

**PENGARUH PENDAPATAN MASYARAKAT TERHADAP
PERILAKU KONSUMSI SEPEDA MOTOR DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM (Studi Kasus Daerah Tanjung Enim)**



Oleh:
Tersa Hetriana
NIM: 11190140

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden
Fatah untuk Memenuhi salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi Syariah (S.EI)

PALEMBANG

2015



**PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH. ZainalAbidinFikri, Telepon 0711 353276, Palembang 30126

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM**

Nama Mahasiswa : Tersa Hetriana
NIM/Program Studi : 11190140/Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Dalam Perspektif Ekonomi Islam (studi kasus daerah Tanjung Enim).

Telah diterima dalam ujian *Munaqosyah* pada tanggal 26 Mei 2014

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Tanggal : Ketua : Ritawati, SE, M.HI
t.t.:

Tanggal : Sekretaris : Lemiyana, SE, M. SI
t.t. :

Tanggal Pembimbing Utama : M. Rusydi, M.Ag
t.t:

Tanggal Pembimbing Kedua : Dedy Anwar, SE, M.Si
t.t:

Tanggal Penguji Utama : Dra. Qadariah Barkah, M. HI
t.t:

Tanggal Penguji Kedua : Sepriyati, S. Ag, M.HI
t.t:

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tersa Hetriana
Nim : 11190140
Jenjang : S1 Ekonomi Islam

Menyatakan, bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Palembang, 2015
Saya yang menyatakan

Tersa Hetriana
Nim : 11190140

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam
UIN Raden Fatah Palembang

Assalamu 'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah skripsi berjudul:

PENGARUH PENDAPATAN MASYARAKAT TERHADAP PERILAKU
KONSUMSI SEPEDA MOTOR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(studi kasus daerah Tanjung Enim)

Yang ditulis oleh:

Nama : Tersa Hetriana
Nim : 11190140
Program : S1 Ekonomi Islam

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk diujikan dalam sidang *munaqosyah* ujian skripsi.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Palembang, 2015

Pembimbing I,

Pembimbing II,

M.Rusydi, M.ag

Deky Anwar, S.E.,M.SI

NIP. 19750801 200501 1 007

NIP. 19820715 200801 1 015

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi adanya peningkatan penggunaan sepeda motor setiap tahunnya di daerah Tanjung Enim. Peningkatan penggunaan sepeda motor ini menunjukkan adanya peningkatan pendapatan masyarakat daerah Tanjung Enim sehingga dapat dirumuskan dalam penelitian ini bahwa bagaimana perilaku konsumsi masyarakat terhadap sepeda motor dalam perspektif ekonomi Islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendapatan masyarakat terhadap perilaku konsumsi sepeda motor dalam perspektif ekonomi Islam.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data yang dikumpulkan dengan teknik kuesioner. Responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang memenuhi satu dari lima kriteria; pemrakarsa (initiator), pemberi pengaruh (influencer), pengambilan keputusan (decider), pembeli (buyer), pemakai (user) sepeda motor di daerah Tanjung Enim. dua hipotesis diformulasikan dan diuji menggunakan Analisis Regresi. Sementara analisis kualitatif diambil dari interpretasi data dengan memberikan keterangan dan penjelasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendapatan masyarakat tidak mempunyai hubungan signifikan dengan perilaku konsumsi sepeda motor dalam perspektif ekonomi Islam.

Kata Kunci: Pendapatan Masyarakat dan Perilaku Konsumsi.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

A. Konsonan Tunggal.

Huruf Arab	Nama Latin	Huruf	Keterangan
ا	Alief	-	Tidak dilambangkan
ب	Ba>'	B	-
ت	Ta>'	T	-
ث	S a>'	S	s dengan titik di atasnya
ج	Ji>m	J	-
ح	H{a>'	H{	h dengan titik dibawahnya
خ	Kha>'	Kh	-
د	Da>l	D	-
ذ	Z a>l	Z	z dengan titik diatasnya
ر	Ra>'	R	-
ز	Za>'	Z	-
س	Si>n	S	-
ش	Syi>n	Sy	-
ص	S{a>d	S{	s dengan titik dibawahnya
ض	D{a>d	D{	d dengan titik dibawahnya
ط	T{a>'	T{	t dengan titik di bawahnya
ظ	Z{a>'	Z{	z dengan titik di bawahnya
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atasnya
غ	Gain	G	-
ف	Fa>'	F	-
ق	Qa>f	Q	-
ك	Ka>f	K	-
ل	La>m	L	-

م	Mi>m	M	-
ن	Nu>n	N	-
و	Wa>wu	W	-
هـ	Ha>'	H	-
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya>'	Y	-

B. Konsonan Rangkap.

Konsonan Rangkap, termasuk tanda *Syad\al\ah*, ditulis lengkap

أحمدية : ditulis *Ah} madiyyah*

C. Ta>' Marbu>t}ahdi akhir Kata.

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia

جماعة : ditulis *jama'ah*

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t.

نعمة الله : ditulis *ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *zakatul-fit{ri*

D. Vokal Pendek.

Fathah ditulis a, kasrah ditulis I, dandammah ditulis u.

E. Vokal Panjang.

1. a panjang ditulis a>, i panjang ditulis i> dan u panjang ditulis u>, masing-masing dengan tanda (-) di atasnya

2. Fathah + ya>' tanpa dua titik yang dimatikan ditulisai, danfathah + wa>wu mati ditulis au.

F. Vokal-vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (').

أَنْتُمْ : ditulis *a'antum*

مُؤَنَّث : ditulis *mu'annas*|

G. Kaka Sandang Alief + La>m.

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* ditulis al-

الْقُرْآن : ditulis *al-Qur'an*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf I diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya

الشَّيْعَة : ditulis *asy-syi'ah*

H. Huruf Besar.

Penulisan huruf besardisesuaikan dengan EYD

1. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat.

2. Ditulis kata per kata, atau

3. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya, dalam rangkaian tersebut

شَيْخُ الْإِسْلَام : ditulissyaikh *al-Islam* atau *syayikhul-Islam*

I. Lain-Lain.

Kata-kata yang sudah dibakukan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (seperti kata *ijmak*, *nas*, dll.) tidak mengikuti pedoman transliterasi ini dan ditulis sebagaimana dalam kamus tersebut.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah *subhànahu wa ta`àlà* yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya serta taufik dan hidayah yang diberikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam tak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad *sall Allòh `alaih wa sallam* karena telah menyebarkan Islam sehingga Islam sekarang tersebar luas sampai menyentuh ke semua bidang kehidupan. Serta semoga Allah senantiasa melimpahkan rahmat-Nya kepada keluarga, sahabatnya, beserta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung dan membantu baik secara moril maupun materil, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah *subhànahu wa ta`àlà* memberikan pahala kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terutama pada:

1. Kedua orang tuaku (Papa Helmi Tamkara dan Mama Nuraisah) yang sangat ku cintai dan ku banggakan, yang tak pernah letih untuk mencurahkan kasih sayangnya, memberikan motivasi dan semangat serta memberikan doa tulusnya.
2. Saudara-saudaraku yang rela berkurban meluangkan waktunya, serta selalu mendukung untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

3. Bapak Dr. H. Edyson Saifullah, Lc., MA sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.
4. Bapak Ulil Amri, Lc., M.HI selaku Ketua Pogram Studi Ekonomi Islam.
5. Ibu Dra. Juwita selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Islam.
6. Bapak M. Rusydi M.Ag, Selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan dan penyelesaian Skripsi ini.
7. Bapak Deky Anwar S.E, M.Si selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan dan penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Rusydi, M.Ag selaku Penasihat Akademik yang telah membantu dan memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah memberikan waktu dan informasi untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
11. Dosen-dosen Ekonomi Islam yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi kami mahasiswa/i.
12. Sahabatku Syinta Praselia, Sintya Dewi Trisna F, Teri Fransiska, Rinda Mulyani, Silvia Monalisa, Nurhasanah, Roberto Galio dan teman-teman lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan semangat dan dorongan serta membantu dengan kerelaan dan ketulusan hati dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhirnya atas segala bantuan, petunjuk dan bimbingan serta semangat dari berbagai pihak, penulis hanya dapat menyerahkan semuanya itu kepada Sang Pencipta Allah *subhànahu wa ta`àlà*. Semoga menjadi amal kebaikan dunia dan akhirat dan semoga Allah *subhànahu wa ta`àlà* membalasnya.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini masih banyak kekurangan bahkan jauh dari kata sempurna. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca guna memperbaiki Skripsi ini dan dalam penulisan karya ilmiah berikutnya. Akhir kata penulis berharap semoga Skripsi ini dapat diterima dan bermanfaat bagi kita semua.

