

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini kita telah memasuki era globalisasi dan modernisasi, permasalahan dan tantangan yang akan dihadapi masyarakat begitu kompleks. Contoh permasalahan dan tantangan yang akan timbul dari globalisasi dan modernisasi seperti, mencari pekerjaan, standarisasi yang tinggi, hingga masalah perekonomian, Hal tersebut secara tidak langsung menyebabkan psikis dan tingkat stres yang terjadi pada masyarakat semakin meningkat. Sehingga masyarakat dirasa membutuhkan tempat dimana mereka bisa melampiaskan masalah-masalah yang tengah dihadapi atau masyarakat dapat menemukan tempat untuk dijadikan ruang diskusi dalam mencari jalan keluar dari permasalahan itu sendiri. Pada era globalisasi juga menyebabkan masyarakat tidak hanya dituntut untuk memenuhi kebutuhan pokoknya saja, melainkan ada kebutuhan-kebutuhan baru yang muncul yang diakibatkan oleh perkembangan zaman dan modernisasi.¹

Salah satu dampak adanya modernisasi adalah menyebabkan semakin mudahnya budaya luar masuk ke dalam kehidupan pada masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari berubahnya gaya hidup dan pola konsumsi yang berusaha menyamai dengan budaya luar. Dalam budaya luar pola konsumsi tidak hanya digunakan untuk memenuhi nilai fungsional melainkan juga untuk memenuhi nilai simbolis. Barang-barang yang biasanya tergolong sekunder

¹ Irwanti Said, "Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern", *Jurnal Al-Khitabah*, Vol. 3, No. 1, 2017, hlm 34.

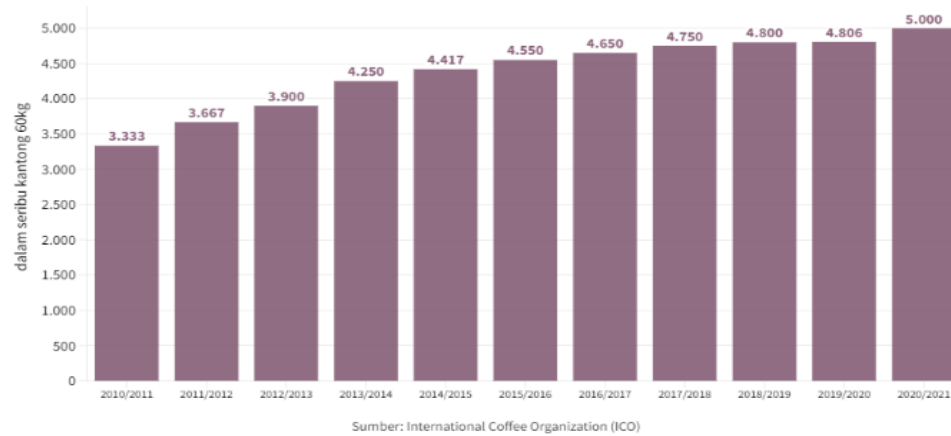
bahkan tersier dapat berubah menjadi barang primer yang artinya harus terpenuhi. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini memiliki artian bahwa masyarakat bukan hanya berorientasi pada nilai guna, melainkan ada gengsi dan reputasi yang ingin dicapai. Salah satu contoh pengadaptasian budaya luar di masyarakat adalah perilaku konsumsi pada *coffee shop* atau warung kopi.²

Pada awalnya melakukan konsumsi di warung kopi adalah sebuah aktivitas yang dilakukan untuk mengisi kekosongan atau waktu luang, namun seiring berjalanya waktu dan dipengaruhi oleh arus modernisasi hal tersebut telah menjadi gaya hidup bagi semua kalangan. Fenomena “ngopi” seakan telah membius dan menghipnotis semua orang, khususnya kaum milenial. Dampak yang dihasilkan dari fenomena tersebut adalah meningkatnya jumlah konsumsi kopi di Indonesia.³ Data dari *International Coffee Organization* (ICO) menunjukkan bahwa selama satu dekade terakhir tingkat konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat secara konsisten.

² Argyo Demartoto Solikatun, Drajat Tri Kartono, "Perilaku Konsumsi Kopi Sebagai Budaya Masyarakat Konsumsi: Studi Fenomenologi Pada Peminum Kopi Di Kedai Kopi Kota Semarang", *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol. 4, No. 1, 2015, hlm 61.

