

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perilaku mencakup berbagai aktivitas, mulai dari berjalan, berbicara, bereaksi, berpakaian, makan, hingga kegiatan internal seperti berpikir dan merasakan emosi. Dalam konteks konsumsi, perilaku merujuk pada tindakan langsung dalam memperoleh, menggunakan, dan mengeluarkan produk atau jasa. Ini termasuk proses kebutuhan sebelum dan setelah tindakan konsumsi tersebut.² N. Gregory Mankiw mendefinisikan konsumsi sebagai pembelian barang dan jasa oleh rumah tangga. Barang meliputi benda fisik seperti mobil dan peralatan rumah tangga, sementara jasa mencakup layanan seperti kesehatan.³

Keynes menyatakan bahwa konsumsi saat ini dipengaruhi oleh pendapatan *disposabel* atau bisa disebut pendapatan sisa, yaitu pendapatan yang dapat digunakan setelah pembayaran pajak. Peningkatan pendapatan sisa akan meningkatkan konsumsi, meskipun pada tingkat yang lebih rendah. Selain itu, ada konsep konsumsi otonom, yaitu pengeluaran yang tidak tergantung pada tingkat pendapatan seseorang. Ini merupakan tingkat konsumsi minimum yang harus dilakukan bahkan jika pendapatan tidak ada. Faktor lain yang memengaruhi konsumsi otonom meliputi ekspektasi ekonomi konsumen,

² Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour*, Perilaku Konsumen, (Kelompok Gramedia, 2004). Ed Ke-7, 6.

³ Muhammad Abdul Halim, *Teori Ekonomika, Edisi 1*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Grup, 2012), 47.

ketersediaan kredit, standar hidup yang diharapkan, distribusi usia, dan lokasi. Semua faktor ini bersama-sama memengaruhi jumlah konsumsi otonom.⁴

Masyarakat pedesaan dapat diartikan sebagai komunitas yang tinggal di daerah pedesaan, yang umumnya memiliki lingkungan alami dan masih sangat tergantung pada sektor pertanian sebagai sumber utama perekonomiannya. Gaya hidup masyarakat pedesaan cenderung sederhana, namun penting untuk dicatat bahwa tidak semua anggota masyarakat desa mengikuti pola hidup ini. Hal ini disebabkan oleh faktor ekonomi dan budaya, di mana sebagian masyarakat desa lebih memilih hidup sederhana sebagai hasil dari kondisi ekonomi dan nilai-nilai budaya yang menghindari perbuatan pamer.

Dalam kehidupan sehari-hari masyarakat desa, karakteristik khas mereka muncul dalam situasi dan kondisi tertentu. Namun, perubahan sosial, perkembangan teknologi, dan informasi telah mengubah karakteristik ini, membuatnya tidak selalu berlaku. Dampak dari perubahan ini terlihat dalam gaya hidup dan tingkat konsumsi masyarakat desa terhadap barang dan jasa.⁵

Masyarakat pedesaan atau desa dapat didefinisikan sebagai komunitas yang memiliki hubungan erat dan hidup bersama dalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada faktor kekerabatan. Sebagian besar anggota masyarakat desa terlibat dalam sektor pertanian, dan masyarakat ini cenderung homogen dalam hal mata pencaharian, agama, adat istiadat, dan lainnya. Dalam konteks Islam, perilaku konsumen Muslim diarahkan untuk mencerminkan hubungan mereka dengan Allah SWT. Ini berbeda dengan perilaku konsumen

⁴ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 15.

⁵ Hasan Shadily, *Sosiologi untuk Masyarakat Indonesia* (Jakarta: Rineka Cipta, 2000), 47.

konvensional, di mana setiap tindakan pembelian merupakan bentuk dzikir atas nama Allah, dengan pilihan barang yang halal, sikap tidak kikir, dan sikap tidak rakus, sehingga menciptakan kehidupan yang aman di dunia dan akhirat.