Amin ya Rabb al ‘alamin.

Palembang, 2015

Penulis

Tersa Hetriana

NIM. 11190140

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
NOTA DINAS.....	iii
ABSTRAK	v
PEDOMAN TRANSLETER.....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan.....	7

BAB II LANDASAN TEORITIK DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Konsep Tentang Perilaku Konsumsi.....	9
B. Perilaku Konsumsi Dalam Islam.....	10

1. Pengertian dan Tujuan Konsumsi	10
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi	14
C. Prinsip-prinsip ekonomi Islam	16
D. Teori <i>Utility</i>	17
E. Teori Kebutuhan.....	18
1. Kebutuhan Primer	19
2. Kebutuhan Sekunder	20
3. Kebutuhan Tersier	20
F. Pendapatan.....	26
1. Pengertian Pendapatan	26
2. Sumber Pendapatan	27
G. Penelitian Terdahulu	28
H. Perumusan Hipotesis Penelitian.....	32

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	34
B. Ruang Lingkup Penelitian.....	34
C. Definisi Operasional Variabel.....	36
1. Pendapatan	36
2. Perilaku Konsumsi	37
D. Jenis dan Sumber Data.....	40
1. Data Primer	40

2. Data Sekunder	40
E. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	41
F. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Metode Dokumentasi	43
2. Metode Kuesioner	43
G. Teknik Analisis Data.....	44
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas.....	46
3. Regresi Linear	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian.....	48
1. Gambaran Umum Kota Tanjung Enim	48
2. Gambaran Umum Responden	49
a) Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
b) Gambaran Umum Berdasarkan Umur.....	50
c) Gambaran Umum Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	51
d) Gambaran Umum Berdasarkan Pengeluaran per Bulan..	52
B. Analisis Data	53
1. Uji Validitas	53

2. Uji Reliabilitas.....	60
C. Analisis Regresi.....	61
1. Koefisien Determinasi.....	61
2. Uji F.....	63
3. Uji T	64
D. Analisis Regresi Antara Pendapatan dan Perilaku Konsumsi.....	67
E. Dimensi Pendapatan Masyarakat Paling Dominan	71
F. Preferensi Perilaku Konsumsi Muslim	72
1. Mashlahah dalam konsumsi	75
2. Karakteristik manfaat dan berkah dalam konsumsi	78
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN-LAMPIRAN	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data kependudukan daerah Tanjung Enim	2
Tabel 1.2 Jenis Pekerjaan Masyarakat Tanjung Enim	3
Tabel 1.3 Data Pengguna Sepeda Motor Tahun 2011-2014	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
Tabel 3.2 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	44
Tabel 4.1 Data Penduduk	48
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	50
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	52
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel Upah/Gaji.....	53
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel Jenis Pekerjaan.....	55
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel Lama Waktu Bekerja	56
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Pendapatan Luar Gaji/Usaha Lain, Warisan.....	57
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel Kompensasi/Bonus, Tunjangan	58

Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi.....	59
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.13 Model Summary.....	62
Tabel 4.14 Uji F	63
Tabel 4.15 Uji Validitas T.....	64
Tabel 4.16 Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Karakteristik Yang Mempengaruhi Pendapatan	37
Gambar 3.2 Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi	38
Gambar 4.1 Keberadaan <i>Mashlahah</i> dalam Konsumsi.....	80

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Setiap sistem ekonomi membuat kerangka suatu komunitas sosio-ekonomik dapat memanfaatkan sumber-sumber alam dan manusiawi untuk kepentingan produksi dan mendistribusikan hasil-hasil produksi ini untuk kepentingan konsumsi. Mengenali perilaku konsumen tidaklah mudah, sebagian konsumen menyatakan kebutuhan dan keinginannya. Namun tidak memahami motivasi mereka secara mendalam, sehingga sering pula bereaksi tidak sesuai dengan kebutuhan, sebelum akhirnya mengambil keputusan dalam pembelian. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.¹

Dalam rangka menganalisis perilaku konsumen, seseorang bisa saja berpandangan bahwa konsumen dalam masyarakat muslim hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan-larangan yaitu: makan daging babi, minum minuman keras, mengenakan pakaian sutra dan cincin emas (untuk Pria) dan seterusnya. Masyarakat harus berpandangan luas mengenai sikap tidak berlebih-lebihan dalam hal konsumsi. Untuk meningkatkan kondisi

¹ Nugroho J. Setiadi, *Prilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2003), hlm. 1 dan 3

kemanusiaan dan untuk memberi kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi yang sehat, konsumsi dituntut agar logis.²

Tanjung Enim merupakan salah satu daerah yang terletak diantara Kabupaten Muara Enim dan Batu Raja. Tanjung Enim memiliki 7 desa/kelurahan dan luas wilayah 376.46 km. Tanjung Enim memiliki jumlah penduduk yang relatif banyak yaitu 65.934 jiwa yang terdiri dari penduduk laki-laki sebanyak 33.680 jiwa perempuan sebanyak 32.254. Berikut ini adalah tabel data kependudukan daerah Tanjung Enim³

Tabel 1.1
Data Kependudukan Daerah Tanjung Enim

No	Desa / Kelurahan	Penduduk (jiwa)		Jumlah L+P	Luas Daerah(km)	Jumlah Kendaraan (Motor)
		Laki-laki	Perempuan			
1	Kelurahan Pasar Tanjung Enim	5.338	5.214	10.552	8,6	2.245
2	Kelurahan Tanjung Enim	6.675	6.415	13.090	78,04	1.987
3	Kelurahan Tanjung Enim Selatan	4.356	4.155	8.511	2,5	1.398
4	Desa Lingga	4.133	4.005	8.138	77,32	164
5	Desa Tegal Rejo	6.855	6.494	13.349	50,00	1.765
6	Desa Keban Agung	4.457	4.173	8.630	65,00	783
7	Desa Darmo	1.866	1.798	3.664	98,00	717
Jumlah		33.680	32.254	65.934	379,46	8.559

Dari tabel 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kendaraan bermotor terbanyak terdapat di kelurahan pasar Tanjung Enim yaitu sebanyak 2.245 buah dengan

² Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanok, *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen* (Kelompok Gramedia 2004), Seventh editin, hlm.6

³ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim

luas wilayah 8,6 km dan jumlah penduduk sebanyak 10.552 jiwa. Sedangkan untuk kelurahan yang memiliki luas daerah yang terkecil yaitu kelurahan Tanjung Enim Selatan 2,5 km justru memiliki jumlah kendaraan bermotor yang relatif banyak yaitu sebanyak 1.398 buah dengan jumlah penduduk 8.138. Ini sangat berbanding terbalik dengan kelurahan Desa Darmo yang memiliki luas wilayah terbesar di Tanjung Enim malah memiliki jumlah kendaraan yang relatif sedikit yaitu sebanyak 717 buah dengan jumlah penduduk sebanyak 3.664 jiwa.⁴

Tanjung Enim terkenal dengan daerah batu bara karena memang di daerah Tanjung Enim memiliki sumber daya alam batu bara yang sangat melimpah tidak heran hampir rata-rata masyarakat Tanjung Enim bekerja dibidang pertambangan. Dari total penduduk 65.934 hanya 21.099 jiwa atau 32% yang bekerja dibidang pertambangan, berikut ini adalah tabel jenis pekerjaan masyarakat Tanjung Enim.⁵

Tabel 1.2
Jenis Pekerjaan Masyarakat Tanjung Enim

No	Sektor Pendapatan	Jumlah penduduk	Persentase
1	Pertambangan	21.099	32%
2	Industri/pabrik	3.297	5%
3	Pertanian	5.275	8%
4	Perdagangan	6.593	10%
5	Peternakan	5.275	8%
6	Buruh	9.890	15%
7	Pegawai negeri sipil bidang kesehatan, pendidikan	9.890	15%
8	Pegawai negeri sipil bidang pelayanan masyarakat	4.615	7%

⁴ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim

⁵ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim

Pada tabel 1.2 dapat dilihat bahwa setelah bidang pertambangan yang lebih dominan mendominasi pendapatan masyarakat yaitu dari bidang buruh juga pegawai negeri sipil bidang kesehatan dan pendidikan yang memiliki jumlah yang sama yaitu sebanyak 9.890 jiwa atau sebesar 15%. Selanjutnya diikuti dengan bidang perdagangan yaitu sebanyak 6.593 jiwa atau sebesar 10%. Dan yang paling rendah yaitu dibidang industri/pabrik yaitu sebanyak 3.297 atau sebesar 5% saja, ini karena daerah Tanjung Enim memang bukan daerah yang memiliki banyak industri atau pabrik.⁶

Dari tabel 1.2 pendapatan rata-rata masyarakat diatas Rp 2.000.000 setiap bulan, ini juga didukung dengan data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan pegawai kantor pemerintahan Tanjung Enim. Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya).⁷ Besar kecilnya jumlah pendapatan yang diterima oleh masyarakat juga akan mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat tersebut. konsumsi adalah digunakannya jasa-jasa atau benda-benda materil untuk memenuhi keinginan manusia.⁸

Masyarakat Tanjung Enim mengkonsumsi barang kadang kala berlebih-lebihan karena berdasarkan prasurey yang penulis lakukan bahwa semakin banyak sepeda motor yang digunakan oleh masyarakat Tanjung Enim, dalam

⁶ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim

⁷ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 185.

