*Kelima*, skripsi yang ditulis **Etik Munawaroh** (2021) yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun Di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam”** dengan hasil santriwati pondok subulul adanya tidak kesesuaian antara teori yang ada dengan kejadian yang dilakukan sehingga menimbulkan konsumsi yang berlebih. Serta faktor yang menjadi latar belakang perilaku konsumtif adalah faktor eksternal atau juga adanya faktor sosial/lingkungan dan kelompok acuan.<sup>23</sup>

Adapun persamaan skripsi ini dengan penelitian terdahulu yaitu keduanya sama membahas tentang perilaku konsumsi. Adapun pembeda antara penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya selain dari tempat dan objek penelitian yaitu penulis sebelumnya membahas tentang perilaku konsumtif santriwati di masa pandemi.

## **F. Metode Penelitian**

### **1. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Dalam penulisan penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan penulis adalah pendekatan kualitatif. Dan berdasarkan tujuan penelitian jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu suatu penelitian yang harus terjun langsung ke lapangan, terlibat langsung dengan

---

<sup>23</sup> Etik Munawaroh, “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun Di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam,” Skripsi, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), 82.

responden. Dengan cara tersebut penulis dapat memperoleh data dari hasil wawancara pada narasumber yang bersangkutan.

Alasan peneliti memilih jenis dan pendekatan kualitatif ini adalah dengan metode penelitian ini yang lebih tepat untuk mengetahui kondisi, karakteristik, maupun definisi tertentu. Dalam penelitian ini, penulis berusaha untuk mencari informasi terkait : Bagaimana perilaku konsumtif santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Apa faktor yang melatar belakangi perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo.

## **2. Lokasi/Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian adalah tempat dimana peneliti memperoleh informasi mengenai data yang diperlukan. Penelitian ini berlokasi di Jalan Sunan Kalijaga, Desa Ngabar, Kecamatan Siman, Kabupaten Ponorogo, Provinsi Jawa Timur. Pada kilometer arah selatan dari pusat Kabupaten Ponorogo.

Alasan penulis memilih pondok pesantren sebagai tempat untuk penelitian ini. Karena terdapat permasalahan yang terjadi di dalam Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar. Penulis tertarik untuk mengkaji lebih dalam dengan melihat kejadian-kejadian atau fenomena yang sedang terjadi di kalangan santriwati. Sehingga, dapat dikembangkan dalam penulisan tentang perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar menurut perspektif ekonomi Islam.

## **3. Data dan Sumber Data**

a. Data

Data adalah kumpulan berbagai kajian atau informasi yang didapatkan dari sebuah pengamatan suatu peristiwa atau objek. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang berkaitan perilaku konsumsi santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.

b. Sumber Data

Sedangkan sumber data dalam penelitian ini berasal dari segala keterangan atau informasi yang berhubungan dengan penelitian yang akan diteliti. Dalam penyusunan penelitian ini penulis membutuhkan sumber yang berkaitan dengan pokok penelitian. Sumber penelitian dibagi menjadi dua yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

1) Sumber Data Utama/ Primer

Sumber data primer merupakan sumber yang pertama dimana sebuah data dihasilkan.<sup>24</sup> Atau sumber data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara. Biasanya data yang diperoleh dengan peneliti secara langsung datang ke lokasi setelah melakukan observasi terlebih dahulu.

Sampel yang diambil sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis membutuhkan informasi yang diperoleh melalui wawancara dengan ustadzah, pembimbing santri, bagian administrasi, dan santriwati.

2) Sumber Data Sekunder

---

<sup>24</sup> Burhan bungin, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi*, (Jakarta; Kencana Prenada Media Grup, 2013), 129

Sumber data sekunder merupakan sumber yang diperoleh secara tidak langsung, melalui media perantara. Oleh karena itu sumber data sekunder diharapkan dapat berperan membantu mengungkapkan data yang diharapkan.<sup>25</sup> Data sekunder yang diperoleh dari literatur atau data tertulis dengan penelitian. Diperkuat dengan adanya dokumentasi, serta beberapa rujukan yang bersumber dari buku-buku, artikel, dan jurnal yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi.

##### a. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lapangan untuk mengamati, mencatat, dan menganalisa terhadap objek yang diteliti. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi.<sup>26</sup> Sehingga penulis dapat berinteraksi langsung kepada objek yang akan diteliti. Observasi yang dilakukan penulis ini dengan mencari informasi dan mengamati bagaimana perilaku konsumsi yang dilakukan dikalangan santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.

##### b. Wawancara

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, 129.

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kualitatif, Dan R&D*, (Bandung: Alfabeta 2012), 226.

Wawancara yaitu suatu kegiatan pengumpulan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan pada narasumber. Wawancara bermakna berhadapan langsung dengan responden dan kegiatannya dilakun secara lisan.<sup>27</sup>

Wawancara terdiri dari wawancara berencana (*standardized interview*) dan wawancara tak berlangsung (*unstandardized interview*). Wawancara berencana ini terdiri dari suatu pertanyaan yang telah direncanakan sebelumnya berkaitan dengan data yang akan di wawancarai. Sedangkan wawancara tak berencana ini terdiri dari pertanyaan-pertanyaan yang tak mempunyai struktur tertentu, tetapi selalu berpusat pada pokok-pokok tertentu.<sup>28</sup> Wawancara ini dilakukan dengan informasi yang mengetahui masalah penelitian tentang perilaku konsumsi santriwati yang ada di Pondok Pesantren Wali songo Ngabar. Sehingga, dari proses wawancara tersebut dapat di peroleh data yang valid dan sesuai dengan yang dibutuhkan. Sedangkan dalam penelitian ini, informan yang akan diwawancara adalah ustadzah dan santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar.

#### c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa sumber tertulis, film, gambar atau foto, dan karya-karya monumental, yang semuanya dapat diperoleh

<sup>27</sup> Joko Subagyo, *Metodologi Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: Aneka Cipta, 2011), 39.

<sup>28</sup> Moloeong, L.J, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1990), 4.



merupakan data yang lengkap, asli dan bukan perkiraan.<sup>29</sup> Dalam hal ini peneliti melakukan studi dokumentasi dari arsip atau catatan-catatan yang ada, foto-foto, tabel, skema/bagan, catatan kejadian atau peristiwa tertentu yang dapat membantu menjelaskan kondisi-kondisi yang akan digambarkan oleh peneliti. Data yang bersifat angka kemudian diuraikan secara deskripsi kualitatif.

## 5. Teknik Pengolahan Data

Tahapan- tahapan pengolahan data penelitian ini ada tiga tahapan, ditambah tahapan terakhir yaitu tahapan penulisan laporan penelitian, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi (*data collection*)
- b. Mereduksi data dengan cara merangkum, melihat hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting (*data reduction*)
- c. Pemaparan data yang digunakan dalam bentuk teks yang bersifat naratif (*data display*)
- d. Melakukan penarikan kesimpulan (*conclusion*). Penting membuat kesimpulan terhadap data yang dipaparkan. Misalnya setelah mengutip beberapa definisi kemudian disimpulkan menggunakan kalimat sendiri.<sup>30</sup>

## 6. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah cara yang dilakukan untuk menyusun, mengorganisasikan, dan menjabarkan data yang diperoleh secara

---

<sup>29</sup> Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 158.

<sup>30</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, 141.

sistematis agar mudah dipahami diri sendiri dengan orang lain.<sup>31</sup> Penelitian ini menggunakan teknik analisis data secara kualitatif dengan menggunakan metode berfikir induktif yaitu teknik berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan dengan hipotesis.<sup>32</sup>

Analisis data diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data dalam kategori, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

## **7. Teknik Pengecekan Keabsahan Data**

Adapun pengecekan keabsahan temuan yang digunakan peneliti dalam penelitian adalah dengan metode triangulasi. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan sebagai sumber data.

Triangulasi merupakan teknik untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber data yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya, data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek melalui observasi, atau dokumentasi. Jika dengan tiga teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda-beda,

---

<sup>31</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 244.

<sup>32</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi*, 333.

maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang di anggap berbeda atau mungkin semuanya benar karena sudut pandangnya berbeda.<sup>33</sup> Dengan teknik triangulasi sumber maka peneliti akan menjadikan ustadzah dan santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar sebagai sumber pengumpulan data dan sebagai tolak ukur keabsahan data yang akan diolah menggunakan teknik triangulasi sumber.



---

<sup>33</sup> Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, ( Bandung: Alfabeta, 2008), 241.

## **G. Sistematika Pembahasan**

Dalam rangka supaya pembahasan skripsi ini dapat tersusun secara sistematis sehingga penjabaran yang ada dapat dipahami dengan baik, maka penelitian membagi pembahasan menjadi lima bab dan masing-masing bab terbagi ke dalam beberapa sub bab, yaitu:

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan masalah, manfaat penelitian, studi penelitian terdahulu metode penelitian dan sistematika pembahasan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI**

Bab ini berisi tentang kajian teori studi pendahuluan. Bab ini diajukan untuk memperkuat dasar-dasar teori yang digunakan peneliti untuk memperkuat rencana penelitian dari rumusan masalah yang telah disajikan pada bab pendahuluan, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

### **BAB III : PAPARAN DATA**

Bab ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data. Teknik keabsahan data, teknik pengolahan data, teknik menganalisis data. Bab ini ditunjukkan untuk mengurangi prosedur penelitian dari mulai pengambilan data hingga bagaimana penelitian untuk mengambil kesimpulannya. Yang ditunjukkan untuk membuktikan keabsahan data peneliti yang dirumuskan pada tinjauan pustaka.

#### BAB IV : ANALISIS DATA

Pada bab ini akan menganalisis data yang berkaitan dengan perilaku konsumsi di kalangan santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo, analisis tentang faktor yang menyebabkan adanya perilaku konsumsi di kalangan santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo.

#### BAB V : PENUTUP

Bab ini termasuk bab terakhir yang berisi tentang kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi. Kesimpulan menyajikan secara ringkas seluruh penemuan penelitian yang ada berhubungannya dengan masalah penelitian yang diperoleh berdasarkan analisis dan interpretasi data yang telah diuraikan pada bab-bab selanjutnya. Sedangkan saran adalah berisi dua hal yaitu pengembangan keilmuan dalam bentuk penelitian lanjutan dan perbaikan aplikasi hal penelitian selanjutnya.

## BAB II

### PERILAKU KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

#### A. Teori Konsumsi

##### 1. Pengertian Teori Konsumsi

Konsumsi secara umum dimaknai sebagai tindakan untuk mengurangi atau menghabiskan nilai guna ekonomi suatu benda, seperti memakan makanan, memakai baju, mengendarai motor, menempati rumah dan lain-lain. penggunaan berbagai jenis barang dan jasa seperti sandang, pangan, alat komunikasi dan lain-lain yang bermuara pada pemenuhan kebutuhan hidup sebagai makhluk biologis merupakan bentuk dari perilaku konsumsi.<sup>34</sup> Konsumsi Islam adalah kegiatan memanfaatkan atau menghabiskan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam upaya menjaga kelangsungan hidup dengan ketentuan syariat. Perbedaan yang mendasar dengan konsumsi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri. Dalam ekonomi Islam cara pencapaian harus memenuhi pedoman syariat.<sup>35</sup>

Sedangkan Menurut Sugiharsono dan Danu, mengkonsumsi suatu barang dapat berarti menghabiskan sekaligus kegunaan barang yang bersangkutan sehingga barang itu habis kegunaanya atau nilainya.

<sup>34</sup> Andri Bahri, "Etika Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Jurnal Studia Islamika*, Vol. 11 No 2, (Pare-Pare, Desember, 2014), 347-370.

<sup>35</sup> Hendri Anton, *Pengantar Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 225.

Mengonsumsi barang juga berarti mengurangi kegunaan barang sehingga kegunaan barang itu secara berangsur-angsur akan habis.<sup>36</sup>

Sedangkan Menurut Qal'ahjiy, konsumsi adalah melenyapkan zat atau menghabiskan manfaat sesuatu untuk memperoleh manfaatnya.<sup>37</sup> Islam memandang segala yang ada di bumi dan seisinya hanyalah milik Allah, sehingga apa yang dimiliki adalah amanah. Oleh karena itu, manusia dituntut untuk menyikapi harta benda untuk mendapatkannya dengan cara yang baik dan benar, proses yang benar, pengelolaan dan pengembangan yang benar.

Dalam berkonsumsi seseorang cenderung untuk memaksimalkan daya guna atau *utility*-nya. Jika dalam ekonomi konvensional keinginan ditentukan oleh konsep utility maka dalam Islam kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah. Semakin maju peradaban manusia, semakin tinggi pula kebutuhannya pada barang-barang yang akan dikonsumsi dengan beragam jenisnya.

Jadi dapat dipahami bahwa konsumsi merupakan memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah SWT untuk mendapatkan kesejahteraan dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Dalam melakukan

---

<sup>36</sup> Sugiharsono dan Daru, W. *Dasar-dasar Ekonomi*, (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019), 41.

<sup>37</sup> Isnani Harahap, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Jakarta: Kencana, 2017), 155.

konsumsi maka perilaku konsumen terutama muslim harus selalu didasarkan pada syariah Islam.<sup>38</sup>

## 2. Ciri Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumen muslim adalah suatu aktivitas manusia yang berkaitan dengan membeli dan menggunakan produk barang dan jasa, dengan memperhatikan kaidah ajaran Islam dan berguna bagi kemaslahatan semua umat. Ciri-ciri perilaku konsumen Muslim yaitu:<sup>39</sup>

- a. Konsumen muslim dalam berkomunikasi didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhan manusia terbatas.
- b. Seorang muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan mengkonsumsi sebagai kebutuhan, bukan sebagai keinginan.
- c. Suatu kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkatan kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan.
- d. Konsumen muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang *syubhat* apalagi barang-barang yang sudah jelas haramnya.
- e. Seorang muslim tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan, dan tidak akan membeli barang-barang diluar jangkauan penghasilannya.
- f. Sebagai seorang muslim akan mencapai tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya.