Dalam ajaran Al-Qur'an, umat Islam diajarkan untuk memberikan sebagian dari pendapatan halal mereka tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi, tetapi juga untuk kebutuhan keluarga dan untuk berkontribusi dalam jalan Allah (fisabilillah) atau distribusi sosial. Hal ini karena umat Islam pada dasarnya merupakan ikatan yang kuat bagi sesama Muslim. Semua tindakan konsumsi dan pembelanjaan mereka diarahkan oleh nilai-nilai agama Islam, menciptakan harmoni antara kebutuhan materi dan spiritual.

Pada ilmu perilaku konsumsi syariah terdapat sebuah etika yang menjadi dasar atau pedoman bagi seorang muslim dalam melakukan aktivitas konsumen. Islam mengajarkan manusia untuk mengkonsumsi produk halal yang baik dan bersih. Selain itu, Islam juga mengajarkan bahwa manusia harus mampu mengontrol tingkat konsumsi mereka agar tidak berlebihan dalam penggunaannya.⁶

M. Abdul Manan memandang “sikap tidak berlebih-lebihan” dalam konteks konsumsi dengan perspektif yang luas, khususnya terkait perilaku konsumen Muslim yang mengutamakan kepentingan orang lain di atas kepentingan pribadi mereka. Menurut pandangan ini, seorang mukmin, atau seorang yang beriman, adalah individu yang tidak melibatkan diri dalam pembelanjaan yang berlebihan atau merugikan. Sebaliknya, mereka mencapai

⁶ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), 4-13

keseimbangan yang adil dalam pendekatan konsumsinya, hindari sikap ekstrem.⁷

Pandangan ini menyatakan bahwa konsep "kelebihan" tidak berlaku ketika uang digunakan untuk tujuan seperti mendistribusikan sedekah, meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat, atau menyebarkan ajaran Islam. Dengan demikian, pembelanjaan yang berpusat pada kepentingan masyarakat dan kebaikan umum dianggap sebagai bentuk konsumsi yang bijaksana dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pendekatan ini mencerminkan prinsip-prinsip kesederhanaan, keadilan, dan kepedulian terhadap sesama dalam konteks perilaku konsumsi. Oleh karena itu, masyarakat Muslim diajak untuk memiliki sikap bijaksana dalam mengelola aspek konsumsinya, mempertimbangkan dampaknya terhadap masyarakat dan lingkungan, serta berkomitmen untuk berkontribusi pada kesejahteraan bersama.

Pada era globalisasi, telah membawa perubahan besar dalam perilaku konsumen masyarakat. Sehingga perilaku konsumsi yang dilakukan sesuai dengan syariat Islam yang berperan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat dimana semakin menjauh dari nilai-nilai syariat Islam. Karena kebutuhan manusia tidak terbatas dan sifat manusia itu sendiri selalu tidak pernah merasa puas, manusia selalu ingin mengkonsumsi barang-barang primer, sekunder dan tersier untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka sendiri. Sehingga secara tidak sadar dalam aktivitas konsumtifnya.⁸

⁷ Abdullah, *Etika Konsumsi Islam: Analisis Perilaku Konsumen Islam*. Jurnal Pemasaran Islam, 2016, Vol. 7, No. 3, 378.

⁸ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), 130.

Hadirnya tempat perbelanjaan modern merupakan salah satu penyebab berubahnya perilaku konsumsi masyarakat. Tempat perbelanjaan merupakan bangunan yang disewa atau dijual kepada pelaku ekonomi maupun pengelolaannya dilakukan sendiri untuk aktivitas sosial yang dibangun secara vertikal maupun horizontal di area yang terdiri dari satu atau lebih bangunan. Tempat belanja terdiri dari berbagai bentuk yaitu: pusat perbelanjaan (*mall*), plaza, square dan pusat perbelanjaan (*trade center*).⁹