⁸ Winardi, *Kamus Ekonomi Inggris Indonesia*, (Bandung: Alumni Bandung, 1971) edisi 3, hlm. 128.

satu rumah tangga paling tidak memiliki 1 sepeda motor bahkan ada yang memiliki sepeda motor lebih dari 3. Masyarakat di wilayah Tanjung Enim bisa dibayangkan mampu untuk membeli sebuah sepeda motor, namun tidak sedikit yang berpenghasilan dibawah rata-rata juga melakukan hal yang sama. Padahal pada kenyataannya masyarakat Tanjung Enim mayoritas memeluk agama Islam dan memegang teguh ajaran Agama Islam, yang seharusnya berperilaku sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam al-Qur'an: yaitu hemat dan tidak bermewah-mewahan, tindakan-tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan bukan memuaskan keinginan.⁹ Berikut ini merupakan tabel penggunaan sepeda motor dari tahun 2011- 2014 di daerah Tanjung Enim:

Tabel 1.3
Data Penggunaan Sepeda Motor Tahun 2011-2014¹⁰

Tahun	Jumlah Sepeda Motor
2011	5.432
2012	6.123
2013	7.986
2014	8.559

Setelah mengamati keadaan tersebut, maka penulis tertarik untuk membahasnya dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Tanjung Enim).**

⁹ Ali Sakti. *Ekonomi Islam: Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Katalog Perpustakaan Nasional Dalam Terbitan (KDT), 2007), cetakan pertama, hlm. 59-60.

¹⁰ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan langkah yang paling penting dalam penelitian ilmiah. Perumusan masalah berguna untuk mengatasi kerancuan dalam pelaksanaan penelitian. Berdasarkan penjelasan yang telah diuraikan dalam latar belakang diatas maka dapat dirumuskan pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh antara pendapatan masyarakat terhadap konsumsi sepeda motor di Tanjung Enim.
2. Bagaimana Perilaku Konsumsi masyarakat Tanjung Enim dalam penggunaan kendaraan bermotor dalam perspektif Ekonomi Islam.

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah terdapat pengaruh tingkat pendapatan masyarakat terhadap konsumsi sepeda motor di Tanjung Enim.
2. Mengetahui Bagaimana Perilaku Konsumsi masyarakat Tanjung Enim dalam penggunaan kendaraan bermotor dalam perspektif Ekonomi Islam.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian mengenai Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Perilaku Konsumsi Sepeda Motor Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi kasus Daerah Tanjung Enim)”, diharapkan memberikan manfaat:

1. Secara teoritis, dapat memperkaya konsep atau teori yang menyokong perkembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam, khususnya yang terkait

dengan Pengaruh Pendapatan masyarakat terhadap perilaku konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam.

2. Secara praktis, dapat memberikan masukan yang berarti bagi masyarakat tentang konsumsi secara konsep Islam dan tidak berlebih –lebih.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan merupakan bab awal yang berisi latar belakang bab, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Membahas tentang materi konsep–konsep yang berkaitan dengan judul penelitian. Bagian ini membahas tinjauan umum tentang perilaku konsumsi, faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen serta prinsip–prinsip Ekonomi Islam. Teori Utiliti dan sifatnya, teori kebutuhan dan pendapatan.

BAB III Menjelaskan tentang jenis penelitian yang penulis lakukan, ruang lingkup penelitian, metode yang penulis lakukan dalam melakukan penelitian, dan hipotesis dari penelitian ini.

BAB IV Menjelaskan analisis perilaku konsumsi masyarakat Tanjung Enim, memuat analisis pengaruh tingkat pendapatan terhadap konsumsi sepeda motor, pengujian hipotesis penelitian, regresi linear, dan statistik deskripsi.

BAB V Penutup, Bab ini terdiri dari simpulan yang menunjukkan keberhasilan tujuan dari penelitian. Simpulan yang juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan mana yang tidak didukung oleh data. Implikasi dari penelitian yang menunjukkan kemungkinan penerapannya. Kelebihan dan kekurangan. Saran–saran yang berisi keterbatasan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran bagi penelitian yang akan datang. Dan dicantumkan dalam lampiran–lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORITIK DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Konsep Tentang Perilaku Konsumsi

Secara bahasa, konsumsi adalah pemakaian barang sehari-hari. Dalam istilah ekonomi, konsumsi adalah digunakannya jasa-jasa atau benda-benda materil untuk memenuhi keinginan manusia.¹¹ Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai yang paling tidak dirasakan. Jadi, perilaku konsumsi adalah suatu sikap atau perilaku manusia dalam menggunakan suatu produk barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.¹²

Konsumen tidak hanya berbeda secara umum yaitu umur dan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan, status perkawinan dan pengaturan hidup tetapi juga berbeda kegiatan dan minat mereka, makanan yang mereka makan dan berbagai produk yang mereka beli. Perilaku konsumen merupakan bagian dari perilaku manusia yang telah melibatkan banyak sumbangan disiplin ilmu. Disiplin ilmu yang telah banyak menyumbangkan pemahaman terhadap perilaku

¹¹ Kamisu dan Yose Rizal, *Kamus Populer Lengkap Dan Praktis* (Jakarta: Saptha Artha Jaya, tt). hlm. 94.

¹² Winardi, *Kamus Ekonomi Inggris Indonesia*, (Bandung: Alumni Bandung, 1971) edisi 3, hlm. 128.

konsumen adalah. psikologi pemahaman tentang perilaku dan proses mental individu., sosiologi pemahaman tentang perilaku bersama dari orang dalam kelompok., psikologi sosial pemahaman tentang bagaimana seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh suatu kelompok., ekonomi pemahaman tentang produksi, perdagangan dan konsumsi dari barang dan jasa., sedangkan antropologi pemahaman tentang manusia dan kaitannya dengan budaya.¹³

B. Perilaku Konsumsi dalam Islam

1. Pengertian dan Tujuan Konsumsi

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Mengenai masalah pokok kekurangan, hampir tidak terdapat perbedaan apapun antara ilmu ekonomi Islam dan ilmu ekonomi modern. Andaiapun terdapat perbedaan itu terletak pada sifat dan volumenya. Oleh sebab itu perbedaan pokok antara kedua sistem ilmu ekonomi dapat dikemukakan dengan memperhatikan penanganan masalah pilihan¹⁴.

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang mempelajari perilaku ekonomi manusia yang diatur berdasarkan aturan agama Islma dan didasari dengan tauhid sebagaimana dirangkum dalam rukun iman dan rukun Islam.¹⁵

¹³ Adi Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (2002), Cet. Pertama, hlm. 11.

¹⁴ Achyar Eldine, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jurnal Ilmiah).