---

<sup>38</sup> H. Fakhry Zamzam dan Havis Aravik, *Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis Keberkahan* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 35.

<sup>39</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), 187-188.



Islam membatasi konsumen muslim dengan melarang *israf* atau berlebih-lebihan. Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Islam tetap membolehkan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhannya selama masih batas kewajaran. Namun, apabila kebutuhan hidup dipenuhi dengan cara yang berlebih-lebihan akan menimbulkan efek buruk dikemudian hari bagi manusia tersebut. Terdapat dampak buruk yang timbul karena *israf* diantaranya:<sup>40</sup>

- a. Inefisiensi pemanfaatan sumber daya,
- b. Egoisme,
- c. *Self-interest*,
- d. Tunduknya diri terhadap hawa nafsu.

Efek buruk yang timbul bisa menghabiskan uang yang kita miliki. Uang yang seharusnya untuk belanja dan pemenuhan kebutuhan akan cepat habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan dapat merugikan diri.

Dari paparan diatas bahwa prinsip yang mengandung nilai moral dan etika tersebut tidak ada yang bertentangan satu dengan yang lain. Bahwa dari pendapat-pendapat para ulama dan pakar ekonomi muslim berkombinasi mencoba merumuskannya dengan tetap berpegang pada prinsip ekonomi Islam dan juga karakteristik yang melekat di dalamnya.

---

<sup>40</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumtif*, 15-16.

## B. Teori Konsumtif

### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Konsumtif adalah perilaku konsumsi yang boros dan berlebih-lebihan, yang lebih mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas.<sup>41</sup>

Menurut Sumartono, perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan (*need*) tetapi sudah dalam faktor keinginan (*want*).<sup>42</sup> Konsumsi merupakan bagian terpenting dalam kehidupan manusia untuk bertahan hidup. Manusia membutuhkan makanan untuk bertahan hidup, pakaian untuk menutupi atau melindungi tubuhnya, tempat tinggal untuk berteduh, berkumpul dengan keluarga serta berlindung dari hal-hal yang mengganggu dirinya.

Dalam pandangan Islam kebutuhan merupakan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sedangkan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis.

---

<sup>41</sup> Ferina Dewi, Erna, *Merek Dan Psikologi Konsumen*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), 34.

<sup>42</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan: Meneropong Pesan Imbas Iklan Televisi*, (Bandung; Alfabeta, 2002),140.

Karena mereka mempunyai kebutuhan jangka pendek (di dunia) dan kebutuhan jangka panjang (di akhirat). Didalam Islam sendiri, konsumsi yang berlebih-lebih disebut (*israf*) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Israf* yaitu membelanjakan sebagian harta yang tidak memiliki manfaat, dan ini dilarang dalam Islam. Islam sendiri menganjurkan agar membelanjakan harta sesuai dengan yang kita butuhkan untuk memenuhi kebutuhan dan dilakukan dengan cara rasional.

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong dan berbuat apa saja termasuk berbohong. Oleh karena itu, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebih, karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

## **2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Lina dan Rosyid yang dikutip oleh Eni Lestarina, dkk., aspek-aspek perilaku konsumtif adalah:

### **a. Pembelian *Implustif* (*Impulsive buying*)**

Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang membeli semata-mata didasari oleh hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang terjadi kemudian dan biasanya bersimat emosional.

### **b. Pemborosan (*Wasteful buying*)**

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kepuasan kebutuhan yang jelas. Remaja mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan dan menyebabkan remaja mengeluarkan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri. Perilaku konsumtif juga cenderung bermakna pemborosan yang terdapat dampak negatifnya bagi kehidupan remaja.

c. Mencari kesenangan (*Non rasional buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya trendy.<sup>43</sup>

### 3. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono Indikator perilaku konsumtif adalah:

- a. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangatlah mudah terbujuk untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.
- b. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- c. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

---

<sup>43</sup> Eni Lestarina, dkk., "Perilaku Konsumtif di kalangan Remaja" *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Volume 2, No 2, (2017), 4.

- d. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status. Konsumen memiliki kemampuan membeli
- e. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang meniklankan.
- f. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- g. Mencoba lebih baik dari dua produk sejenis (merek berbeda).
- h. Membeli produk karena hadiahnya. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan dengan membeli barang tersebut.<sup>44</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa ada indikator yang mendasari perilaku konsumtif pada remaja, yaitu karena membeli produk beriming-iming hadiah, membeli produk karena menarik, membeli produk karena demi menjaga penampilan dari dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi, dan memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

### **C. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Konsumsi**

Perilaku konsumen merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi proses keputusan konsumen untuk membeli atau mengkonsumsi produk dan jasa. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi

---

<sup>44</sup> Sumartono, *Terperangkap Dalam Iklan*, (Bandung: CV. Alfabeta, 2002), 199.

kebutuhan dan keinginan. Menurut Fahmi Medias, pengeluaran terdiri dari konsumsi rumah tangga (*household consumption/private consumption*) dan konsumsi pemerintah (*government consumption*). Faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya pengeluaran konsumsi rumah tangga, antara lain:<sup>45</sup>

#### 1. Faktor Ekonomi

Ada empat faktor ekonomi yang menentukan tingkat konsumsi adalah:

##### a. Pendapatan Rumah Tangga (*Household Income*)

Pendapatan rumah tangga sangat besar pengaruhnya terhadap tingkat konsumsi, biasanya semakin baik tingkat pendapatan, maka tingkat konsumsi makin tinggi. Karena kemampuan rumah tangga untuk membeli aneka kebutuhan konsumsi semakin besar sehingga memungkinkan akan terjadi pola hidup yang semakin konsumtif, atau semakin menuntut kualitas yang baik.

##### b. Kekayaan Rumah Tangga (*Household Wealth*)

Kekayaan rumah tangga yaitu kekayaan riil seperti rumah, tanah, mobil, dan *financia* (deposito berjangka, saham dan surat-surat berharga). Dimana kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena dapat menambah pendapatan *disposable* (sekali pakai).<sup>46</sup>

##### c. Tingkat Bunga (*Interset Rate*)

Tingkat bunga yang tinggi dapat mempengaruhi perilaku konsumsi dengan tingkat bunga yang tinggi maka biaya ekonomi akan semakin banyak atau mahal. Karena bagi seseorang yang ingin mengkonsumsi

<sup>45</sup> Fahmi Medias, *Ekonomi Mikro Islam*, (Malang : UNIMMA Press, 2018), 26.

<sup>46</sup> Ibid., 26.

dengan berhutang dahulu seperti hutang bank dengan kartu kredit, sehingga lebih baik menundanya.<sup>47</sup>

d. Perkiraan Tentang Masa Depan (*Household Expectation about The Future*)

Faktor-faktor internal yang digunakan untuk memperkirakan prospek masa depan selain rumah tangga antara lain seperti pekerja, dan gaji yang menjanjikan serta banyaknya anggota keluarga yang telah bekerja. Sedang faktor eksternal yang mempengaruhi antara lain kondisi perekonomian dan arah kebijakan ekonomi yang dijalankan pemerintah.

2. Faktor Demografi

a. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang banyak akan mempengaruhi pengeluaran konsumsi secara terus menerus, walaupun pengeluaran rata-rata perorang atau berkelompok relative rendah. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat banyak apabila jumlah penduduk lebih banyak dan pendapatan perkapital sangat tinggi.

b. Komposisi Penduduk

Pengaruh konsumsi penduduk terhadap tingkat konsumsi diantara lain:<sup>48</sup>

- 1) Semakin banyak penduduk yang tinggal di daerah perkotaan maka semakin banyak pengeluaran konsumsi yang semakin tinggi. Sebab

<sup>47</sup> Ibid., 27.

<sup>48</sup> Ibid., 28.

pada umumnya pola hidup perkotaan lebih konsumtif dibandingkan masyarakat perdesaan.

- 2) Semakin banyak penduduk yang berusia produktif maka makin besar tingkat konsumsi sebab banyak penduduk yang bekerja dengan penghasilan yang besar.
- 3) Semakin banyak tingkat pendidikan penduduk, maka tingkat konsumsinya juga semakin tinggi karena ketika seorang atau suatu keluarga makin berpendidikan tinggi maka kebutuhan hidup semakin banyak.

c. Faktor-faktor Non-Ekonomi

Faktor-faktor non ekonomi yang mempengaruhi besarnya konsumsi diantaranya adalah:<sup>49</sup>

1) Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang akan mempengaruhi besarnya konsumsi seorang.

Faktor internal terdiri:

a) Faktor Usia

Usia anak –anak dapat mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Usia remaja sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal, seperti model, desain, dan lain-lain. Serta cenderung emosional. Usia tua (orang tua)

<sup>49</sup> Herman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global*, (Bandung: Alfabrta, 2017), 225.



cenderung rasional dan banyak yang dipertimbangkan, seperti harga, manfaat, tujuan, dan lain-lain.<sup>50</sup>

b) Gaya Hidup

Gaya hidup adalah seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat dan opininya. Dengan menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang dan memanfaatkan waktunya.

c) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa uang tersedia di pasaran. Motivasi dapat muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan konsumen, kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya.

d) Persepsi

Persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memperoleh, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama dapat dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tergantung pada pengetahuan, pengalaman, minat, perhatian dan sebagainya.

---

<sup>50</sup> Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, 46.

#### e) Pembelajaran

Pembelajaran ketika konsumsi berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka akan terus menerus berusaha atau mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar-benar puas. Produk yang memberikan kepuasan itulah yang akan dipilih lain waktu.

### 2) Faktor Eksternal

#### a) Faktor Budaya

Kebudayaan dapat menyebabkan seseorang bersikap negatif terhadap kehidupan individualisme yang mengutamakan corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakat.<sup>51</sup>

Sebab budaya mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap pembentukan sikap. Sehingga, akan mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang atau jasa yang ditawarkan.

#### b) Faktor Sosial

Kelas sosial dapat diartikan sebagai susunan atau pengelompokan yang teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya memiliki minat dan perilaku yang sama.<sup>52</sup> Kelas sosial

<sup>51</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam iklan : meneropong Imbas Peran Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002),95.

<sup>52</sup> Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008),7.

sendiri mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar yang akan menunjukkan suatu kehormatan.<sup>53</sup>

Sehingga setiap masyarakat akan memperhatikan tingkatan sosialnya dan mempengaruhi interaksi dalam masyarakat yang akan ikut membentuk perilaku seseorang ketika memberikan tanggapan atau reaksi terhadap beberapa hal, termasuk terbentuknya pola-pola konsumsi dalam pembelian suatu barang atau jasa.

c) Kelompok Acuan/ Kelompok Referensi

Kelompok acuan atau kelompok referensi (*reference group*) terdiri dari semua kelompok yang memiliki pengaruh (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Salah satunya adalah kelompok teman sebaya. Sebab, teman sebaya mempunyai peran yang cukup besar terutama dalam pembentukan sikap. Adanya kecenderungan untuk penerimaan dari teman sebayanya, mendorong para remaja mudah untuk dipengaruhi oleh kelompoknya dibandingkan sumber-sumber lainnya.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Etta Mamang Sangadji dan sopiah, *Perilaku konsumen*. 48.

<sup>54</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan*, 104.

### BAB III PAPARAN DATA

#### A. Profil Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo

##### 1. Sejarah Berdirinya Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar

Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo adalah Pondok yang didirikan oleh K.H Mohammad Thoyyib pada 18 *Syawwal* 1380H/4 April 1961H, dan diwakafkan pada 22 *Sya'ban* 1400H/8 Juli 1980H oleh K.H Ahmad Thoyyib dan K.H Ibrohim Thoyyib.

Nama lengkap lembaga ini adalah Pondok Pesantren Wali Songo. Tetapi sering juga disebut Pondok Ngabar. Nama “Wali Songo” ada kaitanya dengan tokoh-tokoh legendaris da’i-da’I pada jaman Majapahit dan Demak dengan tokoh-tokohnya yaitu 1. Sunan Malik Ibrahim, 2. Sunan Ampel, 3. Sunan Giri, 4. Sunan Drajat, 5. Sunan Bonang, 6. Sunan Muria, 7. Sunan Kudus, 8. Sunan Kalijaga, 9. Sunan Gunung Jati. Mereka dianggap berjasa besar dalam penyebaran agama Islam khususnya dipulau Jawa.

Pejuangan para wali tersebut sangat berkesan di hati pendiri Pondok Pesantren Ngabar sehingga memberi nama “Wali Songo” kepada pondoknya. Pemberian nama itu juga didorong dua hal: *Pertama*: keinginan untuk mengingat jasa-jasa para wali dalam bidang dakwah Islam di Indonesia. *Kedua*: keinginan untuk mewarisi sekaligus meneruskan semangat dan usaha para wali dalam menyebar luaskan ajaran agama Islam. Dengan demikian, diharapkan santri-santri Ngabar kelak setelah tamat dapat meneladani mereka dalam mengemban amanah dakwah.