³ Aji Ridwan Fauz, "Fenomena Ngopi Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Generasi Milenial (Perubahan Perilaku Dan Perubahan Sosial Masyarakat di Kecamatan Pangalengan Kabupaten Bandung)", (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati, 2019), hlm 5.

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi di Indonesia

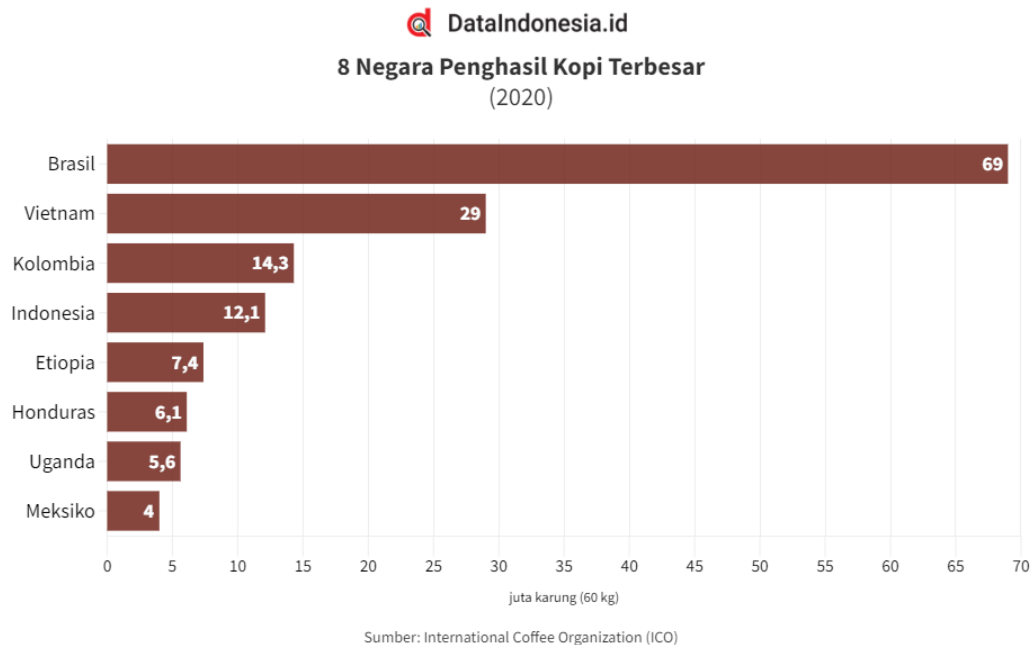


(Sumber: International Coffee Organization (ICO))

Dari data diatas menunjukkan adanya peningkatan konsumsi kopi di Indonesia setiap tahunnya. Artinya fenomena ngopi benar-benar menjadi gaya hidup bagi masyarakat. Pelaku bisnis dan pengusaha UMKM juga menganggap fenomena ini sebagai peluang bisnis yang bisa mereka manfaatkan.⁴ Selain tingkat konsumsi kopi yang selalu meningkat dalam 10 tahun terakhir, ada beberapa hal yang mendasari para pengusaha dan pelaku UMKM untuk memanfaatkan fenomena yang terjadi sebagai peluang usaha. Seperti produksi kopi dari para petani di berbagai daerah melimpah dan menurut *International Coffee Organization* (ICO) Indonesia masuk kedalam 4 besar negara penghasil kopi terbesar di dunia. hal tersebut tentu membuat keberadaan kopi mudah untuk didapatkan dan dengan harga terjangkau.

⁴ Achmad Helmy Djawahir, Marthin Pangihutan Ompusungguh, "Gaya Hidup Dan Fenomena Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Di Malang", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 12, No. 2, 2014, hlm 189.

