

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Islam adalah *din Allah* (agama Allah) yang mengatur sisi kehidupan manusia, maka tidak ada satupun aspek kehidupan manusia yang terlepas dari ajaran Islam termasuk aspek ekonomi.¹ Islam telah mengatur kegiatan ekonomi dengan spesifik, hal ini tiada lain tujuannya supaya ummat manusia dalam melakukan kegiatan ekonomi tidak keluar dari aturan yang telah digariskan oleh Allah SWT. Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa adanya konsumsi. Kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan tugasnya dalam kehidupan.² Konsumsi sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan perolehan kenikmatan tidak dilarang dalam Islam selama tidak melibatkan hal-hal yang tidak baik atau justru dapat menimbulkan kemudharatan.³

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang 'asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum saja. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap

¹ Adiwarmanto A. Karim, *Bank Islam Analisis Fiqih Dan Keuangan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 14.

² Lukman Hakim, *Prinsip Prinsip Ekonomi Islam* (tk: Erlangga, 2012), 87.

³ M Nur Rianto Al-Arif, *Dasar Dasar Ekonomi Islam* (Solo: Era Adicitra Intermedia, 2011), 138.

perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.⁴

Perilaku konsumen merupakan perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.⁵Perilaku Konsumen dalam membuat keputusan pembelian suatu produk dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu pertama, faktor budaya meliputi kebudayaan sub kebudayaan dan kelas sosial. Kedua, faktor sosial meliputi kelompok dan keluarga. Ketiga, faktor pribadi meliputi pekerjaan, umur, dan gaya hidup, dan keempat, faktor psikologis meliputi motivasi, sikap, pengetahuan konsumen terhadap informasi suatu produk.⁶Sedangkan perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani,tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan akan masalah kesehatan jasmani, banyak masyarakat yang menggunakan jamu sebagai obat tradisional. Perilaku konsumen dalam mengkonsumsi jamu sebagai obat tradisional yang alami sudah ada sejak zaman dahulu. Sampai saat ini masyarakat tradisional di negara-negara berkembang termasuk Indonesia masih mempunyai budaya

⁴Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam: Sebuah Pengantar* (Yogyakarta: Lembaga Pengkajian dan Pengamalan Islam (LPPI), 2001), 179.

⁵ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen:Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), Edisi Kedua, 4.

⁶Kotler dan Amstong, *Prinsip Prinsip pemasaran Edisi 8*, jilid 1 (Jakarta: Erlangga 2001), 197-207.

untuk mengatasi sendiri gejala-gejala sakit yang dideritanya dengan pengobatan tradisional. Jamu adalah obat tradisional yang berasal dari bahan tumbuh-tumbuhan, hewan dan mineral dan campuran bahan – bahan tersebut yang belum dibekukan dan dipergunakan dalam upaya pengobatan berdasarkan pengalaman.⁷

Dewasa ini semakin marak bermunculan jamu yang mampu mengobati berbagai macam penyakit. Jamu lebih disukai masyarakat karena harganya yang cenderung lebih murah dibandingkan dengan obat kimia. Salah satu agen penjual jamu adalah agen jamu Angger Waras yang ada di Kelurahan Banjaran Kota Kediri. Agen ini menjual jamu untuk mengobati berbagai macam penyakit seperti kolestrol, darah tinggi, asam lambung dan lain lain. Cara penyajian jamu ini masih sederhana yaitu dari botol plastik berukuran 1500 ml kemudian jamu ini dijual dengan dituangkan di gelas atau plastik kecil dan juga ada yang dituangkan di botol plastik ukuran 350 ml. Untuk harga jamu bervariasi dimulai dengan kemasan plastik dihargai Rp 7.000, sedangkan kemasan botol plastik ukuran 350 ml dihargai Rp 20.000. dari awal bejualan yaitu pada tahun 2011 sampai tahun 2018 sekarang ini konsumen jamu semakin meningkat, bahkan sekarang dalam sehari bisa terjual sekitar 45 botol plastik ukuran 1500 ml.⁸

⁷ Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 1297/Menkes/Per/Xi/1998 tentang Peredaran Obat Tradisional Impor Menteri Kesehatan Republik Indonesia, Jakarta, 1998.

⁸ Aziz, Pemilik jamu Angger Waras, Kelurahan Banjaran Kota Kediri, 6 juli 2018.