Secara historis pula, santri pertama yang datang mondok di Pesantren ini berjumlah sembilan orang yang berasal dari berbagai daerah. Usul penamaan ini dikemukakan oleh K.H. Ibrahim Thoyyib dalam pidato pembukaan dan perkenalan dengan santri baru kemudian disetujui hingga sekarang. Cita-cita mendirikan pondok pesantren telah lama ada di benak K.H. Muhammad Thoyyib melihat kondisi lingkungannya yang rusak. Kebiasaan minum arak, candu, dan berjudi telah merajalela di tengah masyarakat. sehingga Kyai Thoyyib melihat hanya lewat jalur pendidikan kondisi masyarakat akan berubah. Sehingga gagasan awal, beliau menyekolahkan ketiga putranya ke pondok-pondok sekitar seperti, Tegalsari, Joresan dan Gontor. Kemudian setelah tamat dapat membantu merintis berdirinya lembaga pendidikan Islam pertama berupa *Madrasah Diniyyah "Bustanul Ulum Al-Islamiyah"* (BUI) di Ngabar pada tahun 1946 yang di Pimpin oleh Ahmad Thoyib.<sup>55</sup> Pada awalnya, madrasah ini masuk sore hari kemudian berupa pagi hari dan namanya diganti menjadi Madrasah Ibtidaiyah "Mambaul Huda Al-Islamiyah" pada tahun 1958.

Kemudian untuk menampung lulusan sekolah ini kemudian dibuka madrasah tingkat lanjut tahun 1958. Awalnya lembaga diberi nama "*Tsanawiyah lil Mu'alimin*". Nama dengan saran K.H. Zarkasyi yang juga pendiri Pondok Gontor dan sekaligus guru dari pendiri Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar maka pada tahun 1972 disarankan nama diubah menjadi "*Manahiju Tarbiyatul Mu'alimin Al-Islamiyah*" diubah menjadi

---

<sup>55</sup> Dokumen Sekretariat Pondok, 2016.

“*Tarbiyatul Mu’alimin Al-Islamiyah*” atau bisa disingkat TMI. Sistem pendidikan pesantren dengan nama Pondok Pesantren “Wali Songo” diselenggarakan pada 4 April 1961.<sup>56</sup>

## 2. Visi dan Misi

Adapun visi dari Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar adalah Menjadi lembaga pendidikan Islam tertemuka yang berjiwa pesantren, unggul dalam IMTAQ dan IMTEK, bahagia dunia dan akhirat.<sup>57</sup>

Sedangkan misi dari Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Adalah:

- a. Mendidik dan membentuk generasi unggul yang bertakwa kepada Allah, beramal shalih, berbudi luhur, berbadan sehat, berpengetahuan luas, berfikiran bebas, berjiwa wiraswasta dan cinta tanah air.
- b. Menanamkan jiwa keikhlasan, kesederhanaan, kemandirian, *ukhuwah Islamiyah* dan kebebasan.
- c. Mempersiapkan generasi muslim yang menguasai teknologi, cakap, bertanggung jawab dan berkhidmat kepada agama dan masyarakat.
- d. Menyelenggaraan pendidikan Islam yang bermutu, dan konsisten kepada jiwa pesantren.
- e. Menyediakan pendidikan yang professional, sarana dan prasarana yang memadai dan lingkungan yang Islami.

<sup>56</sup> M. Bisri, *Pokok-Pokok Khutbatul Iftitah Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar*, (Ponorogo: Sekretariat, 2014),35.

### 3. Moto dan Panca jiwa Pondok

Nilai- nilai dasar yang ditanamkan oleh pendiri Pondok ini tertuang dalam Panca Jiwa Pondok. Panca Jiwa Pondok berisi 5 nilai dasar. Berikut isi Panca Jiwa Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo:

- a. Keikhlasan
- b. Kesederhanaan
- c. Berdikari
- d. *Ukhuwah Islamiyah*
- e. Bebas<sup>58</sup>

### 4. Arah dan Tujuan Pendidikan

Adapun arah orientasi pendidikan di Pondok Wali Songo ngabar ada 8 point disusun secara berurutan sehingga point pertama adalah point yang sangat berpengaruh terhadap point selanjutnya. Adapun delapan point sebagai berikut :

- a. Bertakwa kepada Allah
- b. Beramal sholeh
- c. Berbudi luhur
- d. Berbadan sehat
- e. Berpengetahuan luas
- f. Berfikiran bebas.
- g. Berjiwa wiraswasta.
- h. Cinta tanah air.<sup>59</sup>

---

<sup>58</sup> Ibid.,8.

## 5. Letak Geografisnya

Pondok Pesantren Wali Songo adalah salah satunya pondok pesantren di desa Ngabar. Desa Ngabar merupakan desa yang terletak di kecamatan siman dengan batas

Sebelah selatan : Desa Winong dan Desa Demangan,

Sebelah Utara : Desa Beton dan desa Sawah Jabung,

Sebelah Barat : Desa Winong,

Sebelah Timur : Desa Demangan

## 6. Fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh pondok

Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar memberikan beberapa fasilitas untuk menunjang sarana belajar santriwati. Diantara fasilitas-fasilitas yang dimiliki antara lain :

- a. Masjid
- b. Laboratorium kimia, fisika, biologi
- c. Pusat kajian bahasa
- d. Lembaga pendidikan *computer* dan internet
- e. Auditorium Utama
- f. Asrama
- g. Ruang Kelas
- h. BMT Ngabar
- i. Perpustakaan
- j. Wisma Tamu



k. Laundry

l. Mobil Operasional

m. Air Mineral

n. Mini Market

o. Sarana Olahraga

p. Kantin Putri

q. Klinik

r. UKS

## 7. Bentuk-bentuk pendidikan

a. Sekolah Formal

Dengan demikian adapun sekolah formal yang ada Pondok Pesantren Wali Songo Ngabrar adalah:

- 1) Tingkat pendidikan usia dini (PAUD), yang bernama *Tarbiyatul Athfal Al Manar Al Islamiyah*
- 2) Tingkat dasar bernama *Madrasah Ibtidaiyah (MI) Mambaul Huda Al Islamiyah*.
- 3) Tingkat SLTP dan SLTA disatukan menjadi kelas 1 sampai kelas VI yang mendidik calon guru putra dan putri yang bernama *Tarbiyatul Mu'aimin wal Mu'allimat Al-Islamiyah*
  - a) *Madrasah Tsanawiyah (MTs)*
  - b) *Madrasah 'Aliyah (MA)*

P O N O R O G O

4) Pendidikan Tingkat (S1), yang bernama “Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin Al-Islamiyah” yang memiliki 3 tingkatan fakultas, yaitu:

- a) Fakultas Da’wah
- b) Fakultas Syariah, dan
- c) Fakultas Tarbiah.<sup>60</sup>

b. Sekolah Non-Formal

Sekolah atau pendidikan non formal merupakan kegiatan organisasi dan sistematis, diluar sistem persekolahan. Pondok pesantren wali songo merupakan tempat bi’ah pembentukan karakter dan akhlak santriwati secara utuh. Disamping mengajarkan ilmu pengetahuan agama dan ilmu umum dari ustadzah. Santriwati diberi kegiatan-kegiatan yang ada dibawah naungan OSWAS beserta kegiatan ekstra kurikulumnya.

OSWAS (Organisasi santri wali songo) resmi berdiri pada tanggal 13 maret 2003, pengurus OSWAS terdiri dari beberapa santri kelas V yang dipilih berdasarkan bakat, akhlak, serta prestasi akademik, serta pengurus tersebut dilantik secara resmi oleh pimpinan pondok dan ustadzah pengasuh santri.

Disamping itu OSWAS bertanggung jawab atas seluruh aktifitas santri diluar kegiatan akademik dan memberikan sarana kepada para santriwati untuk menuangkan segala aspirasi, bakat, minat dan

---

<sup>60</sup> Ibid.,28.

kegemarannya. Disamping adapun pendidikan non formal di Pondok Pesantren Wali Songo adalah: <sup>61</sup>

- 1) Kepramukaan
- 2) *Mu a oroh* (Pidato 3 Bahasa)
- 3) Keterampilan
- 4) *Mu adatsah* (Percakapan Bhs. Arab dan Inggris)
- 5) *Tahfidz*
- 6) Leksentri (kesenian)
- 7) Drum Band
- 8) Olahraga
- 9) Denada (Seni Tari)
- 10) *Bookstore*
- 11) DKK (Dewan Kerja Kordinator)
- 12) Kopswajaya (Khusus Pengibar Bendera)
- 13) Simpowi (Bagian Kebersihan)
- 14) WHO ( Wali Songo *Health Organization*)
- 15) OSWAS Pres (Majalah Dinding)
- 16) Jurnalis
- 17) PMR (Palang Merah Remaja)

---

<sup>61</sup> Informasi Tahunan Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar (Ponorogo: Warta Tahunan Edisi XXXII, 2014),80.

## 8. Keadaan MTs dan MA

Adapun jumlah peserta didik MTs dan MA di Pondok Pesantren adalah sebagai berikut: <sup>62</sup>

**Tabel 3.1**  
**Peserta Didik Jenjang Mts dan MA**  
**Tahun Ajaran 2021/2022**

Jenjang Pendidikan	Kelas	Jumlah Kelas	Jumlah Santri
Madrasah Tsanawiyah (MTs)	7	9	230
	8	9	230
	9	9	250
Madrasah Aliyah (Ma)	10	7	186
	11	8	158
	12	8	188
<b>Jumlah</b>			1.242

Sumber: Data Sekunder diolah tahun 2022

## 9. Status dan Struktur Organisasi Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo.

Status *Madrasah Tsanawiyah* (MTs) dan *Madrasah 'Aliyah* (MA) sebagai berikut.

### a. Status *Madrasah Tsanawiyah* (MTs)

- 1) Nama Madrasah : MTs Wali Songo Putri
- 2) NSM : 121235020053
- 3) Tahun Berdiri : 1980 M
- 4) Status : Terakreditasi A

### b. Status *Madrasah 'Aliyah* (MA)

- 1) Nama Madrasah : MA Wali Songo Putri
- 2) NSM : 131435020040

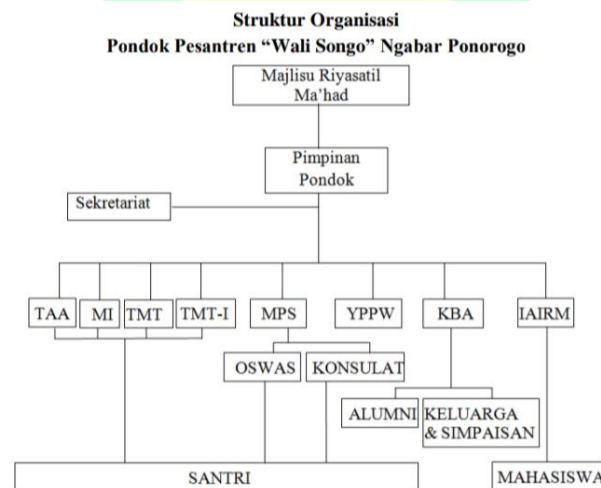
<sup>62</sup> Observasi, 15 April 2022

3) Tahun Berdiri : 1980 M

4) Status : Terakreditasi A

**Gambar 3.2**

**Struktur Organisasi Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar**



**Keterangan :**

TAA = Tarbiyatul Atfal “al-Manar”

MI = Madrasah Ibtidaiyah “Mambaul Huda”

TMT = Tarbiyatul Mu’allimin al-Islamiyah

TMT-I = Tarbiyatul Mu’allimat al-Islamiyah

YPPW = Yayasan Pemeliharaan dan Pengembangan Wakaf

MPS = Majelis Pembimbing Santri

KBA = Keluarga Besar Alumni Pondok Pesantren Wali Songo

IAIRM = Institut Agama Islam “Riyadlotul Mujahidin”

**Sumber : Sekretariat Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar**

a. Ketua Majlisu Riyasatil Ma’had

1) KH. M. Bisri, M.A

b. Pimpinan Pondok

1) KH. Heru Saiful Anwar, M.A

2) KH. Moh. Ihsan, M.Ag

3) KH. Moh. Tholhah, S.Ag

c. Koordinasi Sekretariat Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar

1) H. Mohammad Zaki Su'aidi, Lc, M.A (Hons), M.PI

d. Institut Agama Islam Riyadlotul Mujahidin (IAIRM)

1) Rektor : H. Mohammad Zaki Su'aidi, Lc, M.A (Hons), M.PI

2) Wakil Rektor : Drs. H. Alwi M, M. Pd.I

3) Wakil Rektor 1: H. Darul Ma'arif, M.SI.

e. Tarbiyatul Mu'allimin Al-Islamiyah (TMI)

1) Kepala : Ali Said Abidin, S. HI, M.Pd.I

2) Wakil : Marjuni, M.Pd.I

3) Wakil 1: Singgih Rahmanu, M.Pd.I

f. Tarbiyatul Mu'allimat Al-Islamiyah (TMt-i)

1) Kepala : Hadi Wiyono, M.HI

2) Wakil : Endang Sriani, S.Ag

3) Wakil 1: Maryam Imam, S.Ag

g. Madrasah Ibtidaiyyah Mamba'ul Huda Al-Islamiyyah

1) Kepala : M. Ali Syahadat, S.Ag

2) b) Wakil : Ahmad Daroini, S.Pd.I

h. Tarbiyatul Athfal Al-Manar Al-Islamiyah

1) Kepala : Siti Munawaroh, S.Pd.I

2) Wakil : Binti Latifah, S.Pd.I

i. Majelis Pembimbing Santri (MPS) Putra

1) Ketua : Hady Saptono, S.Ag

2) Wakil : Moh. Thohir, M. Pd.I

j. Majelis Pembimbing Santri (MPS) Putri

1) Ketua : Hj. Rahma Maulidia, M.Ag

2) Wakil : Atina Hasanah, S.Pd.I

k. Yayasan Pengembangan dan Pemeliharaan Wakaf Pondok Pesantren  
Wali Songo Ngabar (YPPW)

1) Ketua : H. Mohammad Zaki Su'aidi, Lc, M.A (Hons), M.PI

2) Wakil : Drs.M. Yasin, SH, M.Ag

l. Keluarga Besar Alumni Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar  
(KBAPWS)

1) Ketua : M. Wahib, S.H

2) Wakil : Nur Kholis, S.Ag



## B. Data

### 1. Perilaku Konsumsi Santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo

Penelitian ini ditulis berdasarkan keadaan atau fenomena yang banyak terjadi dimasa sekarang ini terutama dikalangan santriwati. Penulis mengambil tema mengenai konsumsi yang terfokuskan pada pola konsumsi santriwati dalam kehidupan sehari-hari seperti konsumsi dalam pemenuhan kebutuhan, konsumsi pakaian, barang dan penggunaan uang saku dari orang tua. Paparan data akan berkaitan dengan faktor apa saja yang menyebabkan santriwati berperilaku konsumtif dan pandangan menurut ekonomi Islam tentang perilaku konsumsi santri.