Gambar 1.2 Data Negara Penghasil Kopi Terbesar



(Sumber: Data Indonesia.id)

Dalam situs detik *finance* yang berjudul “Hasil Riset Kedai Kopi di RI Bertambah 2000 Dalam 3 Tahun”. Menyatakan perkembangan usaha dalam bidang warung kopi di Indonesia mengalami kenaikan yang *significant*. Hasil riset Toffin sebuah perusahaan yang berkecimpung dalam hal penyedia jasa dan barang di industri HOREKA (Hotel, Restoran, Kafe) yang bekerja sama dengan majalah *mix MarCoom* melakukan pendataan bahwa jumlah kedai kopi di Indonesia per Agustus 2019 terdapat kurang lebih 2.950 gerai. Jumlah tersebut mengalami peningkatan hampir tiga kali lipat dari tahun 2016 yang hanya mencapai sekitar 1000 kedai, mengindikasikan adanya peningkatan sekitar 1950 kedai dalam jangka waktu 3 tahun. Untuk jumlah kedai kopi secara asli atau riil diperkirakan lebih dari angka tersebut, dikarenakan pendataan yang dilakukan

dalam penelitian hanya dilaksanakan di kota-kota besar.⁵ Pada saat ini jumlah kedai kopi diperkirakan makin meningkat, hal tersebut dikarenakan fenomena ngopi sudah benar-benar melekat pada semua kalangan masyarakat artinya usia bukan lagi menjadi pembatas bagi seseorang menjadikan fenomena ini sebagai gaya hidup baru.

Dalam perspektif ekonomi syariah perilaku konsumen tidak terlepas dari peranan keimanan. Islam menempatkan keimanan sebagai rujukan utama dari segala sesuatu termasuk dalam hal melakukan kegiatan konsumsi.⁶ Hal tersebut dikarenakan keimanan dinilai dapat memberikan cara pandang dan dapat memberikan dampak positif bagi siapa yang menerapkannya. Keimanan juga menentukan kualitas, kuantitas dan konsumtif seseorang. orang yang menerapkan asas keimanan sebagai rujukan utama dalam melakukan perilaku konsumen maka akan mengedepankan asas nilai guna dan menghindari kegiatan mubazir. Selain itu pola konsumsi seseorang yang beriman dengan yang orang yang tidak memperhatikan perilaku konsumen menurut syariah akan berbeda. Orang yang beriman akan berpegang teguh akan tuntunan yang telah ditetapkan Allah SWT melalui al-Quran termasuk dalam hal konsumsi. Misalnya seseorang yang beriman akan memperhatikan dengan dan lebih berhati-hati dalam melakukan apapun termasuk konsumsi seperti yang termaktub dalam al-Quran.⁷

⁵ Danang Sugianto, 'Hasil Riset: Kedai Kopi Di RI Bertambah 2.000 Dalam 3 Tahun Baca Artikel Detikfinance', *Detik Finance*, 2019 <<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-4826275/hasil-riset-kedai-kopi-di-ri-bertambah-2000-dalam-3-tahun>>.

⁶ Yessi Vina Winata, "Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Dalam Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam", (Skripsi, IAIN Bengkulu, 2021), hlm 25.

⁷ Suharyono, "Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Al-Intaj*, Vol. 4, No. 2, 2018, hlm 310.

Salah satu contoh ayat yang menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan yang halal, yaitu:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ يَ
عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S Al-Baqarah [2]:168).⁸

Ayat tersebut menganjurkan kita untuk melakukan konsumsi pada makanan yang baik serta halal dan kita diperingatkan agar tidak mengikuti tipu daya yang dilakukan oleh setan. Banyak kalangan masyarakat yang memahami istilah halal dengan terbatas pada aspek makanan dan minuman, seperti larangan mengonsumsi bangkai dan minuman yang mengandung alkohol. Istilah halal dan haram adalah terminologi yang berasal dari al-Qur'an, dan istilah ini dapat diterapkan dalam berbagai konsep yang berbeda, tidak hanya terbatas pada konteks makanan dan minuman.. Secara terminologi, istilah halal dan haram juga dapat diterapkan dalam konteks gaya hidup. Ini karena makna kata halal secara umum melibatkan segala aspek yang terkait dengan kehidupan dan cara hidup manusia. Secara prinsip, halal mengacu pada hal-hal atau tindakan yang sesuai dengan prinsip syariah. Dengan kata lain, konsep halal dapat menjadi panduan bagi umat Muslim dalam menentukan produk atau layanan yang sesuai dengan hukum dan nilai-nilai Islam.⁹

⁸ Departemen Agama RI. “alqur'an dan Terjemahannya al-Baqarah (2) 168.” Akses tanggal 20 Oktober, 2022. <https://quran.kemenag.go.id/surah/2/168> .

⁹ Irawati,Muhammad Ithof, "Al-Qur'an, Gaya Hidup Halal, Dan Fusion Of Horizons: Studi QS. Al-Baqarah (2): 168", *Ilmu Dan Al-Quran Tafsir*, Vol.1,No.2, 2020, hlm 124.