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, terjadi perubahan dalam perilaku membeli pada masyarakat. Terkadang seseorang membeli sesuatu bukan didasarkan pada kebutuhan sebenarnya, melainkan dengan kebutuhan dilakukan semata-mata demi kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme.¹⁰

Konsumerisme demikian menunjukkan identitas diri yang dicirikan atau disimbolkan oleh atribut-atribut tertentu. *Shopping* secara tidak sadar membentuk impian dan kesadaran semu para konsumen dan akhirnya melahirkan pola-pola konsumerisme yang tidak akan ada habisnya. Akhirnya berbelanja dianggap sebagai sebuah pekerjaan, sebuah aktivitas sosial dan suatu saat menjadi kompetisi untuk diri sendiri (memutuskan membeli atau tidak) juga terlebih untuk kompetisi pada teman dan anggota masyarakat yang lain (sebagai simbol status, gengsi, dan *image* manusia modern dan tidak ketinggalan zaman).

⁹ Serfianto, *Sukses Bisnis Ritel Modern* (Jakarta: Gramedia, 2012), 41.

¹⁰ Hendri Ma'ruf, *Pemasaran Ritel* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), 84.

Di desa Purworejo jarak antara pasar swalayan surya dan pasar tradisional cukup dekat yang mengakibatkan perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Adapun jarak beberapa desa di kecamatan kandat yang berdekatan dengan swalayan dan pasar tradisional

Tabel 1.1
Jarak Desa Di Kecamatan Kandat Dengan Pasar Tradisional dan
Swalayan Surya

No	DESA	Pasar Tradisional Gondang	Swalayan Surya
1	PURWOREJO	700M	800M
2	NGLETIH	1,2KM	1,2KM
3	TEGALAN	2,9KM	2,6KM
4	PULE	2,9KM	2,6KM
5	RINGINSARI	4,3KM	4,0KM

Sumber: Data Diolah¹¹

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jarak yang paling dekat dengan pasar tradisional dan swalayan surya adalah desa Purworejo. Dengan demikian masyarakat desa Purworejo memilih belanja di swalayan dibandingkan dengan pasar tradisional adalah karena swalayan surya menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat, pelayanan, kemudahan, kebersihan, dan tersedianya pembayaran menggunakan uang elektronik yang memudahkan masyarakat untuk berbelanja.

Dengan berdirinya tempat perbelanjaan swalayan surya di desa Purworejo menimbulkan beberapa dampak tersendiri. Seperti perubahan perilaku konsumtif di swalayan karena desa Purworejo jauh dari pusat perbelanjaan kota dengan adanya swalayan surya di desa Purworejo ini merupakan hal baru bagi masyarakat. Dengan berdirinya Swalayan Surya kini masyarakat lebih senang belanja di swalayan surya daripada di pasar

¹¹ Dari hasil google maps pada tanggal 28 April 2023 Pukul 08.00 WIB

tradisional. Masyarakat yang melakukan belanja di swalayan tidak hanya memenuhi kebutuhan melainkan juga memenuhi keinginan atau konsumtif. Sifat berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif di masyarakat seperti egoisme dan rasa iri kepada orang yang belanja berlebih. Ditandai dengan adanya pembangunan tempat perbelanjaan modern yaitu swalayan surya masyarakat desa purworejo mulai mengenal pasar modern.

Dilihat dari segi harga, terdapat perbedaan antara harga di Swalayan Surya dengan pasar tradisional atau warung, meskipun tidak terlalu signifikan. Meski Swalayan Surya menawarkan harga yang sedikit lebih tinggi dibandingkan pasar tradisional, banyak masyarakat lebih memilih berbelanja di swalayan tersebut karena kenyamanan dan pelayanannya yang ramah.