¹⁵ Dikutip dari buku Saku Lembaga Bisnis Syariah yang diterbitkan oleh Pusat komunikasi Ekonomi Syariah. (Kit/pkes)

Etika sebagai ajaran baik-buruk, benar-salah, atau ajaran tentang moral khususnya dalam perilaku dan tindakan-tindakan ekonomi, bersumber dari ajaran agama. Itulah sebabnya banyak ajaran dan paham dalam ekonomi Barat menunjuk pada kitab Injil (*Bible*), dan etika ekonomi Yahudi banyak menunjuk pada Taurat. Demikian pula etika ekonomi Islam termuat dalam lebih dari seperlima ayat-ayat yang dimuat dalam al-Qu'ran. Namun jika etika agama Kristen-Protestan telah melahirkan semangat (*spirit*) kapitalisme, maka etika agama Islam tidak mengarah pada Kapitalisme maupun Sosialisme. Jika Kapitalisme menonjolkan sifat individualisme dari manusia dan sosialisme pada kolektivisme, maka Islam menekankan empat sifat sekaligus yaitu:¹⁶

- a) Kesatuan (*unity*)
- b) Keseimbangan (*equilibrium*)
- c) Kebebasan (*free will*)
- d) Tanggung jawab (*responsibility*)

Dalam membangun kesejahteraan masyarakat, ekonomi tidak hanya bisa tergantung pada variabel-variabel politik, sosial, ekonomi, dan demografi, tetapi juga sangat tergantung pada variabel syariah. Syariah membantu masyarakat menanamkan kualitas kebaikan, seperti ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan dan keadilan. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur

¹⁶ Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam "Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional"*, (Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu, 2005), Edisi Pertama, hlm. 103.

penting karena memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Dalam konteks dibahas tentang pelarangan terhadap *israf* atau berlebihan.¹⁷ Batasan konsumsi dalam Islam terdapat dalam al-Qur'an surat al-Baqarah (2): 168-169:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ، إِنَّمَا يَأْمُرُكُمْ بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ
تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ¹⁸.

Perilaku *israf* diharamkan sekalipun komoditi yang dibelanjakan adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seorang Muslim untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batas kewajaran sebagaimana dikatakan dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31:

¹⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, hlm. 11-15.

¹⁸ al-Qur'an surat al-Baqarah (2): 168-169: *Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; Karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Sesungguhnya syaitan itu Hanya menyuruh kamu berbuat jahat dan keji, dan mengatakan terhadap Allah apa yang tidak kamu ketahui.*

يَبْنِيْ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا
تُسْرِفُوْاۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ¹⁹.

Tokoh-tokoh yang menggunakan kerangka acuan Islami tidak menerima formulasi kontemporer mengenai teori perilaku konsumsi dengan alasan bahwa diselewengkan oleh nilai-nilai ideologis dan sosial masyarakat non Muslim dimana ia dikembangkan. Namun mereka biasanya tidak memberikan penggantinya. Keberatan mereka terutama ditujukan pada nilai-nilai konsumen bukan pada alat-alat analisis. Sudah sangat umum dikalangan mereka semacam itu untuk memandang teori konsumsi dalam pengertian keabsahan hukum barang-barang konsumen dan jasa-jasa. Hanya sedikit pencetus teori yang berani menanggulangi isu-isu pokok mengenai teori perilaku konsumen tersebut, seperti rasionalisme konsumen dan konsep barang-barang konsumen.²⁰

¹⁹ al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31: *Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.*

²⁰ Suprayitno, Eko. *Ekonomi Islam "Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional"*, (Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu, 2005), Edisi Pertama, hlm. 91.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Dalam mengkonsumsi barang atau jasa masyarakat dipengaruhi oleh hal-hal berikut ini:²¹

- a) Faktor kebudayaan, kebudayaan sangat menentukan keinginan dan perilaku seseorang. Perilaku manusia umumnya dipelajari bukan bertindak berdasarkan nurani. Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub budaya, kelas sosial.
- b) Faktor sosial, yang dimaksud faktor sosial disini pertama adalah kelompok referensi yaitu yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Kedua, keluarga yaitu orang tua, pasangan hidup dan anak-anak. Yang ketiga peran dan status sosial. Ini bisa dilihat dari segi posisi, partisipasi seseorang dalam kelompok.
- c) Faktor pribadi, yang mempengaruhinya adalah umur, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup dan konsep ekonomi.
- d) Faktor psikologis, terdiri dari persepsi, motivasi, proses belajar dan kepercayaan.

²¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana; 2003), hlm. 11-15.

Perilaku konsumsi dalam Islam akan didasarkan pada nilai-nilai al-Qur'an dan al-Hadist akan berdampak kepada seseorang dalam beberapa hal:²²

- a) Konsumsi seorang Muslim didasarkan atas pemahaman bahwa kebutuhannya sebagai manusia terbatas. Seorang Muslim akan mengkonsumsi pada tingkat wajar dan tidak berlebihan.
- b) Tingkat kepuasan tidak didasarkan atas banyaknya jumlah dari dua atau satu pilihan barang yang dipilih, tetapi berdasarkan atas pertimbangan bahwa pilihan ini berguna bagi kemaslahatan.
- c) Seorang Muslim tidak akan mengkonsumsi barang-barang haram atau barang yang diperoleh dengan cara haram, seperti mengkonsumsi makanan atau minuman beralkohol. Mengkonsumsi barang atau jasa hasil proses memeras, barang dari hasil menjarah, mencuri dan merampok.
- d) Seorang Muslim tidak akan memaksa untuk berbelanja barang-barang yang diluar jangkauan penghasilannya. Walaupun ia dapat menambah penghasilannya dari utang atau kegiatan bersifat *subhat*, karena ini akan menimbulkan : Pertama, terkondisi untuk mempermudah masalah, Kedua, mempengaruhi orang lain untuk melakukan hal

²² Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), Ed. 1, Cet. Ke 3, hlm. 187-188.

sama, karena alasan gengsi (*prestise*), Ketiga, akan menimbulkan kecemburuan sosial dan diskriminasi sosial.

- e) Tingkat kepuasan bagi seorang Muslim berhubungan dengan tingkat syukur.

C. Prinsip-prinsip Ekonomi Islam

Ada empat prinsip utama dalam sistem ekonomi Islam yang diisyaratkan dalam al-Qur'an:²³

1. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan, tindakan-tindakan ekonomi hanyalah sekedar untuk memenuhi kebutuhan bukan memuaskan keinginan.
2. Implementasi zakat; pada tingkat negara mekanisme zakat adalah *obligatory zakat sistem* bukan *voluntary zakat sistem*.
3. Penghapusan/pelarangan riba, gharar dan maisir; menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah.
4. Menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi manajemen, proses produksi hingga proses sirkulasi atau distribusi haruslah ada dalam kerangka halal.

²³ Ali Sakti. *Ekonomi Islam: Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Katalog Perpustakaan Nasional Dalam Terbitan (KDT), 2007), cetakan pertama, hlm. 59-60.

D. Teori Utility

Istilah manfaat ekonomi bermaksud suatu sifat khusus yang apabila ia ada dan wujud dalam suatu barang, maka barang tersebut mampu memenuhi suatu hajat dan keperluan. Istilah hajat dan keperluan dari aspek ekonomi bermakna kemauan atau keinginan. Oleh karena itu, suatu barang yang mempunyai *utility* dan berguna dari sudut ilmu ekonomi ialah suatu barang yang diinginkan dan dikehendaki. Apabila tidak lagi diinginkan dan dikehendaki, maka hilanglah *utility* dan kegunaannya.²⁴

Beberapa Sifat Utility Ekonomi.²⁵

1. *Utility* ekonomi bukanlah suatu sifat yang selalu muncul dari asal suatu barang, tetapi ia muncul apabila barang itu diperlukan dan dikehendaki, oleh sebab itu suatu barang tidak boleh dianggap mempunyai *utility* kecuali ia diinginkan dan dikehendaki. Apabila ia tidak dikehendaki, maka hilanglah *utility*nya.
2. *Utility* atau kegunaan suatu barang yang sama itu berbeda antara seseorang dengan lainnya.
3. Nisbah antara *utility* dan kegunaan dalam beberapa hal memiliki perbezaan perkara untuk seseorang, kerana barang berubah dan berbeda

²⁴ Muhammad Abdul Mun'in al-Jamal, *Ensiklopedia Ekonomi Islam*, (Penterjemah: Salahuddin Abdullah, Dewan Bahasa dan Pustaka Kuala Lumpur), (2000), Jilid 2, hlm. 555.

²⁵ Ibid, hlm. 556

mengikuti tabiat dan keperluan yang dapat dipenuhinya serta mengikuti darjah dan kadar keperluannya.