Definisi gaya hidup halal adalah kebiasaan dalam diri seseorang dengan berpedoman dan berpegang teguh pada nilai-nilai dan syariat Islam dalam keseharian hidupnya.. Sehingga tercipta keseimbangan antara kehidupan dunia dan nilai-nilai syariat Islam. Dengan kata lain, umat islam harus menjadikan nilai dan ajaran Islam dalam sebagai rujukan utama dalam kehidupan sehari-hari, tak terkecuali aktivitas konsumsi. Dalam konteks konsumsi, Islam mendorong umatnya untuk mencapai keseimbangan dengan memberikan penekanan pada dua aspek penting. Konsumsi dilakukan dengan menggunakan harta untuk memenuhi kebutuhan dunia dan kebutuhan keluarga. Selain itu, pengeluaran harta juga dilakukan untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan persiapan untuk kehidupan di akhirat.¹⁰ Imam Al-Syaitibi mengelompokkan kebutuhan dalam Islam ke dalam tiga kategori, yaitu *dharuriyat* (kebutuhan pokok), *hajiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier). Setiap tingkatan ini memiliki klasifikasi dan indikatornya sendiri yang digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan dan prioritas kebutuhan tersebut.

Pandangan Al-Syatibi adalah bahwa tujuan utama syariah adalah melindungi dan mewujudkan tiga kategori hukum atau yang biasa disebut sebagai *dharuriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*. Setiap kategori tersebut bertujuan untuk memastikan kebaikan dan keberkahan bagi umat Muslim, baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Al-Syatibi menggunakan istilah "masalah" untuk menggambarkan tujuan syariah ini. Dengan kata lain, manusia selalu diharapkan

¹⁰Ade Nur Rohim ,Prima Dwi Priyatno, "Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal Consumption Patterns In The Implementation Of Halal Lifestyle", *Ekonomi Syariah Dan Bisnis Islam*, Vol. 4, No.2, 2021, hlm 30.

untuk mencari kebaikan. Aktivitas ekonomi seperti produksi, konsumsi, dan pertukaran yang melibatkan kebaikan sesuai dengan syariah harus dijalankan sebagai kewajiban agama untuk mencapai kebaikan baik di dunia maupun di akhirat. Oleh karena itu, semua aktivitas ekonomi yang menghasilkan kebaikan bagi umat manusia disebut sebagai kebutuhan. Kebaikan dalam konteks ini didefinisikan sebagai segala sesuatu yang terkait dengan rezeki manusia, pemenuhan kehidupan manusia, dan memperoleh apa pun yang dibutuhkan oleh aspek-aspek emosional dan intelektualnya dalam arti yang mutlak.¹¹

Kabupaten Bangkalan terletak di ujung barat Pulau Madura, Jawa Timur. Kabupaten ini merupakan bagian dari kawasan metropolitan Surabaya yang dikenal sebagai Gerbangkertosusila. Kawasan ini meliputi wilayah Gresik, Bangkalan, Mojokerto, Surabaya, Sidoarjo, dan Lamongan.. Hal tersebut menjadikan perkembangan Kabupaten Bangkalan begitu pesat. Selain itu Kabupaten Bangkalan juga di dukung dengan keberadaan Jembatan Suramadu dan Pelabuhan, sehingga mempermudah akses masuk bagi seseorang yang hendak mengunjunginya. Kemudahan akses masuk dan letak geografis menjadikan banyak wisatawan dan investor untuk mengunjungi Kabupaten Bangkalan, tidak terkecuali investor dalam hal *coffee shop* atau warung kopi. Selain itu keberadaan Universitas Trunojoyo Madura dinilai sebagai salah satu faktor berkembangnya industri di bidang warung kopi, dikarenakan tingginya

¹¹ Adiwarman Azwar Karim, Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam, (Jakarta:Raja Grafindo Persada,2012), hlm 386.

tingkat konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa. Dengan memadukan konsep modern dan tradisional ditambah dengan harga yang ditawarkan lebih murah dengan wilayah gerbangsusi lainya, maka perkembangan industri *coffee shop* di Kabupaten Bangkalan khususnya wilayah sekitar Kampus Universitas Trunojoyo Madura berkembang begitu pesat.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap hal yang melatarbelakangi perilaku konsumen yang dilakukan oleh masyarakat pada warung kopi. Yang berjudul **“Analisis Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Ditinjau Dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi (Studi Pada Warung Kopi Sekitar Kampus Universitas Trunojoyo Madura)”**.