Pembangunan pasar yang lebih modern di wilayah pedesaan juga menjadi tuntutan masyarakat yang menginginkan pengalaman belanja yang lebih nyaman. Keunggulan Swalayan Surya dibandingkan dengan pasar tradisional meliputi pengemasan yang rapi, kelengkapan barang yang dijual, serta suasana tempat yang bersih dan nyaman. Adanya promosi di beberapa pasar modern juga menarik konsumen untuk berbelanja, seiring dengan keinginan masyarakat akan penawaran menarik. Jadi, meskipun harga di Swalayan Surya sedikit lebih tinggi, keberadaannya memberikan nilai tambah berupa kenyamanan, kebersihan, dan pilihan barang yang lengkap, yang membuat tingkat konsumsi masyarakat meningkat.

Hal di atas juga dialami oleh masyarakat Desa Purworejo, dengan hadirnya tempat pembelanjaan modern yang mengubah perilaku konsumsi

masyarakat menjadi konsumtif. Beberapa konsumen di Swalayan Surya di Desa Purworejo, Kecamatan Kandat, tidak hanya berbelanja untuk memenuhi kebutuhan, tetapi mereka melakukan pembelanjaan semata-mata demi kesenangan atau untuk menuruti keinginan pribadi. Hal ini menyebabkan seseorang menjadi boros, yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif atau konsumerisme. Dengan demikian masyarakat mudah terpengaruh oleh perkembangan jaman dan akibatnya mereka akan melakukan perilaku konsumsi yang tidak perlu. Dalam konteks konsumsi yang sesuai dengan syariat Islam, Al Qur'an menegaskan dalam surat Al Furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

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”. (QS. Al Furqan 67)¹²

Ayat di atas menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dalam perilaku konsumsi, di mana Muslim dianjurkan untuk tidak berlebihan atau kikir. Pembelanjaan harus dilakukan dengan proporsional, tidak melampaui kebutuhan yang sebenarnya, sehingga mencerminkan sikap bijaksana dan seimbang sesuai ajaran Islam.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan di atas dan hasil pengamatan yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti merasa tertarik untuk menjalankan penelitian ini. Fenomena yang teramati memberikan dorongan untuk menggali lebih dalam melalui penelitian berjudul “**Perilaku Konsumsi Masyarakat Pedesaan Perspektif Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus**

¹² Al Qur'an dan Terjemahan, Kementerian Agama RI, 2016.

Konsumen Swalayan Surya Desa Purworejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perilaku konsumsi masyarakat pedesaan pada konsumen Swalayan Surya di Desa Purworejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri?
2. Bagaimana perilaku konsumsi masyarakat pedesaan perspektif teori konsumsi Islam pada konsumen Swalayan Surya di Desa Purworejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menjelaskan perilaku konsumsi masyarakat pedesaan pada konsumen Swalayan Surya di Desa Purworejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.
2. Untuk menjelaskan perilaku konsumsi masyarakat pedesaan perspektif teori konsumsi Islam pada konsumen Swalayan Surya di Desa Purworejo Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Dilihat dari latar belakang dari penelitian diatas maka ada beberapa kegunaan dari penelitian ini yang diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat secara teoritis

Untuk mengantisipasi dampak dari keberadaan pasar modern yang berkembang pesat di era modern ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan baik secara langsung maupun tidak langsung. Pasar tradisional juga diharapkan dapat berkembang.

2. Manfaat secara praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi penelitian selanjutnya di bidang perdagang.

b. Bagi Swalayan

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu acuan dalam bidang ekonomi dan memecahkan masalah bagi para pelaku ekonomi.

c. Bagi akademik

Diharapkan temuan penelitian ini akan dapat mempraktekkan informasi yang disajikan dalam kuliah dan berkontribusi pada solusi masalah.

E. Penelitian Terdahulu

Pada penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi dasar penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. *Perilaku Konsumsi Masyarakat Miskin Dalam Perspektif Islam Di Desa Pematang Rahim Mendahara Ulu Jambi*. Skripsi Oleh Sahi Hartati (2021), UIN Sultan Thaha Saifudin.