Dalam memecahkan masalah penelitian ini, penulis membutuhkan informasi dengan metode wawancara yaitu santriwati yang dinyatakan memenuhi kriteria dalam memberikan informasi dalam hal perilaku konsumsi.

#### a. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

##### 1) Penggunaan Uang Saku

Perilaku konsumtif sebagai sebagai salah satu perilaku boros yaitu menghambur-hamburkan uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas. Perilaku konsumtif lebih mengutamakan mengeluarkan uang untuk suatu hal yang sifatnya hanya keinginan dan tidak sesuai dengan kebutuhannya.

Uang merupakan alat tukar atau transaksi untuk pembayaran dalam pembelian barang dan jasa. Jumlah kebutuhan dan pengeluaran



santriwati yang dikeluarkan setiap anak mempunyai perberbeda antara satu dengan yang lain. Begitu pula kebutuhan bagi santriwati yang memiliki kebutuhan yang berbeda dengan yang lain. Oleh sebab itu, jumlah uang saku yang diberikan oleh orang tua santriwati tentu juga berbeda juga. Sesuai dengan keperluan dan kebutuhan masing-masing anak. Sehingga orang tua santriwati telah memberikan kepercayaan kepada anak untuk mempergunakan uang saku yang telah diberikan dengan sebaik-baiknya.

Seorang santriwati yang bernama Nina Isatul Hawa yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Untuk setiap bulannya saya mendapat kiriman uang sebesar Rp.1.000.000 uang tersebut saya gunakan untuk membayar SPP Rp.670.000 dan sisanya Rp.300.000 itu untuk uang jajan saja dan untuk iuran jika ada ”.<sup>63</sup>

Sama halnya yang dikatakan santriwati yang bernama Firzana Arivatul Azizah berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Setiap bulannya saya mendapat uang sebesar Rp.1.000.000 uang tersebut saya gunakan untuk membayar SPP. Rp.670.000 sisanya Rp.300.000 untuk uang jajan, sabun keperluan sekolah, iuran dan bayar *laundry* perminggunya”.<sup>64</sup>

Berbeda yang dikatakan oleh salah satu santriwati yang bernama Dini Ardiah mengatakan bahwa: “Setiap bulan saya mendapatkan kiriman sebesar Rp.1.000.000 yang Rp.670.000 saya gunakan untuk

---

<sup>63</sup> Nina Isatul Hawa, Wawancara, 15 April 2022

<sup>64</sup> Firzana Arivatul Azizah, Wawancara, 15 April 2022

membayar SPP sedangkan sisanya untuk membayar iuran, uang jajan, dan *laundry*. Untuk kebutuhan bulanan seperti sabun, sampo dan lain-lain saya meminta lagi ke orang tua”.<sup>65</sup>

Sama halnya yang dikatakan oleh santriwati yang bernama Khoifa Syarifah berasal dari Riau mengatakan bahwa: “Setiap bulanya saya mendapatkan kiriman dari orang tua sebesar Rp.1.500.000 uang tersebut saya gunakan untuk membayar SPP sebesar Rp.670.000 dan sisanya Rp.800.000 saya gunakan untuk jajan, iuran dan lain-lain. Selain untuk keperluan sehari-hari kadang kalau ada sisanya saya tabung”.<sup>66</sup>

#### **b. Mencari Kesenangan (*Non Rational Buying*)**

##### 1) Kebutuhan Harian

Dengan adanya fasilitas yang telah diberikan dari pondok pesantren wali songo seperti asrama, makan dan minum tersebut, untuk mendapatkannya santriwati harus membayar biaya SPP sebesar Rp.670.000 perbulanya. Selain kebutuhan makan dan minum, santri diperbolehkan memenuhi kebutuhan sehari-hari didalam pondok. Misalnya kebutuhan alat mandi, pakaian, krudung, peralatan sekolah aneka makanan dan minuman yang mereka sukai. Setiap santriwati mempunyai cara untuk mengkonsumsi barang yang berbeda-beda baik dalam hal pemenuhan kebutuhan dan keinginan.

<sup>65</sup> Dini Ardiah, Wawancara, 15 April 2022

<sup>66</sup> Khoifa Syarifah, Wawancara, 15 April 2022

Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, dari pondok pesantren wali songo telah menyediakan 2 toko yaitu, koperasi dan kantin yang menyediakan dan menjual berbagai macam jajan serta peralatan lainnya. Untuk mengetahui perilaku konsumsi santriwati dalam hal pemenuhan kebutuhan harian maka peneliti menjelaskan berdasarkan wawancara:

Yang pertama menurut salah satu santriwati yang bernama Wulidatu mengatakan bahwa: “Dari pondoknya telah menyediakan jatah makan 3 kali sehari. Namun merasa bosan dengan menu makan yang disediakan. Sehingga saya menitip makanan dari luar seperti nasi padang, minuman boba dan seblak”.<sup>67</sup>

Menurut santriwati yang bernama Azahra mengatakan bahwa: “Biasanya di kopras dan koperasi itu buka 3 kali perharinya pagi, siang dan malam. Barang yang disediakan bervariasi mulai dari jajan, alat sekolah, pakaian, dan lain-lain. Hanya saja harga yang ditawarkan jauh berbeda dengan harga yang diluar. Kadang lebih sering menitip barang dari luar”.<sup>68</sup>

Hal serupa juga di katakan oleh santriwati yang bernama Arisa Dwi Anggraheni mengatakan bahwa: “Di pondok sendiri sudah diberi jatah makan perharinya, kadang males untuk mengantri biasanya beli makanan dikantin, Kalau gak mood makanan atau gak ada menu baru

---

<sup>67</sup> Wulidatu, Wawancara, 3 April 2022

<sup>68</sup> Azahra, Wawancara, 20 April 2022

dikantin ya biasanya menitip ustadzah untuk dibelikan diluar biasanya seblak, mie ayam seperti gitu”.<sup>69</sup>

Hal ini sesuai yang dikatakan oleh Ustadzah Siti Nur Hidayatus Sholihah, beliau merupakan salah satu alumni dari pondok dan sebagai ustadzah pengabdian saat ini mengatakan bahwa:

“Kebanyakan santriwati berasal dari latar belakang dan keluarga berbeda. Sehingga ada beberapa santri yang masih mengikuti kebiasaan saat dirumah. Misal: santri yang terbiasa menggunakan alat *make up* saat dirumah dengan menggunakan produk sekarlet. Sedangkan dikoprasi tidak menyediakan adanya produk marian mengakibatkan santri menitip produk tersebut dari luar. Dari pondok sendiri sebenarnya membatasi penggunaan barang dari luar. Seperti halnya *make up* yang mencolok ataupun yang berlebihan kalau ketahuan ustadzahnya, ya diambil atau biasanya di tegur. Tidak jauh berbeda dengan makanan, di pondok sendiri telah menyediakan makanan untuk santriwati perharinya dijatah 3 kali. Sedangkan dihari senin dan kamis biasanya menu dibuat berbeda karen santriwati ada yang melakukan puasa. Sebenarnya makanan yang disediakan disini termasuk sudah enak. Tapi ada beberapa santri yang merasa kurang mengenai itu, ada beberapa santri yang merasa bosan dengan makanan yang ada dan biasanya makanan yang mereka inginkan tidak ada di pondok, sehingga masih ada beberapa santri yang menitip makanan diluar itu biasanya karena adanya dorongan teman bermain ataupun keinginan”.<sup>70</sup>

Dari paparan wawancara di atas, dapat dikatakan bahwa santriwati dalam kesehariannya lebih mengutamakan keinginan dibandingkan menerima apa yang telah disediakan. Hal ini dapat dilihat dari mereka yang tidak suka menu yang telah disediakan dan lebih suka menitip makanan dari luar. Selain itu, kondisi lingkungan pondok dan pengaruh teman sepermainan yang akhirnya

<sup>69</sup> Arisa Dwi Anggraheni, Wawancara, 15 April 2022

<sup>70</sup> Siti Nur Hidayatus Sholihah, Wawancara, 15 April 2022

mempengaruhi untuk mengikuti kebiasaan yang salah. Dan ketika kebutuhan mereka habis akan meminta paketan atau meminta uang lagi kepada orang tuanya.

**c. Pembelian Impulsif (*Impulsive Buying*)**

Perilaku membeli semata-mata hanya didasari oleh keinginan sesaat atau hasrat yang muncul tiba-tiba tanpa ada pertimbangan. Perilaku ini tidak memikirkan apa yang akan menjadi kebutuhan di masa mendatang dan sifatnya emosional.

Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngablar telah memberikan peraturan bahwa setiap orang memasuki kawasan pondok diwajibkan untuk memakai busana muslim.<sup>71</sup> Seiring dengan berjalanya waktu, pakaian yang dikenakan oleh santriwati mengalami perubahan. Oleh karena itu dengan perkembangan zaman saat ini dan terus munculnya beberapa model-model pakaian dan jenis merek pakaian yang dipasarkan. Seseorang akan lebih memilih model dan merek pakaian sesuai perkembangan zaman dengan kualitas yang bagus dan tentu untuk harganya juga pasti mahal, dibandingkan dengan merek biasa yang dikategorikan murah dan kualitas biasa. Begitupun dengan santri, dapat dilihat dari model pakaian maupun jilbab yang digunakan para santriwati yang paling disukai dan digemari adalah jilbab/pakaian bermerek semisal *Rabbani*, *Afra*, *Nibras* dan lain-lainya.

---

<sup>71</sup> Pondok Pesantren Wali Songo Ngablar, Observasi, 1 April 2022

Tidak luput dari pengawasan ustadzah, sebab dari pondok sendiri menghimbau bahwa santriwati diperbolehkan mengenai pakaian yang penting tertutup, tidak ketat dan tidak mengenakan celana saat dilingkungan pondok. Serta pihak pembimbing santri telah memberikan peraturan yang berkaitan dengan pemakaian busana seperti jilbab yang menutupi dada serta pakaian yang longgar dan tidak nerawang saat dipakai.

Seperti yang dipaparkan oleh salah satu Santriwati, ia mengatakan bahwa:

“Di pondok sendiri mengenai *Brand* jilbab ataupun baju biasanya santri lebih banyak menggunakan jilbab dengan brand rabbani, karena lebih nyaman dipakai dan warnanya lebih bervariasi dan cocok digunakan untuk semua baju. Selain pakai jilbab *Robbani* biasanya pakai jilbab *Afra* yang karena lebih elegand menutupi dada dan kainnya bagus di pondok sendiri tidak ada larangan mengenai hal”.

Hal serupa juga diceritakan oleh santriwati yang bernama Reyna H mengatakan bahwa:

“Kebanyakan santri sekarang menggunakan brand *Robbani* untuk jilbabnya mayoritas santripunya bahkan ada santri yang punya berbagai warna jilbab yang dimiliki. Gak jauh berbeda dengan saya sendiri juga menggunakannya kadang jika ada diskon mintak dibelikan. Karena saya suka sama kainnya dan lebih mudah digunakan”.<sup>72</sup>

Begitupun menurut salah satu santri yang bernama Meylinda mengatakan bahwa:

“Kalau pakaian sendiri kebanyakan santri lebih suka memakai produk lokal tapi juga ada yang menggunakan *Brand*. Sedangkan jilbab sendiri ya kebanyakan memakai *Robbani* ya

<sup>72</sup> Reyna H, Wawancara, 10 April 2022

selain itu pakai *Afra* dan *Nibras*. Saya juga memakai salah satu memakai jilbab *Rabbani* dan *Afra* karena teman-teman kebanyakan memakai itu dan mempunyai barang tersebut”.<sup>73</sup>

Begitupun menurut Ustadzah Desy Maria selaku pembimbing santri mengatakan bahwa:

“Untuk rata-rata santrinya lebih cenderung memakai produk pakaian yang bermacam-macam, dari pembimbing santri telah menghimbau saat menjadi santri baru kemarin, mengenai *Brand* ataupun jumlah pakaian yang digunakan dari pembimbing telah memberikan standarisasi dalam berbusanan dan berpakaian untuk santrinya sendiri”.<sup>74</sup>

Dari hasil wawancara diatas dapat dilihat karena tidak adanya kebijakan perihal jumlah kepemilikan pakaian dan kebebasan dalam kepemilikan dan penggunaan pakaian, sehingga rata-rata banyak santriwati yang mempunyai model dan merek jilbab yang mereka sukai seperti halnya merek *Robbani*, *Afra* dan *Nibras*. Selain itu harga semua produk tersebut termasuk mahal harganya dibandingkan dengan merek lainnya. Selain kondisi lingkungan yang menjadi pengaruh perilaku tersebut juga orang lain yang sudah memakai produk tersebut sehingga santriwati meminatinya.