Table 1.1
Frekuensi konsumsi jamu Angger Waras

Frekuensi (per minggu)	Jumlah
<3	5
≥ 3	7
Total	12

Sumber: Observasi pada konsumen jamu Angger Waras

Dari data diatas dapat diketahui bahwa sekitar 58,3 % dari 12 responden mengkonsumsi jamu Angger Waras sebanyak 3 kali atau bahkan lebih dari 3 kali per minggu. Sedangkan sebanyak 41,7 % mengkonsumsi jamu Angger Waras kurang dari 3 kali atau hanya setiap sakit saja. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas masyarakat kota masih *antusias* dalam mengkonsumsi jamu. Kebanyakan dari mereka masih percaya terhadap kasiat jamu untuk mengobati penyakit mereka, padahal di jaman modern ini tentunya sudah banyak dan mudah didapatkan berbagai obat obatan kimia.

Akan tetapi walaupun mengkonsumsinya cukup sering, mereka tidak mengetahui bahan untuk membuat jamu ini. Konsumen tidak mengetahui bahan serta kandungan isi dari jamu Angger Waras ini dikarenakan dalam kemasan tidak dicantumkan informasi terkait bahan pembuat jamu bahkan juga tidak ada label halal dan label uji kelayakan dari Badan Penguji Obat dan Makanan (BPOM). Kebanyakan konsumen hanya tepacu pada khasiat dari jamu tersebut tanpa memandang apa saja bahan yang terkandung dalam pembuatannya. Hal ini dibuktikan dengan sikap 11 responden yang

menganggap bahwa atribut informasi jamu seperti komposisi, label halal, dan BPOM tidak terlalu penting selama apa yang dikeluarkan terobati..⁹

Padahal salah satu atribut yang bisa digunakan konsumen untuk memperoleh pengetahuan tentang keamanan suatu produk adalah dari kemasan makanan. Dalam sebuah kemasan terdapat informasi mengenai bentuk fisik produk, label, dan sisipan detail informasi keamanan untuk produk makanan atau obat yang berbahaya atau tidak. Kemasan diperlukan karena untuk memenuhi sasaran yaitu keamanan dan kemanfaatan. Dari label konsumen dapat menemukan informasi mengenai nama produk, bahan baku yang digunakan, informasi gizi, tanggal kadaluarsa, dan keterangan legalitas (keterangan halal dan BPOM).¹⁰

Ketidaktejelasan informasi mengenai kandungan jamu ini harus lebih dicermati oleh konsumen guna mencegah gangguan kesehatan yang ditimbulkan akibat mengkonsumsi jamu ini. Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen terdapat beberapa hak yang harus diterima konsumen diantaranya hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang atau jasa, serta hak atas informasi yang benar, jelas, dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang atau jasa.¹¹ Apalagi terdapat beberapa kasus tentang jamu polosan yang tidak mencantumkan komposisi, label bpom dan label halal, yang

⁹Wawancara konsumen jamu Angger Waras, Kelurahan Banjaran Kota Kediri, 6-8 juli 2018.

¹⁰Muhammad Tony Nawawi, "Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Halal Di Jakarta", Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Vol. II, 1 (April 2018), 72-80.

¹¹Undang undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, Jakarta, 1999.

ternyata mengandung bahan kimia berbahaya. Oleh karena itu terdapat beberapa tindakan yang bisa digunakan untuk menghindari bahaya jaumu atau obat tradisional diantaranya: selalu memeriksa nomor BPOM, jangan gunakan obat tadisional bersamaan dengan obat kimia, selalu periksa tanggal kadaluarsa, membaca aturan pakai sebelum meminum.¹²

Dalam fikih ekonomi Umar *ra* terdapat kaidah dalam konsumsi yang salah satunya adalah kaidah amaliah (bentuk konsumsi), yaitu kaidah yang menekankan bahwa konsumen harus memperhatikan bentuk barang yang dikonsumsi. Dimana seorang muslim tidak akan mengknsumsi melainkan yang halal selalui menjauhi yang haram dan *syubhat*.¹³

Ekonomi Islam sendiri mashlahah diartikan sebagai segala bentuk kebaikan yang berdimensi duniawi, ukhrawi, material, dan spiritual yang harus memenuhi tiga unsur yakni kepatuhan syari'ah (halal), bermanfaat dan membawa kebaikan (*thoyib*) dalam semua aspek secara keseluruhan yang tidak menimbulkan kemudharatan.¹⁴ Konsumen harus menjauhi makanan dan minuman yang haram, sehingga kewaspadaan konsumen harus dilakukan dalam melakukan pemilihan makanan dan minuman yang akan dikonsumsi karena hal ini berhbungan dengan pertanggungjawaban kepada Allah SWT.

¹²Badan POM RI, *Pedoman Gerakan Nasional Peduli Obat dan Pangan Aman* (Jakarta: BPOM RI, 2015), 4.

¹³Jaribah bin Ahmad Al-Harits, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khatab*, terj. Asmuni Solihan Zamakhasyari, cet ke-1 (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar Grup, 2006), 141.