4. Bagi manusia, *utility* suatu barang tidak semestinya sama karena biasanya tergantung kepada jumlah barang itu dan juga kepada darjah suatu keperluan ataupun beberapa keperluan yang mampu ditunaikan oleh barang itu. Dengan demikian, suatu unit barang yang dapat memenuhi keperluan merupakan sesuatu yang paling besar *utility* dan faedahnya.
5. *Utility* dan faedah itu tidak berwujud kecuali barang–barang dan harta yang mampu digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, tenaga dan kekuatan yang terpendam dalam aliran pasang surut ombak, dan juga berbagai jenis kekayaan alam yang terpendam di dasar samudera yang masih belum dapat ditemui oleh manusia tidak akan mempunyai *utility* dan faedah dari sudut ekonomi.

E. Teori Kebutuhan

Dalam menjalani kehidupan, manusia membutuhkan berbagai jenis barang–barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Manusia sejak lahir hingga meninggal dunia tidak terlepas dari kebutuhan akan segala sesuatunya. Untuk mendapatkan barang yang dibutuhkan diperlukan pengorbanan untuk mendapatkannya.²⁶

²⁶ Muhammad Abdul Mun'in al-Jamal, *Ensiklopedia Ekonomi Islam*, (Penterjemah: Salahuddin Abdullah, Dewan Bahasa dan Pustaka Kuala Lumpur), (2000), Jilid 2, hlm. 559.

Yang perlu dilakukan oleh masyarakat Muslim adalah membedakan yang penting dan yang tidak penting dengan membagi semua barang dan jasa kedalam tiga kategori kebutuhan, kemewahan dan perantara. Kebutuhan mengacu kepada semua barang dan jasa untuk memenuhi hajat atau mengurangi tingkat kesulitan. Kemewahan mengacu kepada semua barang dan jasa yang diinginkan semata-mata untuk pamer dan tidak menciptakan perbedaan riil dalam kesejahteraan seseorang. Sedangkan perantara mengacu kepada semua barang atau jasa yang tidak mungkin diklasifikasikan secara tegas kedalam kebutuhan atau kemewahan. Ada tiga jenis kebutuhan manusia yaitu:²⁷

1. Kebutuhan primer

Kebutuhan primer adalah kebutuhan yang benar-benar dibutuhkan orang dan sifatnya wajib untuk dipenuhi. Contohnya seperti sembilan bahan makanan pokok/sembako, rumah tempat tinggal, pakaian, dan lain sebagainya.

Kebutuhan primer dalam Islam yaitu nafkah-nafkah pokok bagi manusia yang diperkirakan dapat mewujudkan lima tujuan syariat (memelihara jiwa, akal, agama, keturunan, dan kehormatan). Kebutuhan ini meliputi kebutuhan akan makan, minum, tempat tinggal, kesehatan, rasa aman, pengetahuan, dan pernikahan.

²⁷ Umar Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, (Surabaya, Penerbit: Risalah Gusti, 1999), cet 1, hlm. 305

2. Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan sekunder adalah merupakan jenis kebutuhan yang dibutuhkan setelah kebutuhan pokok/primer telah terpenuhi dengan baik. Kebutuhan sekunder sifatnya menunjang kebutuhan primer. Misalnya seperti makanan yang bergizi, pendidikan yang baik, pakaian yang baik, perumahan yang baik, dan sebagainya yang belum masuk dalam kategori mewah.

Kebutuhan sekunder dalam Islam yaitu kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan, jauh dari kesulitan . kebutuhan ini tidak perlu dipenuhi sebelum kebutuhan primer terpenuhi. Kebutuhan inipun masih berhubungan dengan lima tujuan syariat.

3. Kebutuhan Tersier/Mewah

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan manusia yang sifatnya mewah, tidak sederhana dan berlebihan yang timbul setelah terpenuhinya kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Contohnya adalah mobil, handphone, komputer / laptop dan barang mewah lainnya.

Kebutuhan tersier dalam Islam yaitu kebutuhan yang dapat menciptakan kebaikan dan kesejahteraan dalam kehidupan manusia. Pemenuhan kebutuhan ini bergantung pada kebutuhan primer dan sekunder dan semuanya berkaitan dengan tujuan syariat.

Untuk dapat mewujudkan lima tujuan syariat, setiap muslim harus memperhatikan tiga jenis kebutuhan diatas dengan jalan mengutamakan kebutuhan yang lebih penting (primer). Disisi lain, mengeluarkan harta untuk hal-hal yang dapat menimbulkan kebinasaan dan kehancuran, seperti membeli candu, sabu-sabu, rokok, khamr, film yang merusak, dan lain-lainnya merupakan hal yang tidak penting.²⁸

Dalam Islam terdapat pembahasan intrinsik dalam literatur fiqih mengenai kebutuhan pokok (*dharuriyyat*), kecukupan (*haajiyaat*), dan keindahan (*tahsiniyyat*). Pembahasan ini dapat dikembangkan lebih lanjut berdasarkan al-Qur'an dan as-Sunnah sehingga negara-negara Muslim bisa merealisasikan *maqashid* dan mengurangi ketidak seimbangan yang sedang terjadi.²⁹

Para pemimpin dapat menjadi teladan bagi anggota masyarakatnya. Dengan demikian, pemerintah harus segera melarang semua pesta dan fenomena pemborosan harta benda. Tampilnya para pemimpin dengan sederhana, bersahaja, dan berwibawa di gedung-gedung, istana, dan acara resmi adalah suatu yang diajarkan oleh Islam yang *hanif*. Semua itu membutuhkan persiapan.³⁰

²⁸ Ibid, hlm. 307

²⁹ M. Chapra, *Islam And The Economic Challenge. Islam dan Tantangan Ekonomi* (penerjemah: Nur Hadi Ihsan, Rifki Amar, S.E). Cet 1. 1999, hlm. 282-283.

³⁰ Ibid, hlm. 283

Dibawah ini ada dua imam yang menguraikan tentang *mashlahah*.

1. *Mashlahah* Menurut al-Ghazali

Pemikiran sosio ekonomi al-Ghazali berakar dari sebuah konsep yang dia sebut sebagai fungsi kesejahteraan sosial Islam. Tema yang menjadi pangkal tolak seluruh karyanya adalah konsep maslahat atau kesejahteraan sosial atau utilitas (kebaikan bersama), yakni sebuah konsep yang mencakup semua aktivitas manusia dan membuat kaitan yang erat antara individu dengan masyarakat.³¹ Dia mengidentifikasi masalah berupa *masalih* (manfaat) maupun *mafasid* (kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Ia juga mendefinisikan fungsi sosial dalam kerangka hierarki kebutuhan individu dan sosial.

Menurut al-Ghazali, kesejahteraan (*mashlahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar, yakni agama (*al-dien*), hidup atau jiwa (*nafs*), keluarga atau keturunan (*nasl*), harta atau kekayaan (*mal*), dan intelek atau akal (*aql*).³² Tujuan utama kehidupan umat manusia adalah untuk mencapai kebaikan di dunia dan akhirat.

³¹ Adiwarmarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2004), Edisi Kedua, hlm. 282.

³² Ibid, hlm. 283

al-Ghazali mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam rangka sebuah hierarki utilitas individu dan sosial yang *tripartite*, yakni:³³

- a) Kebutuhan (*daruriat*), kunci pemeliharaan dari kelima tujuan dasar ini terletak pada penyediaan tingkatan ini, yaitu kebutuhan terhadap makanan, pakaian dan perumahan. Namun demikian Al-Ghazali menyadari bahwa kebutuhan-kebutuhan dasar yang demikian cenderung fleksibel, mengikuti waktu dan tempat bahkan dapat mencakup kebutuhan-kebutuhan sosio psikologis.
- b) Kesenangan atau kenyamanan (*hajat*), kelompok kebutuhan ini terdiri dari semua kegiatan dan hal-hal yang tidak vital bagi lima pondasi tersebut, tetapi dibutuhkan untuk menghilangkan rintangan dan kesukaran dalam hidup.
- c) Kemewahan (*tahsinaat*), kelompok tiga mencakup kegiatan –kegiatan dan hal-hal yang lebih jauh dari sekedar kenyamanan saja meliputi hal-hal yang melengkapi, menerangi atau menghiasi hidup

Hierarki tersebut merupakan sebuah klasifikasi peninggalan tradisi Aristotelian yang disebut sebagai kebutuhan ordinal yang terdiri dari kebutuhan dasar, kebutuhan terhadap barang-barang psikis. Pencapaian kegiatan-kegiatan ekonomi harus dipenuhi karena jalan untuk mencapai keselamatan. Dan

³³ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. RajaGrfindo Persada, 2004), Edisi Kedua, hlm. 284

menitikberatkan jalan tengah dan kebenaran niat seseorang dalam setiap tindakan. Bila niatnya sesuai dengan aturan ilahi, aktivitas tersebut dapat bernilai ibadah.³⁴