B. Batasan Masalah

Dalam penelitian dengan judul “Analisis Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Ditinjau Dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi (Studi Pada Warung Kopi Sekitar Kampus Universitas Trunojoyo Madura)” Batasan masalahnya hanya berfokus Perilaku konsumen pada warung kopi menurut maqashid syariah. Supaya ruang lingkup pembahasan tersebut tidak terlalu meluas.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah jelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dari penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana perilaku konsumen pada warung kopi menurut perspektif Ekonomi Syariah?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen melakukan konsumsi pada warung kopi ?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan dengan rumusan masalah yang telah dibuat yaitu:

- a. Untuk mengetahui perilaku konsumen pada warung kopi menurut maqashid syariah
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan konsumsi pada warung kopi

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan kepada pembaca mengenai analisis perilaku konsumen pada warung kopi ditinjau dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi

- b. Secara praktis

1) Untuk Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman terkait perilaku konsumen pada warung kopi ditinjau dari analisis perilaku konsumen pada warung kopi ditinjau dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi

2) Untuk Akademisi

Melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi rujukan tambahan bagi peneliti selanjutnya sekaligus sumber informasi bagi peneliti warung kopi ditinjau dari analisis perilaku

konsumen pada warung kopi ditinjau dari Maqashid Syariah Al-Syaitibi

3) Untuk Objek Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan dijadikan pedoman tentang berperilaku konsumsi sesuai syariat Islam.

E. Kajian Pustaka

Untuk memudahkan penulis dalam melakukan penelitian saat ini, maka penulis melakukan kajian Pustaka dari berbagai hasil penelitian sebelumnya. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesamaan antara judul dan pembahasan yang sedang dibahas. Oleh karena itu, perlu adanya kajian yang relevan dengan pembahasan tersebut, antara lain:

1. Skripsi, Syah Ryan Anwari, tahun 2018, Universitas Brawijaya yang berjudul Perilaku Konsumsi Kopi di Kalangan Mahasiswa di Kafe Sepanjang Jalan Kalpataru Kota Malang. Penelitian ini membahas terkait perilaku konsumsi pada kalangan mahasiswa di kafe Jalan Kalpataru Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa faktor yang melatarbelakangi kalangan mahasiswa melakukan konsumsi di kafe. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggambarkan perilaku konsumen di kafe Jalan Kalpataru Kota Malang.

Hasil yang di dapat dalam penelitian ini adalah ada beberapa hal seperti yang dikemukakan oleh Abraham Maslow melalui teori kebutuhan yang menjadi motivasi bagi kalangan mahasiswa melakukan konsumsi tersebut, seperti kebutuhan fisiologis (adiksi terhadap kafein), rasa memiliki (media untuk bergaul), dan aktualisasi diri (pembentukan diri untuk masa datang). Persamaan dari peneltian ini adalah membahas perilaku konsumen pada warung kopi atau kafe pada kalangan mahasiswa menggunakan teori kebutuhan Abraham Maslow. Sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian sekarang juga menggunakan perspektif ekonomi syariah dalam menganalisis perilaku konsumen yang dilakukan oleh mahasiswa serta studi kasus yang dijadikan objek penelitian ada di Kabupaten Bangkalan

2. Skripsi, Yessi Vina Winata, tahun 2021, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu yang berjudul Perilaku Konsumsi Generasi Milenial Dalam Penggunaan Paket Data Internet Perspektif Etika Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIN Bengkulu) Penelitian ini membahas perilaku konsumsi mahasiswa IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data. Tujuan penelitian ini menganalisis perilaku konsumsi yang dilakukan mahasiswa IAIN Bengkulu terhadap penggunaan paket data menurut perspektif etika konsumsi Islam. Pada penelitian ini menggunakan metode pendekata kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara dan observasi.