Dari data wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa santriwati memiliki perilaku konsumtif yang hanya didasarkan untuk mencari kesenangan, hal ini ditandai saat santriwati merasa bosan dengan makanan serta barang yang ada.

<sup>73</sup> Meylinda, Wawancara, 10 April 2022

<sup>74</sup> Desy Maria, Wawancara, 15 April 2022

**Tabel 3.3**  
**Kesimpulan Aspek Perilaku Konsumsi Santriwati di Pondok**  
**Pesantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo**

Aspek	Data
Pemborosan	Santriwati lebih mengutamakan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan.yang membuat santriwati mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan keperluannya. Intensitas santriwati dalam penggunaan uang saku yang tidak sesuai dengan batas maksimal pembelian perharinya.
Kesenangan	Santriwati yang sebagian besar masih meminta uang saku kepada orang tua tanpa ketika membeli produk tidak memikirkan kebutuhan dan keinginan. Sehingga santriwati membeli produk yang diinginkan atau disenangi yang semata-mata dilakukan untuk mencari kesenangan dan adanya perasaan bangga serta percaya diri ketika telah memiliki pakaian tersebut.
Pembelian Implusif	keinginan santriwati dalam membeli makanan ataupun barang secara tiba-tiba atau saat merasakan bosan tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli

Sumber : Data wawancara tahun 2022.

## 2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut data yang ada dilapangan ada beberapa indikator yang menjadikan santriwati memiliki perilaku konsumtif di antaranya sebagai berikut :

- a. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangatlah mudah terbujuk untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik.

Salah seorang santriwati yang bernama Layla yang berasal dari Jambi mengatakan bahwa: “Saya lebih memilih produk dengan harga



terjangkau, karena belum bekerja, dan memilih untuk menghemat untuk ditabung.”<sup>75</sup>

Hal tersebut berbeda jauh yang dikatakan oleh salah satu santriwati yang bernama Putri berasal dari Sidoarjo yang mengatakan bahwa: “Iya setuju karena santriwati zaman sekarang lebih memilih barang yang sesuai dengan trend baru yang ada di tiap tahunnya seperti, barang estetik dll tanpa melihat nilai produk itu.”<sup>76</sup>

Sama halnya yang dikatakan oleh salah satu santriwati yang bernama Kayla yang berasal dari Depok mengatakan bahwa: “Karena produk mahal dengan brand terkenal lebih terjamin kualitasnya dibandingkan dengan brand yang terjangkau.”<sup>77</sup>

Dari Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa membeli produk karena kemasan menarik, dapat menimbulkan konsumen mudah terberujuk dengan gaya tersebut, sebab masih ada beberapa santriwati yang ada beberapa yang tertarik terhadap brand suatu produk yang dimana masih ada beberapa santriwati yang menginginkan kemasan menarik dengan brand yang baik.

b. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Menurut pendapat salah satu santriwati yang bernama Anisa Ayu berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa bahwa: “Tidak, alasanya

<sup>75</sup> Layla, Wawancara, 14 September 2022

<sup>76</sup> Putri, Wawancara, 14 September 2022

<sup>77</sup> Kayla, Wawancara, 14 September 2022

produk dengan harga mahal untuk tujuan gengsi hanya menysia-nyikan uang dan jangka waktu.”<sup>78</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Anindya berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Tidak karena tidak ada manfaatnya.”<sup>79</sup>

Sama halnya yang dikatakan oleh salah satu santriwati yang bernama Fairuz Husna berasal dari Bogor mengatakan bahwa: “Tidak, karena jika terus menerus seperti itu tidak akan ada habisnya, sedangkan zaman terus mau.”<sup>80</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian santriwati tidak setuju dengan aspek tersebut yang mengatakan membeli produk demi menjaga penampilan dari gengsi, ada sebagian santriwati yang suka membeli produk dengan bahan sederhana tentu dengan harga yang sesuai, dengan alasan salah satu santriwati mengatakan terus menerus mengikuti zaman tidak akan ada habisnya.

- c. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Menurut salah satu santriwati yang bernama Reyna yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Iya tetapi masih mempertimbangkan.”<sup>81</sup>

<sup>78</sup> Anisya, Wawancara, 14 September 2022

<sup>79</sup> Anindya, Wawancara, 14 September 2022

<sup>80</sup> Fairuz, Wawancara, 14 September 2022

<sup>81</sup> Reyna, Wawancara, 14 September 2022

Sedangkan menurut santriwati yang bernama Nilam berasal Kalimantan mengatakan bahwa: “Iya, karena kita harus mengira-ngira uang yang di miliki.”<sup>82</sup>

Berbeda pendapat salah satu santriwati yang bernama Elvi berasal dari Ranau mengatakan bahwa: “Iya, karena harga barang tergantung dengan kualitas barang yang akan dibeli nantinya, jika murah tapi bermerek maka bisa jadi itu penipuan sebaliknya begitu.”<sup>83</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa santriwati dalam membeli produk tergantung dengan kualitas barang yang akan dibeli, dan saat membeli suatu produk ada beberapa santriwati yang masih mempertimbangkan harga, barang dan lain-lainya.

- d. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen memiliki kemampuan membeli

Menurut pendapat salah satu santriwati yang bernama Nabila yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “ Tidak, random aja.”<sup>84</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Zahro mengatakan bahwa: “Terkadang Iya.”<sup>85</sup>

Dari paparan diatas bahwa membeli produk ada beberapa santriwati yang setuju akan membeli produk sesuai dengan keinginan ada juga yang tidak. Dengan alasan sesuai dengan kepribadian masing-masing.

<sup>82</sup> Nilam, Wawancara, 14 September 2022

<sup>83</sup> Elvi, Wawancara, 14 September 2022

<sup>84</sup> Nabila, Wawancara, 14 September 2022

<sup>85</sup> Zahro, Wawancara, 14 September 2022

e. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Menurut pendapat salah satu santriwati yang bernama Nadhifa yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Kalau itu saya pernah, dengan membeli barang seperti punya idola korea yang saya sangat gemari tapi dengan harga terjangkau.”<sup>86</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Ilma yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Kadang iya, kadang tidak karena sesuai dengan diri saya sendiri.”<sup>87</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Kayla mengatakan bahwa: “Terkadang iya. Karena kegemaran fans dengan idolaya itu mempengaruhi dengan produk-produk yang akan kita beli, semisal produk itu dimiliki dengan idola kita maka terkadang kita juga jadi ingin memilikinya agar sama dengan idola kita.”<sup>88</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa ada beberapa santri yang masih mengikuti idola yang disukai karena tertarik terhadap barang atau benda yang dimiliki para fans fanatiknya.

f. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

---

<sup>86</sup> Nadhifa, Wawancara, 14 September 2022

<sup>87</sup> Ilma, Wawancara, 14 September 2022

<sup>88</sup> Kayla, Wawancara, 14 September 2022

Salah satu santriwati yang bernama Putri mengatakan: “Tidak, saya memilih produk yang standar yang penting barang itu dapat digunakan dan dipakai selagi sama manfaatnya, maka saya pilih yang itu.”<sup>89</sup>

Sedangkan salah satu santriwati yang bernama Nabila mengatakan: “Tidak, asalkan yang dipakai pantas maka akan meningkatkan kepercayaan diri.”<sup>90</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa santriwati mengatakan tidak setuju dengan aspek tersebut, dikarebakan semua tergantung diri pribadi masing-masing, sebab kalau diri kita nyaman dan tau manfaat akan barang tersebut kita mudah mendapatkan kepercayaan diri.

g. Mencoba lebih baik dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Elvi mengatakan bahwa: “Tidak, karena belum tentu satu brand itu semua kita sukai dan gak semua barang itu cocok untuk kita, jadi kita lebih baik mencoba dengan barang lain.”<sup>91</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Salsabila mengatakan bahwa: “Mencoba membeli produk dari brand terbaru, karena siapa tau ada yang lebih sesuai dengan kita.”<sup>92</sup>

Sedangkan menurut Nabila mengatakan bahwa: “Terkadang, ikutin mood aja.”<sup>93</sup>

<sup>89</sup> Putri, Wawancara, 14 September 2022

<sup>90</sup> Nabila, Wawancara, 14 September 2022

<sup>91</sup> Elvi, Wawancara, 14 September 2022

<sup>92</sup> Salsabila, Wawancara, 14 September 2022

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa masih ada beberapa santriwati yang ingin mencoba barang baru dengan brand baru dengan alasan ingin mencoba barang yang baru siapa tau cocok dengan barang tersebut dan juga ada yang berpendapat bahwa menggunakan barang yang lama karena sudah merasa nyaman dan sudah sesuai dengan keinginan.

h. Membeli produk karena hadiahnya. Individu membeli suatu barang

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Fara mengatakan bahwa: “Tidak, Karena kita mencari kualitas yang BPOM bukan diskon.”<sup>94</sup>

Sedangkan menurut santriwati yang bernama Aprilia mengatakan “Iya tentu saja.”<sup>95</sup>

Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Nabila yang mengatakan: “Tidak setuju, karena lebih percaya testimoni dari barang itu.”<sup>96</sup>

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa dengan iming-iming gratis tidak merubah citra konsumen seperti salah satu santriwati yang dimana masih mementingkan testimony barang dari pada menerima hadiah tapi tidak sesuai dengan yang kita harapkan.

---

<sup>93</sup> Nabila, Wawancara, 14 September 2022

<sup>94</sup> Fara, Wawancara, 14 September 2022

<sup>95</sup> April, Wawancara, 14 Septemeber 2022

<sup>96</sup> Nabila, Wawancara, 14 September 2022

### C. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabrar

Mengenai pola konsumsi Santriwati, ada banyak faktor yang mempengaruhi dalam melakukan konsumsi. Namun, setelah peneliti melakukan wawancara langsung dengan beberapa santriwati. Bahwa faktor yang melatar belakangi santriwati melakukan kegiatan konsumsi adalah faktor ekonomi, faktor internal dan faktor eksternal. Diantara faktor eksternal yaitu sebagai berikut:

#### a. Faktor Ekonomi

##### 1) Pendapatan Rumah tangga

Orang tua santriwati memiliki pekerjaan dan mata pencaharian yang berbeda-beda. Oleh sebab itu penghasilan yang dihasilkan juga berbeda pula.

Seperti yang dikatakan oleh salah satu ustadzah pengabdian yang bernama Desy Maria merupakan ustadzah pembimbing santri putri mengatakan bahwa: “Kebanyakan, orang tua santriwati bekerja sebagai Guru, Petani, PNS dan Wiraswasta”.<sup>97</sup>

Seperti yang dikatakan oleh santriwati yang berasal dari Ponorogo yang bernama Arisa Dwi Anggraheni mengatakan bahwa: “Pendapatan orang tua saya tidak menentu. Bapak saya bekerja sebagai petani,

---

<sup>97</sup> Desy Maria, Wawancara, 15 April 2022

sedangkan Ibu bekerja sebagai ibu rumah tangga. Kira-kira penghasilan satu bulanya Rp.500.000 sampai Rp.1.000.000”.<sup>98</sup>

Berbeda yang dikatakan oleh santriwati berasal dari Aceh timur bernama Lutfia Al Azriani mengatakan bahwa: “Bapak saya bekerja sebagai PNS dengan berpenghasilan kurang lebih Rp.4.000.000 perbulan. Sedangkan Ibu bekerja distributor obat-obatan dengan penghasilan kurang lebih Rp.2.000.000 jadi keseluruhan pendapatan kedua orang tua saya kurang lebih Rp.6.000.000 perbulanya”.<sup>99</sup>

Pekerjaan orang tua santriwati tidak hanya Pedagang, PNS, dan Petani. Sesuai yang diceritakan oleh Meylinda Santriwati yang berasal dari Ponorogo mengatakan bahwa: “Pendapatan orang tua saya tidak menentu. Apalagi Bapak saya bekerja di bengkel, sedangkan Ibu bekerja sebagai wiraswasta. Kira-kira penghasilan kurang lebih perbulanya Rp.2.000.000,-an tergantung pesanan orang”.<sup>100</sup>

Tidak jauh berbeda yang dikatakan Santriwati dari Ponorogo kelas VI yang bernama Fanny mengatakan bahwa: “Pekerjaan Orang tua sebagai pengusaha, lebih tepatnya sebagai pengusaha ketring, biasanya penghasilan orang tua kurang lebih sekitar Rp.2.000.000 perbulanya. Tergantung pesanan orang”.<sup>101</sup>

---

<sup>98</sup> Arisa Dwi Anggraheni, Wawancara, 15 April 2022

<sup>99</sup> Lutfia Al Adzraini, Wawancara, 15 April 2022

<sup>100</sup> Arisa Dwi Anggraheni, Wawancara, 15 April 2022

<sup>101</sup> Fanny, Wawancara, 15 April 2022



Dari hasil wawancara kurang lebih 15 santriwati, berikut ini diperoleh table data pekerjaan dan data penghasilan orang tua santriwati perbulannya.<sup>102</sup>

**Tabel 4.1**  
**Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang tua santriwati Setiap Bulan**  
**(>Rp.500.000,- sampai <Rp.1.000.000)**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan Orang Tua</b>	<b>Penghasilan Per bulan</b>
Binti Latifatun	Buruh tani	Rp.500.000,-
Wulidatur Rohma	Wiraswasta	Rp.500.000,-
Reyna Habibatul Zakiyah	Buruh tani	Rp.500.000,-
Arisa Dwi Anggraheni	Petani	Rp.1.000.000,-
Nina Isatul Hawa	Wiraswasta	Rp.1.000.000,-

Sumber: Data primer diolah tahun 2022.