Disamping itu, al-Ghazali memandang perkembangan ekonomi sebagai bagian dari tugas –tugas kewajiban sosial (*fard al-kifayah*) yang sesuai ditetapkan Allah. Jika hal-hal ini tidak dipenuhi, kehidupan dunia akan kacau. Ia menegaskan bahwa aktivitas ekonomi merupakan bagian dari ibadah. Selanjutnya, ia mengidentifikasi tiga alasan mengapa seseorang harus melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi, yaitu: pertama, untuk mencukupi kebutuhan hidup manusia; kedua, untuk mensejahterakan keluarga; dan ketiga, untuk membantu orang lain membutuhkan.³⁵

2. *Mashlahah* Menurut Asy-Syatibi

Dalam kerangka muamalah, Asy-syatibi mengemukakan konsep maqashid al-syariah. *Maqashid* berarti kesengajaan atau tujuan, sedangkan al-syariah berarti jalan menuju sumber air, yang berarti sumber pokok kehidupan.³⁶ Menurut istilah, al-Syatibi menyatakan, “sesungguhnya syariah bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat.”³⁷

³⁴ Ibid, hlm. 284.

³⁵ Ibid, hlm. 285.

³⁶ Fazlurrahman, *Islam*, (Bandung: Penerbit Pustaka, 1984), hlm. 140.

³⁷ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, hlm. 319.

Menurut al-Syatibi, kemaslahatan manusia dapat terealisasi apabila lima unsur pokok kehidupan manusia dapat diwujudkan dan dipelihara, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam bukunya al-Syatibi membagi *maqashid* menjadi tiga tingkatan, yaitu:³⁸

a) *Dharuriyat*

Pengabaian terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta akan menimbulkan keusakan di muka bumi serta kerugian yang nyata di akhirat kelak. Pemeliharaan terhadap kelima unsur pokok tersebut dapat dilakukan dengan cara memelihara eksistensinya dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang dapat merusak.

b) *Hijayat*

Hijayat dimaksudkan untuk memudahkan kehidupan, menghilangkan kesulitan atau menjadikan pemeliharaan yang lebih baik terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia. Contohnya adalah berbagai aktivitas ekonomi yang bertujuan untuk memberi kemudahan dalam hidup atau menghilangkan kesulitan manusia di dunia seperti melakukan akad mudharabah dan lain sebagainya.

³⁸ Adiwarman Azwar Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, hlm. 321.

c) *Tahsiniyat*

Tujuannya adalah agar manusia dapat melakukan yang terbaik untuk menyempurnakan pemeliharaan lima unsur pokok. Tidak dimaksudkan untuk menghilangkan atau mengurangi berbagai kesulitan, tetapi hanya bertindak sebagai pelengkap, penerang dan penghias kehidupan manusia. Seperti kehalusan dalam berbicara dan pengembangan kualitas produksi dan hasil pekerjaan.

F. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Dalam kamus besar bahasa Indonesia pendapatan adalah hasil kerja (usaha dan sebagainya).³⁹ Sedangkan pendapatan dalam kamus manajemen adalah uang yang diterima oleh perorangan, perusahaan dan organisasi lain dalam bentuk upah, gaji, sewa, bunga, komisi, ongkos dan laba.⁴⁰

Pendapatan atau upah dapat didefinisikan dengan jumlah uang yang dibayar oleh orang yang memberi pekerjaan kepada pekerja atas jasanya sesuai perjanjian. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas

³⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), hlm. 185.

⁴⁰ BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 2003), hlm. 230.

masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak, kelas pekerja dan para majikan tanpa melanggar hak-hak yang sah dari majikan.⁴¹

2. Sumber Pendapatan

Pemenuhan kebutuhan pokok harus dilakukan lewat upaya-upaya individu itu sendiri. Penekanan kewajiban personal bagi setiap Muslim (fardhu ‘ain) untuk memperoleh penghidupannya sendiri dan keluarga. Tanpa terpenuhi kebutuhan ini, seseorang Muslim tidak dapat mempertahankan kondisi kesehatan badan dan mentalnya serta efisiensinya yang diperlukan untuk melaksanakan kewajiban ubudiyahnya.⁴²

Ibnu Sina berpendapat bahwa adanya harta milik pribadi pada umumnya berasal dari dua jalan, yaitu :⁴³

a) Harta warisan, yaitu harta yang diterima dari keluarga yang meninggal.

Orang yang beruntung mendapatkan harta warisan tidak perlu susah payah untuk bekerja memperoleh kekayaan karena mereka telah menerima peninggalan harta dari bapak yang telah meninggalkannya. Bahkan ada juga harta warisan diperoleh dari neneknya. Mereka dapat memuaskan diri dengan rezeki (harta warisan) tanpa memerlukan kerja untuk memperoleh harta.

⁴¹ Chapra, Umer, hlm. 361.

⁴² Chapra, Umer, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, hlm. 213.

⁴³ Abdullah Zaky al-Kaaf, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2002), hlm. 175.

b) Harta usaha, yaitu yang diperoleh dari bekerja. Lain halnya dengan harta warisan, untuk memperoleh harta seseorang harus berkerja keras untuk memperoleh harta agar dapat hidup. Terdapat perbedaan besar antara pekerja intelektual dengan pekerja kasar, pekerja terampil dengan pekerja tidak terampil. Akibatnya, tingkat keseimbangan pendapatan diantara mereka akan berbeda. Perbedaan pendapatan juga bisa timbul karena perbedaan keuntungan yang bukan berupa uang. Beberapa pekerjaan lebih menyenangkan dari pekerjaan lainnya. Hal ini terdapat dalam kitab suci al-Qu'an surat An-Nisa ayat 32. Islam tidak percaya pada persamaan yang tetap dalam distribusi kekayaan, karena menghendaki kesempatan bagi perkembangan bakat masing-masing.⁴⁴

G. Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian yang meneliti tentang pengaruh pendapatan masyarakat terhadap perilaku konsumsi sepeda motor antara lain:

Penelitian Akbar mengenai motivasi konsumen dalam keputusan pembelian suatu produk yang dituangkan dalam suatu skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda (Studi pada konsumen sepeda motor honda di semarang)”. Penelitian ini menggunakan metode

⁴⁴ Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economic: Theory and Practice*, (Jakarta, 1992), ed. 1, hlm. 117-118.

penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian bahwa terdapat pengaruh positif antara motivasi konsumen, persepsi kualitas dengan keputusan pembelian.

Penelitian Heruwati, mengenai peran *Icon* suatu iklan promosi produk terhadap keputusan konsumen dalam membeli suatu produk yang dituangkan dalam skripsi yang berjudul “Analisis pengaruh daya tarik, kredibilitas, dan keahlian *Celebrity Endorser* terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio (Studi pada konsumen PT. Harpindo Jaya Jl. Dr. Cipto No. 61 Semarang).” Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan hasil penelitian bahwa antara daya tarik, kredibilitas, dan keahlian *celebriti endorses* memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Penelitian Rahul mengenai karakteristik konsumen. Sifat penelitiannya cenderung kearah perspektif Islam. Kemudian dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul “Sikap konsumen terhadap promosi produk Fast Food dalam perspektif Islam (studi kasus KFC M.T. Haryono, Jakarta Selatan)”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan hasil bahwa ada pengaruh positif antara promosi dalam perspektif Islam dan sikap konsumen.

Penelitian yang berbentuk skripsi lainnya adalah penelitian yang membahas tentang hubungan dimana semakin tinggi pendapatan penduduk kelurahan Rangkapan Jaya Baru maka semakin besar pula tingkat konsumsi masyarakat tersebut dan berpengaruh juga pada pola tabungan yaitu berhemat dan berpengaruh pada zakat. Tetapi masyarakatnya kurang memiliki minat yang tinggi untuk bersedekah. Penelitian ini berjudul “Pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi, tabungan dan zakat, oleh Khairani (2006)”. Dengan hasil bahwa

antara pendapatan berpengaruh signifikan terhadap konsumsi tabungan dan zakat.

