**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Konteks Penelitian**

Menurut Ujang Sumarwan, motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang melakukan tindakan untuk memenuhinya. Dorongan inilah yang disebut sebagai motivasi[[1]](#footnote-1).

Kebutuhan dalam pandangan ilmuan muslim Al-Ghazali adalah keinginan untuk mendapatkan sesuai yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya. Seperti, kebutuhan makanan untuk menolak kelaparan dan melangsungkan kehidupan, kebutuhan pakaian untuk menolak panas dan dingin, serta tempat untuk menolak dari kerusakan. Semua manusia mempunyai kebutuhan yang merupakan akar permasalahan ekonomi. Sedangkan kebutuhan manusia berkembang seiring dengan perkembangan peradaban[[2]](#footnote-2).

Abraham Maslow, menjelaskan bahwa kebutuhan manusia itu berjenjang. Jadi, motivasi konsumen didasarkan pada kebutuhan yang meningkat disetiap jenjang kelas ekonominya. Jenjang kebutuhan tersebut tersusun dalam lima hierarki kebutuhan, yaitu kebutuhan fisiologis, rasa aman dan nyaman, sosial dan rasa cinta, harga diri, serta aktualisasi diri[[3]](#footnote-3).

1

Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, ada beberapa prinsip konsumsi dalam Islam yang diterangkan Lukman Hakim, yaitu pinsip syariah, kuantitas, dan moralitas. Pada prinsip syariah konsumen harus memperhatikan tujuan konsumsi, kaidah ilmiah, dan bentuk konsumsi. Kemudian pada prinsip kuantitas memperhatikan kesederhanaan, tidak bermewah-mewahan (berlebihan), dan kesesuaian antara pemasukan dengan konsumsi. Selanjutnya pada prinsip moralitas, konsumen harus memperhatikan etika kesopanan dan keramahan[[4]](#footnote-4).

Organisasi PMII (Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia) sudah 56 tahun berdiri dan sampai pada eksistensinya di Kediri. PMII merupakan organisasi mahasiswa terbesar di wilayah Kediri. Hal ini, dibuktikan dengan eksistensi PMII di 4 kampus terbesar di Kediri, yaitu kampus Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri, Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri, Institut Agama Islam Tribakti (IAIT) Kediri, dan Universitas Islam Kadiri (UNISKA). Selain itu, terbukti juga dengan Rata-rata 1000 mahasiswa yang mengikuti Masa Penerimaan Anggota Baru (MAPABA) PMII cabang Kediri di setiap tahunnya. Namun, anggota PMII yang paling banyak adalah di kampus STAIN Kediri yang berada dalam struktural komisariat Sunan Ampel Kediri. Karena dari seluruh anggota PMII cabang Kediri, kampus STAIN Kediri memiliki 50% kader, IAIT memiliki 25% kader, UNISKA 15% kader, dan UNP 10% kader[[5]](#footnote-5).

Shopie Martin adalah perusahaan dan merek busana Indonesia yang berdiri di Jakarta pada tahun 1995. Perusahaan ini mendistribusikan pakaian, aksesori mode, tas, dan kosmetik dengan metode penjualan langsung. Awalnya perusahaan ini bernama Shopie Martin, namun kemudian ditambahkan kata “Paris” sebagai bagian dari strategi pemasaran[[6]](#footnote-6).

Shopie Martin bagi 50% dari total 196 warga PMII Rayon Raden Sa’id Komisariat Sunan Ampel Kediri, merupakan merek produk yang mahal. Karena menurut mereka, produk yang diterima tampilannya tidak sesuai dengan gambar dikatalog. Bahkan ada yang ukurannya tidak sesuai dengan yang diharapkan. Terkadang dikatalog terlihat besar, ternyata produk aslinya kecil. Namun sebaliknya, bagi 50% lainnya beranggapan bahwa merek Sophie Martin murah. Karena mereka menilai harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Meskipun demikian, 98% dari mereka menggunakan merekproduk Sophie Martin.[[7]](#footnote-7)

Dalam pola konsumsi, Al-Qur’an secara tegas menjelaskan bahwa pemenuhan konsumsi itu harus dijalankan secara wajar dan seimbang, tidak berlebihan (boros). Karena konsumsi dalam Islam memiliki hakekat makna yang positif dengan mengurangi pemborosan yang tidak dibutuhkan. Artinya, Islam memaknai konsumsi sebagai pemenuhan dari suatu kebutuhan yang dirasakan konsumen. Sehingga apabila tidak ada kebutuhan yang dirasakan namun seseorang melakukan konsumsi atau pembelian terhadap suatu barang, maka perilaku tersebut dinamakan pemborosan.[[8]](#footnote-8)

Berdasarkan data yang diperoleh, peneliti tertarik untuk mengambil judul **MOTIVASI KONSUMEN MEMILIH PRODUK SHOPIE MARTIN DITINJAU DARI PRINSIP KONSUMSI DALAM ISLAM** (Studi kasus aktivis Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia, Rayon Raden Said, Komisariat Sunan Ampel, Kediri).