**Tabel 4.2**  
**Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang tua santriwati Setiap Bulan**  
**(Rp.1.000.000,- <Rp.2.000.000,-)**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan Orang Tua</b>	<b>Penghasilan Per bulan</b>
Meylinda	Bengkel	Rp.1.500.000,-
Azahra	Wiraswasta	Rp.1.500.000,-
Haura	Wiraswasta	Rp.1.500.000,-
Fanny	Wiraswasta	Rp.2.000.000,-
Fizana Arifatur Azizah	Guru Swasta	Rp.2.000.000,-
Dini Ardiah	Petani	Rp.2.000.000,-

Sumber: Data primer diolah tahun 2022.

**Tabel 4.3**  
**Data Pekerjaan dan Penghasilan Orang tua santriwati Setiap Bulan**  
**(>Rp.2.000.000,-)**

<b>Nama</b>	<b>Pekerjaan Orang Tua</b>	<b>Penghasilan per bulan</b>
Azkiya Salma H	Wiraswasta	Rp.3.000.000,-
Lutfia Al Adzriani	PNS	Rp.6.000.000,-
Aisyah Iska	Karyawan Swasta	Rp.7.000.000,-
Khofia Saifah	PNS	Rp.8.000.000,-

Sumber: Data primer diolah tahun 2022.

<sup>102</sup> Hasil Wawancara yang diperoleh dari Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar

Berdasarkan data dari lapangan yang diperoleh, dapat diambil kesimpulan bahwa pekerjaan dan penghasilan dari masing-masing orang tua santriwati berbeda-beda. Mayoritas pekerjaan orang tua santriwati adalah seorang karyawan, PNS dan petani, namun beberapa dengan berpenghasilan diatas UMR dan masih ada orang tua santri memiliki pekerjaan diluar petani seperti pegawai swasta, pengusaha dan lain sebagainya dengan berpenghasilan dibawah UMR wilayah tersebut.

#### b. Faktor- Faktor Non-Ekonomi

Faktor non ekonomi yang mempengaruhi besarnya konsumsi adalah:

##### 1. Faktor Internal

###### a. Faktor usia

Faktor yang mempengaruhi Seseorang akan mengubah barang yang akan dibeli selama hidupnya, selera makan dan pakaian berhubungan dengan usia.

Berdasarkan wawancara Nina mengatakan bahwa: “Umur saya 16 tahun dan masih kelas 3 SMA tapi saya mudah tertarik dengan promo atau barang baru.”<sup>103</sup>

Sedangkan menurut Dini mengatakan: “Saya berumur 16, sama masih kelas 3 SMA saya membelanjakan barang sesuai dengan keinginan atau mood saja.”<sup>104</sup>

<sup>103</sup> Nina, Wawancara 15 April 2022

<sup>104</sup> Dini, Wawancara 15 April 2022

Dari papara data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah usia, karena sesuai dengan teori diatas menjelaskan bahwa banyakan remaja berkonsumsi yang di dorong karena adana keinginan. Para remaja yang rata-rata berusia kurang dari 17 tahun, yang masih ingin mencari kesenangan dan tanpa mempertimbangkan hari esok.

b. Gaya hidup

Gaya hidup merupakan pola yang mencerminkan bagaimana seseorang dalam menghabiskan uang dan waktu yang dimiliki. Untuk menjalani hidupnya sehari-hari.

Berdasarkan hasil wawancara salah satu santriwati Aisyah mengatakan: “Saya tertarik sama barang yang menarik dan yang sesuai trand.”<sup>105</sup>

Berbeda lagi menurut Faizah mengatakan:”Saya mudah tertarik dengan barang baru apalagi yang sedang ada promo saya mudah tertarik.”<sup>106</sup>

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah gaya hidup. Senang berbelanja merupakan salah satu contoh gaya hidup yang memicu santriwati mempunyai perilaku konsumtif.

<sup>105</sup> Aisyah, Wawancara, 15 April 2022

<sup>106</sup> Faizah, Wawancara, 15 April 2022

### c. Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang dipicu karena konsumen merasa membutuhkan dan menginginkan barang tersebut.

Menurut salah satu santriwati yang bernama Lutfia yang mengatakan bahwa: “Motivasi saya dalam membelanjakan suatu barang adalah jika saya membutuhkan barang dan saya tidak membelanjakan kalau saya tidak membutuhkan, paling saya membelinya, saya membeli jika benar-bener saat membutuhkan atau tergiur suatau barang saja.”<sup>107</sup>

Sedangkan menurut Nina isatul hawa mengatakan: “ Motivasi saya karena saya butuh, saya mau dan apalagi saat ada yang berbeda saya mudah tertarik dan saya membelinya.”<sup>108</sup>

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor yang mendorong seseorang berperilaku konsumstif salah satunya adalah motivasi, motivasi ini bisa datang dari diri sendiri maupun orang lain.

### d. Persepsi

Suatu proses seseorang menentukan, mengelompokan, untuk menciptakan suatu gambaran yang berguna atau bermanfaat.

Berdasarkan wawancara Firzana mengatakan bahwa: “Saya lebih tertarik barang sesuai dengan saya mau, jika lihat temen membelinya saya juga tertarik untuk membelinya.”

---

<sup>107</sup> Lutfia, Wawancara, 15 April 2022

<sup>108</sup> Nina Isatul Hawa, 15 April Wawancara, 2022

Sedangkan menurut Fanny mengatakan bahwa: “Jika saya tertarik dengan barang tersebut saya beli, apalagi saat saya membutuhkan barang tersebut pasti saya membelinya.”

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor pendorong seseorang berperilaku konsumtif salah satunya adalah persepsi. Persepsi antara satu dengan yang lain mempunyai perbedaan tentu juga dengan keinginan, keinginan satu dengan yang lain tentu berbeda pula.

## 2. Faktor Eksternal

### a. Teman Bermain atau Kelompok Bermain

Teman merupakan teman bermain dalam kehidupan santriwati yang terjalin saat di lingkungan pondok. Karena ada di lingkungan pondok yang jauh dari keluarga, saudara dan kerabat. Temanlah yang menjadi sahabat dan saudara. Selain teman bermain terkadang menjadi teman bercerita, bercanda, belajar dan ketawa. Jadi tidak jauh dari kemungkinan bahwasanya teman merupakan faktor santri berperilaku konsumtif. Karena teman dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan produknya.

Menurut penjelasan Nina Isatul hawa, yang menyatakan bahwa: “Teman merupakan salah satu orang yang memberi pengaruh besar, kebiasaan beli jajan bersama kemana-mana

bersama, apalagi saat teman mempunyai barang baru seperti pakaian atau produk baru. Rasa ingin memilikinya itu keluar.”<sup>109</sup>

Sedangkan menurut ustadzah Ela yang merupakan ustadzah kopraasi atau koperasi mengatakan, bahwa :

“Biasanya anak-anak itu belanja di koperasi bersama temen, kalau gak gitu menggunakan *cashless* temennya sehingga saat *cashless* dia habis pinjam ketemennya dan saat punya dia sudah di isi dan sudah dikirimkan uang ke orang tua gantian dia meminjamkan dan biasanya temenya inin barang ini, yang satu ngikut beli dan sebaliknya. Dan mayoritas santri itu belanja bersama-sama contoh saat membeli jajan satu gens atau satu teman bermain.”

Hal tersebutlah salah satu faktor yang membuat santriwati berperilaku konsumtif baik sengaja maupun tidak di sengaja. Sedangkan menurut salah satu santriwati yang bernama Arisa Dwi Anggraheni mengatakan bahwa:

“Biasanya kalau jajan atau belanja sama temen, dan saat membeli makanan kita saling memberi tahu, seperti saat mau beli makan di kantin atau di koperasi, atau biasanya ada salah satu temen yang membeli makanan, kadang juga tertarik membelinya dan saat ada makanan menarik tertarik membelinya, gak hanya maknan biasanya ada barang baru kayak *hand body* atau pakaian biasanya juga tertarik memiliki dan membelinya”.<sup>110</sup>

Dari paparan data hasil wawancara diatas, dapat diketahui bahwa faktor kelompok acuan atau kelompok bermain dapat membentuk seseorang untuk berperilaku konsumtif. santriwati gampang terpengaruh oleh teman sebaya jika ada tawaran ataupun itu sebuah saran untuk membeli barang ataupun produk lainnya.

<sup>109</sup> Nina Isatul Hawa, Wawancara, 15 April 2022

<sup>110</sup> Arisa Dwi Anggraheni, Wawancara, 15 April 2022

## b. Lingkungan Pondok

Dalam pembentukan karakter seseorang yang menjadi faktor utama yaitu keluarga, teman dan lingkungan sekitarnya. Perilaku atau kebiasaan seseorang dipengaruhi lingkungan itu sendiri. Karena seseorang yang terbiasa berada di satu lingkungan tersebut maka akan mengikuti kebiasaan itu sendiri. Dan begitu pula yang tidak jauh dialami oleh santriwati Pondok pesantren wali songo ngabar yang dimana santri yang menetap di pondok biasanya pulang beberapa bulan bahkan tahun. sehingga aktivitas yang banyak dihabiskan saat di pondok.

Ativitas 24 jam dilakukan ya dilingkungan pondok. Dan sudah terbiasa dengan kondisi lingkungan yang ada serta mengikuti kegiatan-kegiatan yang sudah tertera, Oleh karena itu guna menunjang aktivitas ekonomi santriwati dari pondok menyediakan fasilitas yang berupa kantin dan koperasi. Dimana menyediakan kebutuhan serta keperluan santriwati itu sendiri, dan tidak jauh dari lingkungan pondok banyak masyarakat yang menjual berbagai jenis makanan serta minuman. Yang mana hal ini dapat mempengaruhi santriwati dalam membentuk perilaku konsumtif.

Sebagaimana yang dikatakan ustazah Siti Nur Hidayatus bahwa:

“Sebenarnya kantin dan koperasi buka dari pagi sampai malam, biasanya tutup waktu shalat atau pergantian shif. Jadi dengan ada waktu yang panjang serta dengan tidak ada pengawasan santri. Karena santri tidak bisa mengontrol

dirinya dalam berbelanja membeli makanan dan minuman. Sehingga anak yang biasanya mempunyai sifat konsumtif ya semakin konsumtif karena tidak pengawasan”.<sup>111</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh salah satu santriwati yang mengatakan bahwa: “Untuk kantin dan koperasi selalu buka, jadi ya bisa beli sewaktu-waktu. Jika habis belanja makanan di kantin, juga mampir ke koperasi karena ya ada makanan yang kurang. Atau biasanya kalau paginya ke kantin malamnya atau sore ke koperasi biasanya sehari itu ya lebih dari Rp.25.000,-an”.

Dari Paparan data hasil wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya fasilitas yang di sediakan pondok dan masyarakat sekitar lingkungan. Dapat mempengaruhi santriwati untuk membeli makanan maupun barang yang tentu belum sesuai dengan keperluanya. Karena seseorang belum bisa mengontrol dirinya sendiri dan dengan dorongan hawa nafsu maka seseorang masih belum bisa membedakan barang yang sangat dibutuhkan dan barang mana yang hanya sebagai pemuas kebutuhan.

---

<sup>111</sup> Siti Nur Hidayatus, Wawancara, 15 April 2022



## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Analisis Perilaku Konsumtif di kalangan Santriwati di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar, Siman, Ponorogo**

Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan pokok, kebutuhan sekunder, kebutuhan tersier maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Konsumsi pada umumnya memakai barang-barang hasil produksi dan pada dasarnya konsumsi kegiatan menggunakan, memakai, atau menghasilkan barang dengan tujuan memenuhi kebutuhan. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya hidupnya.<sup>112</sup>

Dengan seiring majunya teknologi bangsa dan era globalisasi yang terus berkembang, remaja Indonesia mau tidak mau mengikuti tren yang ada. Berbagai macam produk ditawarkan kepada konsumen. Produk-produk yang ditawarkan bukan hanya produk barang yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang. Tetapi juga produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen. Oleh sebab itu yang menimbulkan peningkatan permintaan karena pola konsumsi masyarakat juga mengalami peningkatan yang dimana cenderung ke arah konsumtif.

Saat ini. Perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang banyak dialami oleh masyarakat terutama dikalangan remaja. Hal tersebut sesuai dengan

---

<sup>112</sup> Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2001), 176.

pendapat Servian yang dikutip oleh Erlin Ermawati yang mengatakan bahwa sifat konsumtif yang timbul dikalangan remaja berusia 15-18 tahun dapat diartikan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak perlu. Perilaku tersebut biasanya dilakukan oleh remaja putri dan putra.<sup>113</sup>

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan Lina dan Rosyid yang dikutip oleh Eni Lestarina, dkk..<sup>114</sup> Serta temuan data di lapangan, terjadi adanya kesesuaian antara teori dan praktek masih ada beberapa santriwati Pondok Peantren Wali Songo Ngabar Siman Ponorogo sesuai pola konsumsi yang akhirnya menimbulkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif tersebut Nampak pada adanya pembelian impulsive, pemborosan dan pembelian secara tidak rasional (sekedar mencari kesenangan).