¹⁴Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syari'ah* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 498.

Seharusnya konsumen muslim mengimplementasikan syari'at atau hukum Islam yang memerintahkan untuk memperhatikan makanannya.¹⁵

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَىٰ طَعَامِهِ

Artinya : (Maka hendaklah manusia itu memperhatikan) dengan memasang akalnya (kepada makanannya) bagaimanakah makanan itu diciptakan dan diatur untuknya? (QS Abassa ayat 24)¹⁶

Memperhatikan makanan berarti mewaspadaai makanan dan minuman yang berkemungkinan mengandung unsur haram. Mewaspadaai adalah salah satu bentuk implementasi nyata dari hukum Islam. Yang dimaksud mewaspadaai adalah selektif dan memperhatikan apa-apa yang menjadikan alasan makanan atau minuman dapat dikatakan halal dan baik untuk dikonsumsi.

Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan langkah langkah penelitian untuk menelusuri faktor-faktor konsumen dalam membeli jamu Angger Waras yang tidak mencantumkan atribut tentang produknya dalam hal ini seperti label halal, surat dari BPOM, serta komposisi bahan yang dikandungnya. Mengingat atribut diatas sebagai sumber informasi konsumen. Sehingga kini, banyak konsumen dari jamu herbal ini yang tidak mengetahui secara pasti kandungan dan campuran jamu ini. Sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian dengan mengambil judul **Analisis Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Jamu Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus di Agen Jamu Angger Waras Kelurahan Banjaran Kota Kediri).**

¹⁵Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif ilmu ekonomi islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), 468.

¹⁶Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan terjemahnya* (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004), 872.

B. FOKUS PENELITIAN

1. Apakah faktor-faktor dalam pembelian jamu di agen jamu Angger Waras Kelurahan Banjaran Kota Kediri?
2. Bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian jamu di agen jamu Angger Waras Kelurahan Banjaran Kota Kediri dalam perspektif konsumsi Islam?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui faktor- faktor dalam keputusan pembelian jamu di agen jamu Angger Waras Kelurahan Banjaran Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen dalam keputusan pembelian jamu di agen jamu Angger Waras Kelurahan Banjaran Kota Kediri dalam perspektif konsumsi Islam.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Dari penelitian ini, peneliti berharap adanya banyak manfaat yang dapat mempermudah para pembaca khususnya dalam upaya memahami nilai-nilai terkait ekonomi syariah termasuk didalamnya adalah teori konsumsi dalam Islam baik secara teoritis maupun praktis. Secara luas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memberi masukan yang bersifat ilmiah dan memberi informasi yang bermanfaat untuk memperkaya *hazanah* ilmu pengetahuan serta memperkaya pustaka ilmu

mengenai perilaku konsumendalam pembelian barang atau jasa yang sesuai dengan konsumsi dalam Islam.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan peneliti dalam melakukan penelitian ilmiah serta menambah wawasan keilmuannya mengenai perilaku konsumendalam pembelian barang atau jasa yang sesuai dengan konsumsi dalam Islamdan bisa mempraktekkan dalam kegiatan konsumsinya nanti sehingga dapat memberi nilai berkah dan ibadah.

b. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber informasi yang akan memudahkan masyarakat untuk memahami mengenai perilaku konsumendalam pembelian barang atau jasa yang sesuai dengan konsumsi dalam Islam, sehingga bisa menerapkan aturan Islam secara sempurna.

E. TELAAH PUSTAKA

1. Ulfah Yunita Ningrum dari fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun 2011 dengan judul “Perilaku konsumtif terhadap produk pakaian distro ditinjau dari konfomitas pada siswi smk abdi negara muntilan” yang menjelaskan bagaimana sebuah band distro dapatmemicu terjadinya perilaku konsumtif dikalangan remaja.

Penelitian ini mempunyai persamaan dan perbedaan. Persamaan skripsi ini yaitu sama-sama membahas perilaku yang dilakukan konsumen dalam pembelian suatu produk dan metode yang digunakan yaitu kualitatif.

Perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya dimana skripsi dari Ulfa yang membahas tentang perilaku konsumtif dari remaja dalam membeli produk di sebuah distro, sedangkan penelitian sekarang fokusnya adalah perilaku konsumen dalam membeli jamu angger waras yang tidak ada label komposisinya. Selain itu penelitian terdahulu tinjauannya berdasarkan konformitas sedangkan penelitian sekarang ditinjau berdasarkan konsumsi Islam.