1. **Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan diatas, maka dibuat fokus penelitian sebagai berikut:

1. Apa motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin?
2. Bagaimana tinjauan prinsip konsumsi dalam Islam terhadap motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin?
3. **Tujuan Penelitian**

Fokus penelitian yang disebutkan diatas, mengandung tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin?
2. Untuk mengetahui tinjauan prinsip konsumsi dalam Islam terhadap motivasi konsumen memilih produk Shopie Martin?
3. **Kegunaan Penelitian**

Setelah memaparkan beberapa hal yang berkaitan dengan tujuan penelitian, maka dapat diambil manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan wawasan ilmiah, terutama di bidang ekonomi Islam.

Secara teoritis, skripsi ini diupayakan dapat menjadi kontribusi ilmiah bagi penulis khususnya, dan bagi pembaca pada umumnya. Selain itu pembahasan skripsi ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumbangan ilmu pengetahuan dalam bidang prinsip konsumsi dalam Islam.

1. Secara Praktis
2. Bagi Penulis

Menambah wawasan pengetahuan ilmiah mengenai motivasi konsumen dalam memilih suatu produk ditinjau dari prinsip konsumsi dalam Islam.

1. Bagi Konsumen

Hasil penelitian ini digunakan konsumen sebagai wawasan dan pengetahuan mengenai prinsip konsumsi dalam Islam. Kemudian untuk diterapkan dalam bentuk konsumsi sehari-hari khususnya pada konsumsi barang bermerk (*branded*)

1. Bagi Peneliti Lainnya

Skripsi ini dapat digunakan sebagai rujukan untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

1. **Telaah Pustaka**

Telaah pustaka mempunyai tujuan untuk menjelaskan judul dan isi singkat kajian-kajian yang pernah dilakukan terkait topik yang akan diteliti. Dalam hal ini setidaknya ada dua penelitian yang pernah diteliti terkait dengan judul penelitian, “Motivasi Konsumen dalam Memilih Produk Shopie Martin Ditinjau dari Prinsip Konsumsi dalam Islam”, yaitu:

Penelitian yang dilakukan oleh Novie Agustin Ziera Setyowati yang berjudul, ”Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsmetik Wardah di Hypermart Kediri. Penelitian ini terfokus pada pengaruh motivasi konsumen terhadap pengambilan keputusan pembelian pada produk kosmetik wardah.[[9]](#footnote-9)

Penelitian Muhamad Muhsiy Danial yang berjudul,”Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian” (Studi kasus pada *handphone* Nokia di Jakarta). Fokus penelitian terletak pada pengaruh motivasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *handphone* Nokia.[[10]](#footnote-10)

Penelitian Siti Khoirotun Nikmah yang berjudul, ”Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Kota Kediri dalam Perspektif Ekonomi Islam”(Studi kasus di Kelurahan Bujel, Kecamatan Mojoroto, Kabupaten Kediri). Fokus penelitian terletak pada perilaku konsumsi masyarakat kelurahan Bujel, ditinjau dengan perspektif ekonomi Islam.[[11]](#footnote-11)

Bedasarkan data di atas, penelitian yang akan dilakukan memiliki kesamaan terkait fokus penelitian, yaitu perilaku konsumen. Bedanya, pada penelitian ini perilaku konsumen yang difokuskan pada motivasi pembelian terhadap suatu produk, akan ditinjau menggunakan prinsip konsumsi dalam Islam.

1. Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen* *Teori Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hal.23 [↑](#footnote-ref-1)
2. Abdur Rohman, *Ekonomi Al-Ghazali*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2010), hal.93 [↑](#footnote-ref-2)
3. Ni Wayan Sri Suprapti, *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*, (Denpasar: UDAYANA PRESS, 2009), hal. 59 [↑](#footnote-ref-3)
4. Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Surakarta: Penerbit Erlangga, 2012), hal. 93-100 [↑](#footnote-ref-4)
5. Naila, pengurus cabang PMII Kediri, Kediri, 23/07/2016. [↑](#footnote-ref-5)
6. <https://id.m.wikipedia.org>, (diakses tanggal 12/05/2016) [↑](#footnote-ref-6)
7. Kurnia, *user* Sophie Martin dan pengurus PMII Rayon Raden Said Komisariat Sunan Ampel (SUPEL) Kediri, Kediri, 14/03/2017. [↑](#footnote-ref-7)
8. Rahman, *Ekonomi Al-Ghazali*, hal.119 [↑](#footnote-ref-8)
9. Novie Agustin Ziera Setyowati yang berjudul,”*Pengaruh Motivasi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wardah di Hypermart Kediri”,* (Kediri: STAIN Kediri, 2014) [↑](#footnote-ref-9)
10. Muhamad Muhsiy Danial, “*Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Pembelian”* (Studi kasus ada *handphone* Nokia di Jakarta), (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008) [↑](#footnote-ref-10)
11. Siti Khoirotun Nikmah yang berjudul*,”Perilaku konsumsi Masyarakat Muslim di Kota Kediri dalam Perspektif Ekonomi Islam”(Studi kasus di kelurahan Bujel, Kecamatan Mojoroto, Kabupaten Kediri),* (Kediri: STAIN Kediri, 2012) [↑](#footnote-ref-11)