Pemborosan (*Wasteful Buying*). Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros yaitu mengeluarkan uang tanpa ada kebutuhan yang jelas, dimana mengedepankan keinginan tanpa melihat manfaat yang akan diambil. Santriwati mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan yang jelas menyebabkan santriwati mengeluarkan uang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya. Dari temuan data diatas dapat dilihat bahwa santriwati yang memiliki perilaku konsumtif dapat dilihat saat penggunaan uang, terlihat dari intensitas belanja yang tidak sesuai dengan keperluan sehingga menimbulkan pemborosan.

Pembelian tidak rasional (*Non Rational Buying*). Pembelian secara tidak rasional adalah pembelian yang dilakukan untuk mencari kesenangan semata

---

<sup>113</sup> Erli Ermawati dan Indriyati, *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMPN 1 Piyungan, Jurnal Spirit, Vol. 2, No. 1.* (Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, November, 2011), 2.

<sup>114</sup> Erni Lestari, dkk., "Perilaku Konsumtif di kalangan Reamaja" *JRTI ( Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Volume 2, No. 2, (2017), 4.

dan memperoleh kenyamanan fisik. Hal tersebut dapat dilihat dari santriwati dalam menggunakan barang-barang yang mempunyai brand mereka merasa senang tanpa mempertimbangkan harga dan manfaatnya. Membeli berbagai macam produk yang sedang menjadi trend dan booming saat ini seperti pakaian, jilab, make up dan lain-lainya. Bahkan mereka rela merogoh uang saku yang cukup dalam untuk memenuhi kesenangan. Mereka merasa senang ketika mampu memiliki barang yang di inginkan.

Pembelian impulsive (*Impulsive Bullying*). Pembelian *impulsive* adalah pembelian yang dilakukan secara seponatan tanpa direncanakan. Dari temuan diatas dapat dilihat ketika santriwati merasakan bosan dengan makanan yang ada secara tiba-tiba tanpa adanya perencanaan dan pertimbangan terlebih dahulu sebelum membeli. Walaupun di dalam asrama sudah diberi failitas yang lengkap dan diberi asupan makan disetiap harinya masih ada beberapa santriwati yang merasakan bosan akan menu dan barang tersebut sehingga menimbulkan santriwati melakukan pemorosan yang menimbulkan seseorang pada tindakan mubazir. Dimana tindakan tersebut salah satu yang tidak disukai oleh Allah.

Berdasarkan teori-teori yang telah dipaparkan dan temuan data di lapangan, menjadi pembuktian tidak sesuai dengan norma yang menjadi dasar seorang muslim dalam berkonsumsi. Sebagaimana menurut Heri Sudarsono Islam menganjurkan memiliki pola konsumsi dan penggunaan harta secara

wajar dan berimbang. Sebagaimana ciri-ciri perilaku konsumen muslim sebagai berikut:<sup>115</sup>

- a. Seorang muslim akan berkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan. Tingkat kepuasan berkonsumsi sebagai kebutuhan, bukan sebagai keinginan. Dari temuan data yang ada diatas bahwa dapat dilihat santriwati masih belum bisa mengendalikan hawa nafsu dan keinginan dengan membeli makanan atau barang tanpa adanya batasan dalam penggunaanya, dan membeli makanan dari luar pondok hanya untuk memenuhi keinginannya sedangkan dipondok telah menyediakan makanan.
- b. Suatu kepuasan tidak hanya ditentukan oleh jumlah satu atau dua pilihan, namun suatu tingkatan kepuasan akan ditentukan oleh kemaslahatan yang dihasilkan. Dari temuan diatas dapat dilihat ketika santriwati dalam memenuhi kepuasan dalam pakaian, santriwati memiliki banyak jilbab yang akhirnya dapat membuat penuh lemari dan terlihat tidak rapi.
- c. Konsumen muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang *syubhat* apalagi barang-barang yang sudah jelas haramnya. Dari temuan data di atas santriwati jelas tidak mungkin akan mengkonsumsi barang-barang tersebut. Karena di Pondok Pesantren sendiri telah menyediakan fasilitas-fasilitas yang selalu memperhatikan kehalalan dari setiap barang dan makanan yang akan disediakan kepada santriwatinya.
- d. Seorang muslim tidak akan membelanjakan hartanya secara berlebihan, dan tidak akan membeli barang-barang diluar jangkauan penghasilannya. Dari

---

<sup>115</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonosia, 2002), 187-188.

data di atas santriwati yang cenderung membelanjakan uang yang dimiliki untuk membeli barang-barang sesuai dengan keinginan. Santriwati lebih mengedepankan dorongan hawa nafsu dan keinginan. Dan mereka mudah terpengaruh terhadap teman dekatnya saat memiliki barang atau makanan .

- e. Sebagai seorang muslim akan mencapai tingkat kepuasan tergantung kepada rasa syukurnya. Rasa syukur bukan berarti puas akan harta atau nikmat yang kita miliki akan tetapi menikmati apa yang sudah didapatkan. Oleh sebab itu, seseorang harus bersyukur terhadap nikmat yang diberikan Allah SWT, hendaknya mensyukuri apa yang diperoleh saat ini dan memanfaatkan apa yang kita miliki dengan sebaik-baiknya serta menjaga titipan harta benda yang dimiliki dengan tidak berlebih-lebihan dalam penggunaannya atau merasa ke kurangan dan kurang puas atas keadaan saat ini. Walaupun setiap santriwati memiliki berbagai macam perbedaan antara tingkat kepuasan dan kondisi perekonomian yang berbeda-beda. Alangkah baiknya tetap mensyukuri apa yang dimiliki dengan mengedepankan kaidah syariat Islam dengan tidak berlebih-lebihan dalam hal konsumsi merupakan suatu perilaku yang baik. Baik untuk kemaslahatan diri sendiri maupun keluarga dirumah.

Islam telah memposisikan konsumsi sebagai bagian penting dari aktifitas ekonomi yang dimana tujuannya untuk mengumpulkan pahala menuju kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh sebab itu dalam berperilaku konsumsi seorang muslim senantiasa harus memperhatikan syariat Islam. Islam mengatur secara *kaffah* agar hambanya berperilaku sesuai syari'ah.

Berkaitan dengan perilaku konsumen diatas tentunya Islam mengajarkan bagaimana cara berkonsumsi yang baik. Bukan hanya untuk sekedar keinginan akan tetapi dilihat dari kebutuhan dan manfaat dari apa yang akan dikonsumsi. Batasan konsumsi dalam Islam adalah pelarangan *Israf* atau berlebih-lebihan.

Perilaku *Israf* diharamkan meski komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Kebutuhan hidup itu harus terpenuhi secara wajar agar keberlangsungan hidup berjalan dengan baik. Namun, apabila kebutuhan hidup dipenuhi dengan cara yang tidak baik dengan cara berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada diri manusia. Begitu pula bagi santriwati, banyak efek buruk yang timbul dari perilaku ini diantaranya:

1. Inefisiensi pemanfaatan sumber daya

Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan akan menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya, terutama bagi remaja yang belum memiliki penghasilan sendiri. Mayoritas usia remaja santriwati Pondok Pesantren Wali Songo yang rata-rata berusia 12-19 tahun mereka yang lebih mudah terpengaruh terhadap rayuan iklan dan lebih mudah ikut-ikutan santriwati yang lain, mudah terpengaruhi dengan hal atau sesuatu yang baru, tidak realistis dan cenderung memiliki sikap boros. Yang akhirnya mereka akan merasa tidak cukup dengan uang saku yang dimiliki, karena belum bisa memanajemen pemasukan atau pengeluaran sehingga telah habis terlebih dahulu untuk membeli barang yang diinginkan.

## 2. Egoisme

Egoisme merupakan motivasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pandangnya tanpa melihat dan memperdulikan orang lain. Untuk memenuhi keinginan manusia tidak akan habisnya sampai terwujudnya rasa puas. Akan tetapi, rasa puas manusia tidak akan ada habisnya. Oleh sebab itu, manusia tidak ada rasa puasnya dengan menggunakan atau membeli sesuatu yang seharusnya tidak dibutuhkan tanpa memperdulikan pandangan orang lain. dapat dilihat bahwa informan memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif, karena lebih mementingkan keinginannya dalam membeli makanan di luar pondok dan membeli jajanan yang sering tidak terkontrol pembeliannya. Sehingga, akan muncul perasaan tidak cukup dengan uang saku yang telah diberikan oleh orang tua.

## 3. *Self-interest*

Merupakan perilaku yang mementingkan diri sendiri merupakan efek buruk yang timbul karena adanya perilaku konsumtif. Ketika seseorang berada dalam suatu lingkungan yang sama akan selalu bertemu bahkan hampir setiap waktu. Hal ini termasuk perbuatan yang harus dihindari. Karena orang tersebut mau tidak mau akan selalu berinteraksi dengan orang lain.

Oleh sebab itu, mengutamakan kepentingan pribadi harus dikesampingkan dengan melihat kondisi orang lain yang membutuhkan bantuan. Begitu pula yang dialami bagi santriwatu yang dimana selalu

berinteraksi dengan santriwati yang lainnya. Mereka harus saling berbagi dan tidak mementingkan diri sendiri ketika mendapati teman yang membutuhkan bantuan. Seperti halnya dalam berkonsumsi, agar terhindar dari efek buruk tersebut dan dapat saling membantu santriwati yang lain harus menjaga pola konsumsi yang tidak berlebih-lebihan.

4. Tunduknya diri terhadap hawa nafsu.

Memperturunkan hawa nafsu dengan membelanjakan harta yang kita miliki tanpa adanya manfaat merupakan hal yang melampaui batas israf yang termasuk di dalamnya pemborosan dan berlebih-lebihan. Dapat dilihat dari data di atas bahwa mengikuti hawa nafsu dengan cara berlebih dapat menghabiskan uang saku yang dimiliki. Uang yang seharusnya untuk belanja dan pemenuhan kebutuhan akan cepat habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri sendiri.

Dapat dilihat temuan di atas, bahwa perilaku konsumtif santriwati dapat diketahui pengeluaran untuk kebutuhan harian. Dari segi kebutuhan harian, lebih mengutamakan pemenuhan keinginan untuk membelanjakan dan makanan di dalam dan di luar pondok tanpa adanya pengawasan dan batasan pengeluaran uang saku yang dimiliki.

Selanjutnya pembahasan tentang indikator perilaku konsumtif pada santriwati pondok pesantren wali songo seperti yang diutarakan sumartono (2000) mengatakan indikator perilaku konsumtif meliputi:<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Sumartono, Terperangkap Dalam Iklan (Bandung: CV Alfabeta, 2002), 199.



- a. Membeli produk karena kemasnya menarik. Konsumen sangatlah mudah terbujuk untuk membeli produk yang dikemas dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Dari data dapat dilihat masih ada beberapa santriwati memilih produk dengan brand baru. Dengan alasan produk mahal dengan brand terkenal lebih terjamin kualitasnya dibandingkan dengan brand atau produk yang terjangkau.
- b. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Dari data diatas kebanyakan santriwati tidak setuju dengan pernyataan ini, karena kebanyakan santriwati yang mengatakan zaman terus maju, sebab menuruti penampilan diri dan gengsi tiadak ada manfaatnya.
- c. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Dari data diatas sebagian masih ada beberapa santriwati yang berpendapat dalam pembelian produk santriwati masih mempertimbangkan harga terlebih dahulu karena masih melihat uang yang dimiliki dan masih ada santriwati yang membeli produk memandang barang dengan kualitas harga.
- d. Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status. Dari data diatas masih ada beberapa santriwati setuju dengan alasan sesuai dengan kepribadian masing-masing.
- e. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang meniklankan. Dari data diatas kebanyakan santriwati memakai produk sesuai dengan idola atau model iklan yang mereka gemari.

- f. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Dari data diatas santriwati tidak setuju dengan pernyataan tersebut, ada salah satu santriwati yang berpendapat bahwa membeli produk dengan harga yang sesuai dengan dikantong serta memiliki manfaat untuk dirinya sendiri.
- g. Mencoba lebih baik dari dua produk sejenis (merek berbeda). Dari data diatas masih ada beberapa santriwati yang memakai brand baru sesuai dengan keinginan dan mood dari dirinya.
- h. Membeli produk karena hadiahnya. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan dengan membeli barang tersebut. dari data diatas bahwa santriwati tergoda atau dapat sangat mudah tergiur dengan ming-iming berhadiah dan masih ada beberapa yang tidak suka dengan cara tersebut, santri beranggapan bahwa dengan adanya iming-iming tersebut biasanya barang atau produk yang di jual tidak bagus.

Dari paparan diatas dapat disimpulkan bahwa ada indikator yang mendasari perilaku konsumtif pada remaja, yaitu karena membeli produk beriming-iming hadiah, membeli produk karena menarik, membeli produk karena demi menjaga penampilan dari dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri tinggi, dan memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

## **B. Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar**

Berdasarkan pola konsumsi santriwati terdapat banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar. Dapat dilihat bahwa faktor yang paling sering berpengaruh terhadap santriwati dalam melakukan kegiatan aktifitas konsumsi sehari-hari adalah faktor eksternal atau faktor yang timbul dari luar diri seseorang.<sup>117</sup> Namun secara signifikan faktor yang mempengaruhi konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar di sebabkan oleh teman bermain dan lingkungan sekitar. Jika dapat dikelompokkan perilaku konsumsi santriwati tersebut disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor ekonomi dan faktor non ekonomi.<sup>118</sup> Berdasarkan pola konsumsi santriwati terdapat faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif santriwati. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara dengan informan dapat dilihat bahwa faktor yang berpengaruh terhadap santriwati dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah sebagai berikut:

### **1. Faktor pendapatan rumah tangga**

Faktor pendapatan rumah tangga salah satu faktor yang berpengaruh dalam konsumsi seseorang. Faktor rumah tangga dapat dilihat dari pendapatan penghasilan keluarga akan mempengaruhi cara hidup, kebiasaan dan pola permintaan seseorang pada suatu barang dan jasa. Seperti yang

---

<sup>117</sup> Etik Munawaroh, "Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun Di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam" Skripsi (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021),5.