Penelitian yang berbentuk skripsi lainnya adalah penelitian yang membahas tentang pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat, dimana gaya hidup lebih berpengaruh terhadap perilaku konsumsi masyarakat dengan judul skripsi “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat KomplekIntan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)” Universitas Pendidikan Indonesia oleh Efendi tahun 2013. Penelitian kuantitatif ini menunjukkan hasil bahwa antara pendapatan dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

Tabel 2.1
Hasil Penelitian Terdahulu⁴⁵

No	Peneliti (Tahun)	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Yan Januar Akbar (2010)	Dependen : keputusan pembelian Independen : Motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap	Regresi	Motivasi konsumen, persepsi kualitas, dan sikap berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian
2	Eni Heruwati (2010)	Dependen : keputusan pembelian Independen : Daya tarik, kredibilitas, dan keahlian <i>Celebrity</i>	Regresi	Daya tarik, kredibilitas, dan keahlian <i>Celebrity Endorser</i> berpengaruh positif terhadap

⁴⁵ Sumber : Dari hasil *review* tentang beberapa penelitian terdahulu.

		<i>Endorser</i>		keputusan pembelian
3	Muhammad Fauzi Rahul A (2006)	Dependen : promosi dalam perspektif Islam Independen : sikap konsumen	Regresi	Promosi dalam perspektif Islam berpengaruh positif terhadap sikap konsumen
4	Henny Khairani (2006)	Dependen : konsumsi, tabungan dan zakat Independen : Pendapatan	Regresi	Pendapatan berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi tabungan dan Zakat.
5	Efendi (2013)	Dependen: Perilaku Konsumsi Independen: Pendapatan dan Gaya Hidup	Regresi	Pendapatan dan Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa penentuan variable sebagai faktor-faktor pengaruh terhadap perilaku konsumsi nampak berbeda dan kelompok masyarakat yang dijadikan objek penelitian juga berbeda-beda. Hal tersebut yang mendasari untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hal yang mempengaruhi perilaku konsumsi dalam Islam. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu yang pernah dilakukan berdasar pada beberapa hal, yaitu objek penelitian adalah masyarakat Tanjung Enim, variabel yang diteliti adalah pendapatan masyarakat.

H. Perumusan Hipotesis Penelitian

Secara teoritik pendapatan berpengaruh terhadap perilaku konsumsi, dan dapat dilihat dari penelitian-penelitian sebelumnya juga menerangkan hal yang sama bahwa pendapatan mempengaruhi perilaku konsumsi. Teori Keynes dalam bukunya yang berjudul *The General Theory Of Employment, Interest and Money* (teori umum mengenai kesempatan kerja, suku bunga dan uang), Keynes menjelaskan bahwa konsumsi saat ini (*Current Consumption*) sangat dipengaruhi oleh pendapatan disposibel saat ini (*Current disposable income*). Menurut Keynes ada batas konsumsi minimal tidak tergantung tingkat pendapatan. Artinya, tingkat konsumsi tersebut harus dipenuhi, walaupun tingkat pendapatan sama dengan nol. Itulah yang disebut dengan konsumsi otonomus (*otonomus consumption*). Jika pendapatan meningkat, maka konsumsi juga akan meningkat, hanya saja peningkatan konsumsi tersebut tidak sebesar peningkatan pendapatan.⁴⁶

Penelitian sebelumnya juga mengungkapkan adanya pengaruh antara pendapatan dan perilaku konsumsi seperti pada penelitian Henny Khairani yang berjudul “Pengaruh pendapatan terhadap pola konsumsi, tabungan dan zakat” tahun 2006, dalam penelitian ini pendapatan masyarakat berpengaruh secara signifikan terhadap konsumsi tabungan dan zakat.

⁴⁶ Ali Sakti. *Ekonomi Islam: Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Katalog Perpustakaan Nasional Dalam Terbitan (KDT), 2007), cetakan pertama, hlm. 61.

Penelitian lainnya yang mengatakan bahwa terdapat pengaruh antara pendapatan dan perilaku konsumsi adalah penelitian Effendi dari Universitas Pendidikan Indonesia yang berjudul “Pengaruh pendapatan dan gaya hidup terhadap perilaku konsumsi masyarakat” hasil dari penelitian yang dilakukan di kompleks Intan Regency kecamatan tarogong kidul kabupaten garut ini adalah terdapat pengaruh secara signifikan antara pendapatan dan gaya hidup dengan perilaku konsumsi masyarakat.

Dari dasar teoritik dan juga hasil-hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi. Maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_0 : Ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan perilaku konsumsi masyarakat.

H_a : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara tingkat pendapatan dengan perilaku konsumsi masyarakat.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang mencantumkan data yang merupakan angka atau data yang ketentuannya dinyatakan dalam bentuk angka.⁴⁷ Penelitian kualitatif bersifat deskriptif yang menjelaskan data-data yang diperoleh apa adanya secara sistematis. Deskriptif dapat juga diartikan sebagai proses pemecahan masalah yang diselidiki dengan melukiskan keadaan subjek dan objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau bagaimana adanya. Pelaksanaan metode penelitian deskriptif tidak terbatas pada pengumpulan dan penyusunan data, tetapi meliputi analisis dan interpretasi tentang data tersebut, selain itu semua yang dikumpulkan memungkinkan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.⁴⁸

B. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam ruang lingkup penelitian diperlukan adanya penekanan batas lokasi, waktu atau sektor dan variabel-variabel yang dibahas. Hal ini sangat diperlukan agar peneliti tidak keluar dari wilayah yang ditelitinya, dan akan sangat berguna bagi para pemula, ruang lingkup penelitian ini adalah pendapatan dan perilaku konsumsi sepeda motor masyarakat Tanjung Enim.

⁴⁷ Nur Indriyanto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi pertama*, Yogyakarta: BPF, 1999, hlm. 146.

⁴⁸ Ibid, hlm. 147

1. Pendapatan Masyarakat Tanjung Enim

Pendapatan masyarakat Tanjung Enim secara garis besar bersumber dari hasil pertambangan sebesar 32%, industri/pabrik 5%, pertanian 8%, perdagangan 10%, peternakan 8%, buruh 15%, pegawai negeri sipil/swasta (bidang kesehatan, pendidikan) 15% dan pelayanan jasa 7%. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas pendapatan masyarakat Tanjung Enim bersumber sebagai karyawan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ataupun swasta hal ini disebabkan karena sebagian besar daerah Tanjung Enim adalah daerah pertambangan.⁴⁹

2. Perilaku Konsumsi Sepeda Motor

Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai yang paling tidak dirasakan. Jadi, perilaku konsumsi adalah suatu sikap atau perilaku manusia dalam menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.⁵⁰ Yang dibahas dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi yang dikhususkan pada konsumsi kendaraan sepeda motor, karena untuk melihat bagaimana pandangan Islam terhadap perilaku konsumsi sepeda motor tersebut.

⁴⁹ Sumber: Kantor Pemerintah Tanjung Enim.

⁵⁰ Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanok, *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen* (Kelompok Gramedia 2004), Seventh editin, hlm.7.

C. Definisi operasional variabel

Pengukuran Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah variabel tingkat pendapatan masyarakat Tanjung Enim terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

1. Pendapatan

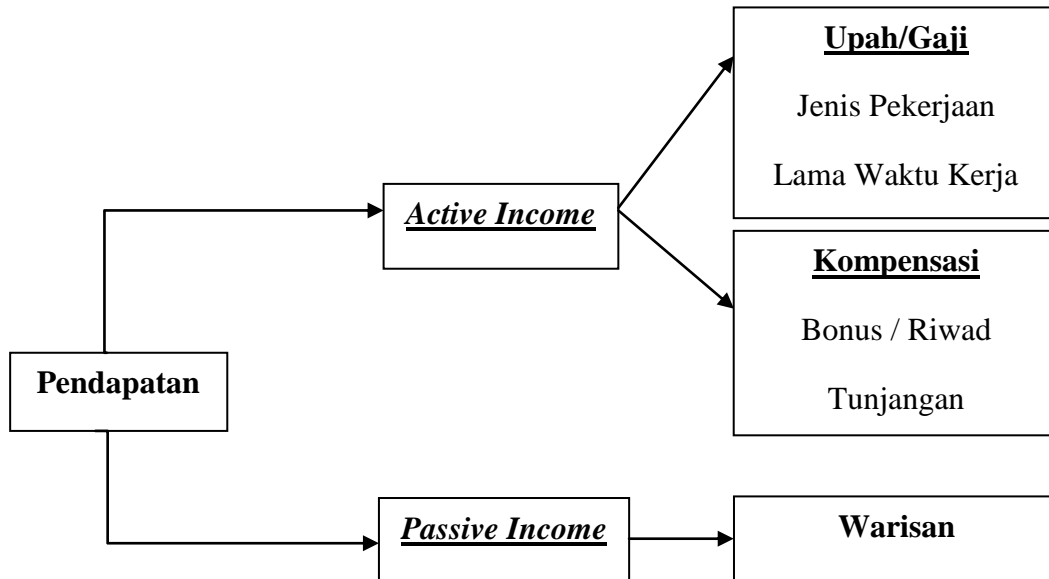
Giang mendefinisikan pendapatan secara umum sebagai masukan yang diperoleh masyarakat dari keseluruhan aktivitas yang dijalankan termasuk masukan yang diperoleh tanpa melakukan kegiatan apapun.⁵¹ Kemudian Kisata membagi jenis pendapatan menjadi *active income* dan *passive income*. *Active income* adalah suatu pendapatan yang hanya akan diterima jika aktif melakukan usaha seperti bekerja atau berinvestasi. Sedangkan *passive income* adalah suatu pendapatan yang diperoleh seseorang walaupun orang tersebut tidak aktif lagi bekerja atau yang didapat tanpa adanya usaha seperti harta warisan.⁵² Menurut Kisata menyatakan bahwa pendapatan sangat dipengaruhi oleh jenis pekerjaan, lama waktu bekerja, upah/gaji, kompensasi, dan warisan (*passive income*).⁵³