2. Mei Siska Indriana dari program studi Ekonomi Syariah STAIN Kediri tahun 2017 dengan judul “analisis perilaku konsumen dalam pembelian pakaian secara online di tinjau dari prinsip konsumsi Islam” dalam skripsi tersebut disimpulkan bahwa perilaku konsumen mahasiswa STAIN Kediri program studi Ekonomi Syariah dalam melakukan pembelian pakaian secara online termasuk ke dalam jenis konsumen rasional dan irrasional. Perilaku mahasiswa dalam membeli pakaian secara online yang irrasional atau konsumtif tidak sesuai dengan prinsip kuantitas dan prinsip syariah. Sedangkan perilaku mahasiswa yang rasional masih sesuai dengan prinsip konsumsi Islam seperti prinsip syariah, prinsip prioritas dan prinsip moralitas.

Persamaan penelitian ini terdapat dalam konteks penelitian yang membahas tentang perilaku konsumen dan pada jenis penelitian yaitu

penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan yang dibahas dimana penelitian ini membahas tentang perilaku konsumsi mahasiswi program studi ekonomi syari'ah STAIN Kediri yang cenderung konsumtif dalam pembelian pakaian secara online sedangkan penulis pada kali ini membahas tentang perilaku konsumen dalam pembelian jamu tradisional Angger Waras dimana jamu ini tidak mencantumkan komposisi kandungannya, serta label BPOM.

3. Muflichatul Rosyidah tahun 2017, Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri dengan judul : “Analisis Perilaku Konsumsi Islam Terhadap Motivasi Konsumen Dalam Memilih Aqiqah Instan Di Lembaga Amil Zakat Ummul Quro (LAZ UQ) Jombang” . dari penelitian tersebut disimpulkan bahwa motivasi konsumen dalam memilih aqiqah di LAZ UQ sudah sesuai dengan kaidah konsumsi Islam seperti kaidah syariah, kaidah kuantitas, kaidah prioritas, dan kaidah sosial. Dimana motivasi konsumen dalam memilih aqiqah instan berdasarkan niat yang baik serta mendatangkan manfaat untuk dirinya sendiri serta menjalankan ibadah sunnah beaqiqah kepada Allah tanpa adanya keraguan di dalamnya.

Persamaan penelitian ini terletak pada konteksnya dimana yang membahas tentang perilaku konsumsi Islam dan juga jenis penelitiannya yaitu kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada fokus penelitiannya yang mana penelitian terdahulu terfokus pada motivasi konsumen dalam memilih aqiqah instan sedangkan peneliti saat ini fokus penelitian pada perilaku konsumen secara umum dalam pembelian jamu tradisional Angger Waras.

4. Arina Wahyuni dari program study Ekonomi Syari'ah STAIN Kediri dengan judul "Pengaruh Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Di-Share Rabbani Blitar". Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,450 dan sikap konsumen memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,472. Persepsi dan sikap konsumen memiliki hubungan terhadap keputusan pembelian sebesar 0,672 atau sebesar 67,1% terhadap keputusan pembelian pada produk rabbani di re-share rabbani Blitar. Pada penelitian oleh Arina Wahyuni dengan penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan dapat diperoleh konteks penelitian yang membahas tentang perilaku konsumen Sedangkan perbedaanya terletak pada metode penelitian dimana penelitian oleh Aina menggunakan metode kuantitatif sedangkan disini peneliti menggunakan metode kualitatif. Selain itu pada fokus penelitian Arina menggunakan indikator persepsi dan sikap konsumen saja sedangkan peneliti disini menggunakan perilaku konsumen secara umum dan ditinjau dari teori konsumsi Islam.
5. Tin Waroatul Watimah dari fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang tahun 2015 dengan judul "Model Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang)" hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan

Banyuputih Kabupaten Batang dalam pembelian handphone karena adanya faktor kebutuhan, yaitu untuk berkomunikasi, dan faktor keinginan. Perilaku konsumen masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang dalam pembelian handphone ditinjau dari teori konsumsi Islam adalah sesuai dengan konsep kebutuhan, yaitu kebutuhan berkomunikasi dan bersosialisasi, akan tetapi sebagian mereka belum sesuai dengan konsumsi Islam dimana penyebab berganti-ganti handphone karena keinginan mengikuti trend, padahal dalam Islam telah diajarkan untuk bersikap sederhana.

Terdapat persamaan dari kedua penelitian ini di mana yaitu terletak pada konteks perilaku konsumen dan tinjauan konsumsi Islam. Sedangkan perbedaannya terletak pada objeknya di mana pada penelitian oleh Tin waroatul watimah tentang perilaku konsumen dalam pembelian handphone sedangkan peneliti tentang perilaku konsumen pembelian jamu tradisional. Selain itu penelitian terdahulu fokus penelitiannya yaitu model perilaku konsumen sedangkan penelitian saat ini perilaku konsumen yang ditinjau dalam konsumsi Islam.