Hasil dari penelitian ini adalah perilaku konsumsi generasi milenial masih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Persamaan dari penelitian ini adalah membahas mengenai perilaku konsumsi dan menggunakan perspektif Islam. Sedangkan perbedaanya terletak pada penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah perilaku konsumsi pada penggunaan paket data dan penelitian sekarang membahas perilaku konsumsi pada warung kopi

3. Skripsi, Novi Winda Sari, tahun 2021, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu yang berjudul Pola Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu Akibat Penggunaan Online Shop Ditinjau Dari Etika Konsumsi Islam. Pada penelitian ini membahas tentang perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Bengkulu terhadap online shop. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat konsumsi mahasiswa Universitas Islam Negeri Bengkulu terhadap *online shop* dan apakah tingkat konsumsi tersebut sesuai etika konsumsi dalam Islam.

Hasil dari penelitian ini masih ditemukan bahwa tindakan konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa hal, seperti diskon, gratis ongkir dan *flash sale*. Selain itu perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa masih berlandaskan keinginan dan mengarah pada tindakan mubazir. Persamaan dari penelitian ini adalah membahas perilaku konsumsi dan melibatkan unsur syariah didalamnya. Sedangkan perbedaanya terletak pada objek penelitiannya jika penelitian ini membahas perilaku konsumsen terhadap

online shop dan penelitian sekarang membahas perilaku konsumen terhadap warung kopi.

4. Jurnal, Zainur, tahun 2017, Sekolah Tinggi Agama Islam H.M Lukman Edy Pekanbaru yang berjudul Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam. Penelitian ini membahas tentang konsep kebutuhan pada diri manusia mulai dari keinginan, kebutuhan serta faktor-faktor yang mempengaruhi dan melibatkan perspektif syariah dalam mengkaji. Tujuan dari penelitian ini adalah mengedukasi dan memberikan informasi kepada pembaca mengenai konsep kebutuhan yang terdapat dalam diri manusia serta pola konsumsi yang dianjurkan dalam Islam.

Hasil dari penelitian ini adalah seberapa besar seseorang dalam memenuhi kebutuhannya tidak berorientasi pada kemaslahatan dan mengedepankan nafsu belaka. Persamaan dalam penelitian ini adalah membahas konsumsi dalam diri manusia dan ditinjau dengan perspektif ekonomi syariah. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah penelitian terdahulu membahas konsep kebutuhan manusia secara keseluruhan, sedangkan penelitian sekarang membahas perilaku konsumen pada warung kopi

5. Jurnal, Suharyono, tahun 2018, IAIN Bengkulu yang berjudul Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Syariah Penelitian ini membahas tentang perilaku konsumen dalam sudut pandang Islam, mulai dari hal-hal yang dianjurkan sampai yang dilarang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan edukasi dan pengetahuan mengenai perilaku konsumen

menurut Agama Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif.

Hasil dari penelitian menunjukkan terkait pandangan konsumsi yang berlandaskan atas ekonomi islam yang sarat akan unsur-unsur keagamaan yang secara tidak langsung menganjurkan pada konsumen agar tidak konsumtif atau mubazir. Persamaan penelitian ini adalah membahas perilaku konsumen dan ditinjau menggunakan perspektif ekonomi syariah. Sedangkan perbedaan penelitian ini adalah penelitian sebelumnya adalah objek penelitian, jika penelitian terdahulu membahas perilaku konsumen yang dilakukan oleh individu menurut ekonomi syariah secara umum, sedangkan penelitian sekarang membahas perilaku konsumen yang dilakukan oleh individu pada warung kopi sekitar kampus Universitas Trunojoyo Madura

F. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bagian pendahuluan berfokus pada latar belakang penelitian, penjelasan mengenai rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka yang mencakup perbandingan dan kesamaan dengan penelitian sebelumnya, serta pengaturan sistematika pembahasan..

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian tinjauan pustaka mengulas berbagai teori yang relevan dengan penelitian ini, seperti perilaku konsumen, perilaku konsumen dalam konteks Islam, serta konsep maqashid syariah. Selain itu, juga dibahas pandangan Al-Syaitibi terkait konsep maqashid syariah.

BAB III METODE PENELITIAN

Bagian metode penelitian mencakup penjelasan mengenai metode yang akan digunakan oleh peneliti dalam pengolahan data penelitian. Bab ini mencakup jenis penelitian yang dilakukan, lokasi penelitian, sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik pengolahan data yang akan diterapkan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan akan membahas secara rinci mengenai gambaran objek penelitian dan temuan yang diperoleh dari penelitian tersebut.

BAB V PENUTUP

Pada bagian penutup, terdapat kesimpulan dari hasil penelitian secara keseluruhan dan saran yang ditujukan kepada peneliti