Berdasarkan hasil penelitian ini, masyarakat miskin di Desa Pematang Rahim Mendahara Ulu Jambi yang termasuk dalam kategori penerima program Keluarga Harapan melakukan praktik konsumsi yang sesuai dengan prinsip etika dan moral dalam menafkahi mereka.¹³

Persamaannya penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu terletak pada perilaku konsumsi. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti yaitu terletak pada objek yang diteliti dimana peneliti terdahulu meneliti tentang masyarakat penerima bantuan pemerintah sedangkan peneliti disini meneliti tentang perilaku konsumsi masyarakat di pasar.

2. *Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Makartitama Kecamatan Gedung Aji Baru Kabupaten Tulang Bawang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Skripsi Oleh Riza Haslina (2018), IAIN Metro.

Berdasarkan hasil penelitian ini, warga Desa Makartitama, Kecamatan Gedung Aji Baru, dan Kabupaten Tulang Bawang memiliki kecenderungan memaksakan diri untuk melakukan pembelian barang dengan menggunakan kredit dengan harga lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa faktor kebutuhan bukan merupakan pertimbangan utama tetapi faktor kerinduan yang menjadi pandangan jika membeli produk yang lebih mahal akan mendorong rasa percaya diri yang tinggi.¹⁴

¹³ Sahi Hartati, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Miskin Dalam Perspektif Islam Di Desa Pematang Rahim Mendahara Ulu Jambi" (Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin, 2021), <http://repository.uinjambi.ac.id/10941/>.

¹⁴ Riza Haslina, "*Perilaku Konsumsi Masyarakat Desa Makartitama Kecamatan Gedung Baru Kabupaten Tulang Bawang Dalam Perspektif Ekonomi Islam*" . Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2018

Persamaannya penelitian tersebut dengan penelitian yakni meneliti tentang perilaku konsumsi. Perbedaan penelitian yaitu terletak pada pembahasan yang diteliti yaitu peneliti terdahulu membahas mengenai masyarakat yang cenderung membeli produk mahal yang tidak sesuai dengan kemampuan, peneliti ingin membahas bagaimana perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian di pasar modern dan pasar tradisional.

3. *Perilaku Konsumsi Masyarakat Pedesaan Akibat Tempat Perbelanjaan Modern Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus Swalayan Gunung Makmur Desa Tegalán Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)*. Skripsi oleh Afifah Widya (2021), IAIN Kediri.

Hasil penelitian ini adalah Perilaku konsumsi yang terjadi pada masyarakat pedesaan ini terlihat cukup berubah semenjak keberadaan tempat perbelanjaan modern yaitu setelah dibangunnya swalayan Gunung Makmur. Hal tersebut terlihat pada masyarakat desa menjadi lebih menyukai mengkonsumsi barang dengan berlebihan sehingga menimbulkan sifat konsumtif. Dengan keberadaan swalayan Gunung Makmur, banyak dari masyarakat membelanjakan uang mereka bukan berdasarkan dengan apa yang menjadi kebutuhan mereka melainkan karena adanya pengaruh dari orang-orang sekitarnya untuk berbelanja ke swalayan karena tempatnya yang lebih strategis dan barang yang sangat lengkap¹⁵

¹⁵ Afifah Widya. “*Perilaku Konsumsi Masyarakat Pedesaan Akibat Tempat Perbelanjaan Modern Ditinjau Dari Sosiologi Ekonomi Islam (Studi Kasus Swalayan Gunung Makmur Desa Tegalán Kecamatan Kandat Kabupaten Kediri)*”. IAIN Kediri. 2021.

Persamaan penelitian yaitu terletak pada metode penelitian yaitu peneliti menggunakan penelitian kualitatif dan menggunakan variabel perilaku konsumsi. Perbedaan penelitian yaitu peneliti terdahulu pada variabel yang digunakan dimana peneliti terdahulu menggunakan variabel sosiologi islam. Sedangkan peneliti menggunakan variabel teori konsumsi islam.