<sup>118</sup> Prathara Raharja Mandala Manurung, *Pengantar Ilmu ekonomi* (Mikro Ekonomi & Makro Ekonomi, Edisi ke 3, (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas, 2008), 265-267.

dilihat dari penghasilan orang tua santriwati di pondok pesantren wali songo ngabar bahwa banyak profesi pekerjaan wali santri yang berbeda-beda tentu saja juga memiliki perbedaan dari segi pendapatan. Sehingga pemasukan antara santri satu dengan yang lain tentu memiliki perbedaan yang cukup signifikan.

Dari paparan diatas temuan lapangan bahwa jika pendapatan orang tua semakin tinggi tentu akan mempengaruhi sikap pendapatan santriwati itu sendiri. Sebab saat itu juga antara satu santriwati dengan santriwati yang lain bisa dilihat dari dimana orang tua santri saat memberikan uang saku yang orang tuanya kasih.

Sedangkan menurut teori Fahmi Medias dalam bukunya mengatakan faktor-faktor yang mempengaruhi besarnya konsumsi adalah

a. Faktor Internal

1) Faktor Usia

Usia remaja sangatlah cenderung emosional dalam mengambil keputusan, sangatlah cepat dan cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Usia ramaja mulai mempertimbangkan beberapa hal seperti model, desain dan lain-lain. dan sedangkan usia tua cenderung rasional dan banyak yang dipertimbangkan seperti manfaat dan tujuan.

2) Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan bagaimana menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang dan manfaat waktunya. Dalam pandangan ekonomi gaya hidup merupakan

bagaimana cara mengalokasikan pendapatanya dan bagaimana konsumsi.

### 3) Motivasi

Motivasi dikatakan muncul apabila ada kebutuhan yang dirasakan konsumen. Kebutuhan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan dalam pemenuhan kebutuhan. Dari hasil wawancara salah satu santriwati yang bersangkutan menyatakan bahwa dalam pembelian barang *Influisif* didasari adanya dorongan keinginan dari luar. Dorongan ini terbentuk karena adanya hasrat atau keinginan untuk membeli seperti pakaian atau make up yang sedang laris dipasaran. Sehingga dorongan tersebut membentuk keinginan untuk membeli pakaian atau make up yang menarik dan bagus.

Berdasarkan data dari lapangan, dapat disimpulkan bahwa motivasi mempengaruhi perilaku konsumtif santriwati dengan itu santriwati merasa dengan memberi barang atau pakaian yang dapat diinginkan dapat memuaskan motivasinya.

Persepsi merupakan proses individu untuk mendapatkan mengelompokan, pengolahan dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama dapat dipersepsikan berbeda antara individu yang berbeda.

### 4) Pembelajaran

Pembelajaran terjadi apabila konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka akan terus berusaha dan mencoba

berbagai macam produk untuk mencapai tingkatan kepuasan yang maksimal. Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa santriwati yang bersangkutan mengatakan bahwa dalam membeli pakaian,, atau make up ataupun barang baru sebagai besar dipengaruhi oleh faktor proses belajar dan pengalaman. Berasal dari rasa ingin untuk mempunyai, kemudian melihat lingkungan sekitar yang sama memakai produk tersebut. Dengan rasa keinginan memiliki barang tersebut dan akhirnya memiliki sifat kepuasan.

Berdasarkan data lapangan dapat disimpulkan bahwa faktor proses belajar dan pengalaman seperti adanya kebiasaan belanja berulang-ulang untuk mengetahui produk terbaik barang yang bagus membuat santriwati berlebihan saat membelanjakan barang atau akan membentuk perilaku konsumtif.

#### b. Faktor Eksternal

##### 1) Kelompok Refrensi atau Kelompok Acuan

Pengaruh eksternal khususnya kelompok refrensi ini adalah teman bermain yang dimana dapat mempengaruhi bukan pada saat waktu melakukan pembelian, namun dapat berjangka panjang bahkan sampai selesai proses pembelian dan tidak terlepas dari kelompok refrensi tersebut. Karena biasanya teman tersebut akan membantu proses pencarian produk yang akan dibeli sampai saat mengevaluasi alternative yang terbaik sebelum proses pembelian.

Seperti yang terjadi pada Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar. Teman bermain atau sahabat dekat tidak terlepas dari aktivitas mereka sebab selain melakukan aktivitas kegiatan 24 jam dilakukan di dalam pondok terdapat kegiatan sehari-hari terutama kegiatan konsumsi. Antara santriwati yang satu dengan yang lain bisa saling mempengaruhi dan akan menimbulkan sifat ingin memiliki barang yang sama dengan yang dimiliki oleh teman-temannya yang lain.

Dari temuan data di lapangan, dapat dilihat dari salah satu produk yang paling banyak dimiliki santriwati yaitu: produk jilbab *Rabbani, Nibras* merupakan jenis *brand* pakaian yang memiliki harga relatif mahal bagi anak yang orang tua dengan pendapatan yang rendah. Akan tetapi, dikarenakan hampir keseluruhan santriwati menggunakan produk tersebut mau tidak mau akhirnya mereka meminta kepada orang tua untuk membelinya. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai informasi yang mengatakan saat ada kesempatan untuk membeli makanan di luar santriwati yang satu dengan santriwati lain mengikuti ajakan untuk membeli makanan yang sebenarnya di pondok sendiri telah menyediakan makanan. Karena seseorang teman dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan pembelian produknya.

## 2) Lingkungan Pondok

Lingkungan pondok merupakan lingkungan yang tidak terlepas dari kehidupan sehari-hari santriwati. Sehingga, lingkungan pondok dapat menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku santrinya. Semakin lama seseorang bertempat tinggal atau menetap di suatu lingkungan maka seseorang tersebut akan mengikuti budaya dari lingkungan tersebut.

Di dalam Pondok Pesantren wali songo sendiri telah menyediakan fasilitas guna untuk menunjang keberlangsungan santriwatinya dalam memenuhi kebutuhan. Dengan adanya kantin dan koperasi dapat diakses oleh santriwatin sewaktu-waktu. Pelayanan unit usaha dari pagi sampai malam hari kecuali waktu memasuki shalat tutup sementara. Dengan banyaknya kebutuhan yang diinginkan santriwati ada beberapa produk yang tidak tersedia di pondok yang mana hal ini menimbulkan santri tersebut membeli barang dari luar. Oleh karena itu, lingkungan pondok pesantren wali songo yang menjadi salah satu faktor yang dapat melatar belakangi munculnya perilaku konsumtif santriwati.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan analisis, maka penulis dapat memberikan kesimpulan sekaligus jawaban dari rumusan masalah, yaitu sebagai berikut:

1. Perilaku konsumsi santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar ditunjukkan pada adanya pembelian impulsif, pemborosan dan juga pembelian secara tidak rasional. Hal tersebut menyebabkan santriwati mengkonsumsi barang atau makanan bukan hanya sebatas kebutuhan saja akan tetapi juga keinginan. Perilaku tersebut yang menimbulkan konsumsi yang berlebih-lebihan dan tidak sesuai dengan ciri-ciri seorang perilaku konsumsi muslim.
2. Faktor yang mempengaruhi santriwati dalam berperilaku konsumsi di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar adalah faktor eksternal dan faktor internal. Diantara faktor eksternal yang melatar belakangi adanya konsumsi adalah faktor lingkungan pondok, teman referensi, gaya hidup, kepribadian, motivasi, keluarga, kebudayaan dan kelas sosial yang akan mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang,

## B. Saran

Berdasarkan pembahasan, hasil penelitian, dan kesimpulan diatas penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Santriwati Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar diharapkan lebih mampu menggambarkan perilaku yang sederhana dan sesuai dengan aturan atau norma-norma dalam Islam. Bukan hanya mengikuti dorongan hwa nafsu untuk mencari kesenangan dan kepuasan sementara. Santriwati Pondok Pesantren wali Songo Ngabar harus bisa mengontrol keinginan diri dengan cara berhemat dan membuat skala prioritas agar dapat mengontrol dirinya dengan baik.
2. Untuk ustadzah Pondok Pesantren Wali Songo diharapkan lebih menekankan peraturan yang ada agar santriwati menjadi lebih disiplin terhadap peraturan pondok khususnya dalam hal berkonsumsi.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan ntuk mengambil penelitian santri di Pondok Pesantren yang lainnya, sehingga dapat menambah data mengenai perilaku konsumsi santri di tengah masyarakat yang sangat beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Philip. Kotler. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2002. 192.
- Sumaidi. Suryabrata. *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2012.
- Sutisna, *Perilaku konsumen dan komunikasi Pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002. 145.
- Abdul, Mannan Muhammad. *Teori Dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Bhakti Wakaf. 1997.
- Al-Qardhawi, Yusuf. *Daur Al-Qiyam Wa Al-Akhlaq Fi Al-Iqtishad Al-Islam....* 227.
- Djamal. *Paradigma Penelitian Kualitatif* .Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2015.
- Fajrin, Ahmad hanif. *Peran Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Pesantren dalam Pembentukan Perilaku ekonomi Yang berwawasan pancasila*. Nasional Conference On Economic Education. Malang: UNM. Agustus 2016.
- Harahap, Isnani. *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana.2017.
- Luthfiyah, Muh. Fitrah. *Metodologi Penelitian: Penelitian Kualitatif Tiindakan Kelas & Studi Kasus*. Sukabumi: CV. Jejak. 2017.
- Masyhud, Sukthon. *Manajemen Pondok Pesantren*. Jakarta: Diva Pustaka.2004.
- Masykuroh, Ely. *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan Teori Ekonomi Islam*, Ponorogo: STAIN Ponorogo Press. 2008.189.
- Maslow, Abraham. *Motivasi dan Kepribadian*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.1993.
- Nitisusastro, Mulyadi. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta. 2013.
- Quraish, Shihab M. *Wawasan Al-Qur'an Tafsir Maudhu'I atas Pelbagai Persoalan Umat*. Cet. V. Bandung: Mizan. 1997.
- Ramadhan, Ahmad Syalful. *Hubungan Gaya Hidup Konsumtif dengan harga diri Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas*. Juli 2012.
- Rosyid, Zaiful. *Pesantren dan Pengelolaannya*, Pemekasan: Duta Media
- Rozalinda. *Ekonomi Islam*. Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada .2014.
- Sofyan, S. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Sumartono. *Terperangkap dalam iklan : meneropong Imbas Peran Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta. 2002l.
- Muflih Muhammad *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Sopia Etta dan Mamang *Metode Penelitian; Pendekatan Praktis dalam Penelitian* Yogyakarta; Andi Publisher. 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methodes)*. Bandung: Alfabeta. 2017..
- Sutopo. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Dasar Teori dan Penerapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret. 2006.
- Jurnal
- Erli Ermawati dan Indriyati. *Hubungan Antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMPN 1 Piyungan, Jurnal Spirit, Vol. 2, No, 1.* (Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, November, 2011).
- Ahmad hanif Fajri. “*Peran Pendidikan Ekonomi di Lingkungan Pesantren dalam Pembentukan Perilaku ekonomi Yang berwawasan pancasila*” Nasional Conference On Economic Education, (Malang: UNM, Agustus 2016).
- Yuliana. “*Analisis Pola Konsumsi Keluarga Miskin Di Kota Medan*”, *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Vol. 2, No. 2, (2014).
- Tina Shofawati. “*Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Universitas Airlangga*”. *Jurnal JSTT*, Vol. 2, No, 3. (Juni 2015).

#### **DAFTAR SKRIPSI**

- Maziyah, Noor Arifah Maziyah. *Perilaku Konsumtif dalam Busana di Kalangan Santriwati Pondok Pesantren Al-Munawwir Komplek Q Yogyakarta*. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga. 2015.
- Muthoharoh, Siti Nafi’ul. *Tinjauan Ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumsi Siswa-siswi Madrasah Aliyah Pondok Pesantren Darunnajah Kecamatan Ketahun*. Bengkulu: IAIN Bengkulu. 2017.
- Munawaroh, Etik. *Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Subulul Huda Kembangawit Madiun Di Masa Pandemi Perspektif Ekonomi Islam*. Ponorogo: IAIN Ponorogo. 2021.
- Rofiqi, Ainur. *Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Darul Ulum Rejoso Peterongan Jombang*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya. 2016.
- Zakiyah, Umi. *Analisis Perilaku Konsumtif Santri di Pondok Pesantren Ma’ hadul’ilmi Wal’amal Boyolangu Tulungagung Menurut Perspektif Ekonomi Islam*. Tulungagung: IAIN Tulungagung. 2020.

#### **WAWANCARA**

Wawancara dengan Ustadzah :

Ustadzah Desy Maria selaku Majelis Pembimbing Santri, 17 Desember, 2021

Ustadzah Anisya Widiya selaku Ustadzah Administrasi, 23 Desember, 2021

Ustadzah Siti Nurhidayatus selaku Ustadzah di pondok, 15 April, 2022

15 Santriwati yang bernama Binti Latifatun, Wulidatur Rahmah, Reyna Habibatul Zakiyah, Arista Dwi Anggraheni, Nina Isatul hawa, Meylinda, Azahra, Haura, Fanny, Firza Arifatur Azizah, Dini Ardiana, Azkiya Salma, Lutfia Al Adzriani, Aisyah Iska, Khofia Saifa, 15 April, 2022