4. *Perilaku konsumsi petani tembakau ditinjau dari perilaku konsumsi islam (studi kasus pada dusun kedungwaru desa candisari kecamatan sambeng kabupate lamongan)*. Skripsi oleh Irmawati (2021). IAIN Kediri

Hasil penelitian ini menemukan Perilaku konsumsi petani tembakau dusun Kedungwaru memiliki perilaku yang berbeda-beda dalam berkonsumsi. Terdapat yang berkonsumsi karena ingin meniru gaya orang lain dan mengikuti trend, terdapat juga yang bergaya hidup sederhana dan lebih mementingkan untuk memenuhi kebutuhan yang lebih penting dan untuk ditabung. Perilaku konsumsi petani tembakau di dusun Kedungwaru sebagian besar belum sesuai dengan perilaku konsumsi Islam. Karena belum menjalankan prinsip-prinsip konsumsi dalam Islam seperti prinsip kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Namun dari sisi lain terdapat sebagian petani berperilaku sesuai dengan konsumsi Islam yaitu dalam mengkonsumsi sesuatu tetap pada batas wajar atau sesuai dengan kebutuhan dan bergaya hidup sederhana walaupun hasil yang didapat melimpah..¹⁶

¹⁶ Irmawati, *Perilaku konsumsi petani tembakau ditinjau dari perilaku konsumsi islam (studi kasus pada dusun kedungwaru desa candisari kecamatan sambeng kabupate lamongan)*”. IAIN Kediri 2021

Persamaan yaitu peneliti meneliti tentang perilaku konsumen dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan yaitu peneliti terdahulu meneliti tentang perubahan perilaku konsumsi masyarakat pada petani tembakau. Sedangkan peneliti berfokus pada perilaku konsumsi masyarakat pedesaan yang mengkonsumsi dengan membandingkan antara konsumsi di pasar modern dengan konsumsi di pasar tradisional.

5. *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Santri Pesantren Pelajar Al-Fath Kediri Perspektif Rasionalisme Islam Monzer Kahf*. Skripsi Oleh Aslikh Sya'nana (2023), IAIN Kediri

Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa santri PP Al-Fath memprioritaskan segala kebutuhan. Namun terkadang mereka juga dihadapkan pada keinginan yang muncul bersamaan dengan kebutuhan. Seringkali mereka memilih untuk memenuhi keduanya tanpa memikirkan konsekuensi setelah memenuhi keinginannya. Pembelanjaan mahasiswa santri ini dinilai impulsif (pembelian tanpa perencanaan) yang hanya membawa kepuasan sesaat bagi mereka. Perilaku konsumsi santri PP Al-Fath tidak sejalan dengan teori Rasionalisme Islam yang dikemukakan oleh Monzer Kahf. Membelanjakan barang secara berlebihan, tanpa pertimbangan, serta tidak sesuai kebutuhan bertentangan dengan konsep keberhasilan dan skala waktu perilaku konsumen yang merupakan unsur dari rasionalisme Islam. Adapun dalam unsur egoisme dan altruisme dan konsep harta, mahasiswa santri dinilai sejalan dengan hal tersebut sebab

mereka selalu menunaikan kewajiban zakat atas harta kepemilikannya sebagai wujud kepedulian terhadap orang lain.¹⁷

Persamaan penelitian yaitu Persamaan yaitu peneliti meneliti tentang perilaku konsumen dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada objek dan pembahasan mengenai perilaku konsumsi masyarakat dimana peneliti terdahulu meneliti tentang perilaku konsumsi santri di pesantren pelajar Al-Fath. Sedangkan peneliti berfokus pada perilaku konsumsi masyarakat pedesaan yang mengkonsumsi dengan membandingkan antara konsumsi di pasar modern dengan konsumsi di pasar tradisional.

¹⁷ Aslikh Sya'nana, "*Perilaku Konsumsi Mahasiswa Santri Pesantren Pelajar Al-Fath Kediri Perspektif Rasionalisme Islam Monzer Kahf*". IAIN Kediri. 2023.