⁵¹ Randi R. Giang, *Pengaruh Pendapatan Terhadap Konsumsi Buruh Bangunan di Kecamatan Pineleng*, dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 3, Juni, 2013, hlm. 3.

⁵² Pindi Kisata, *Why Not MLM: Sisi Lain dari MLM*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 23.

⁵³ *Ibid*, hlm. 24.

Gambar 3.1
Karakteristik Yang Mempengaruhi Pendapatan⁵⁴



2. Perilaku Konsumsi

Menurut Nababan kata konsumsi berasal dari bahasa Belanda *consumtie* yaitu suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna baik suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung.⁵⁵

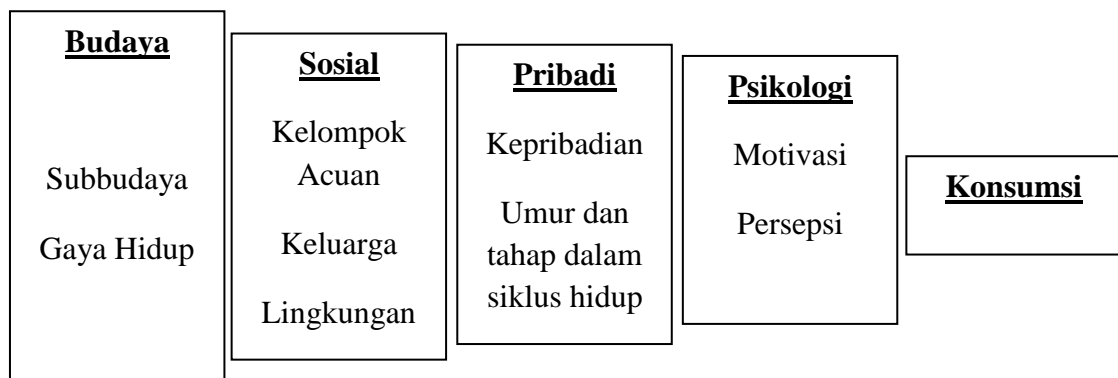
Kotler dan Keller menandakan bahwa perilaku konsumsi dipengaruhi oleh faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologi. Kotler dan Keller bahkan sudah menandakan bahwa faktor budaya memberikan pengaruh yang

⁵⁴ Sumber: Penelitian terdahulu oleh Ependi, 2013 “*Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat KomplekIntan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)*” Universitas Pendidikan Indonesia

⁵⁵ SeptiaS. M. Nababan, *Pendapatan dan Jumlah Tanggungan Pengaruhnya Terhadap Pola Konsumsi PNS Dosen dan Tenaga Kependidikan Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Samratulangi Manado*, dalam *Jurnal EMBA*, Vol. 1, No. 4, Desember, 2013, hlm. 2.

paling luas dan dalam.⁵⁶ Menurut Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa konsumsi sangat dipengaruhi oleh karakteristik budaya, sosial, pribadi dan psikologi,⁵⁷ seperti terlihat pada Gambar 3.2 dibawah ini:

Gambar 3.2
Karakteristik Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi⁵⁸



⁵⁶ Kotler, Philip dan Keller. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm.166

⁵⁷ Kotler, Philip dan Garry Armstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2004), hlm. 200.

⁵⁸ Sumber: Penelitian terdahulu oleh Ependi, 2013 “*Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat KomplekIntan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)*” Universitas Pendidikan Indonesia

Tabel 3.1
Variabel Penelitian dan Definisi Operasional⁵⁹

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Sumber
Pendapatan	<p>Pendapatan adalah total penerimaan (uang dan bukan uang) seseorang atau suatu rumah tangga selama periode tertentu (Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, 2002:267)</p> <p>Jumlah pendapatan yang diterima oleh masyarakat dalam satuan rupiah pada bulan terakhir. Mencakup: Upah/Gaji Pokok, Tunjangan, Bonus, Pendapatan lainnya</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Upah/Gaji 2. Jenis Pekerjaan 3. Lama Waktu Bekerja 4. Pendapatan Lain diluar Gaji (Usaha Lain atau dari warisan) 5. Kompensasi (Rewad / Bonus, Tunjangan) 	<p>Skripsi Ependi tahun 2013, Universitas Pendidikan Indonesia dengan judul “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat Komplek Intan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)”</p>
Perilaku Konsumsi	<p>Perilaku konsumsi adalah bagaimana konsumen mendayagunakan sumberdaya yang ada (uang) dalam rangka memuaskan kebutuhan/keinginan dari satu atau lebih produk (Eeng Ahmad dan Yana Rohmana 2009:144).</p>	<ol style="list-style-type: none"> a. Budaya b. Sosial c. Pribadi d. Psikologi 	<p>Skripsi Ependi tahun 2013, Universitas Pendidikan Indonesia dengan judul “Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat Komplek Intan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)”</p>

⁵⁹ Sumber: Penelitian terdahulu oleh Ependi, 2013 “*Pengaruh Pendapatan Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat (Survey pada Masyarakat KomplekIntan Regency Kecamatan Tarogong Kidul Kabupaten Garut)*” Universitas Pendidikan Indonesia

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, yakni data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang diisi oleh responden secara langsung.⁶⁰ Dalam penelitian ini, menggunakan data primer dari konsumen yang memenuhi satu dari lima kriteria; pemrakarsa, pemberi pengaruh, pengambilan keputusan, pembeli, pemakai sepeda motor di daerah Tanjung Enim. Alasan dipilih sampel di daerah Tanjung Enim karena Tanjung Enim merupakan daerah yang penggunaan sepeda motornya tergolong banyak dan tidak sesuai kebutuhan.

2. Data Sekunder

Merupakan data yang diperoleh tidak secara langsung dari sumbernya, akan tetapi data hasil olahan dari pengambilan data primer.⁶¹ Data sekunder dalam penelitian ini antara lain dari penelitian terdahulu, literatur-literatur, media cetak (surat kabar dan majalah), dan media elektronik (internet).

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

⁶⁰ Sugiyono, *Penelitian Administrasi dan Perkantoran*, Bandung: Alfabeta, 2001, hlm. 70

⁶¹ Sugiyono, *Penelitian Administrasi dan Perkantoran*, Bandung: Alfabeta, 2001, hlm. 70

peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik.⁶² Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Tanjung Enim. Mengingat batas waktu, dana dan tenaga maka tidak semua jumlah penduduk diteliti sebagai objek penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dan dianggap dapat mewakili populasi. Untuk mendapatkan sampel digunakan teknik random sampling (sampel random). Sampel random adalah sampel yang diambil dari sebuah populasi dan setiap anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.⁶³ Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat di Tanjung Enim. Sampel penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

⁶² J. Supranto, Statistik, *Teori dan Aplikasi jilid 2, Edisi Kelima*, Jakarta: Erlangga, 1998, hlm. 129

⁶³ Masri Singarimbun dan Efendi S, *Metode Penelitian Survey*, (Jakarta, LP3ES, 1987), cet. 1, hlm. 162

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan

Berdasarkan data yang diperoleh pemerintah daerah Tanjung Enim, jumlah populasi yang terdata adalah sebanyak 65.934 jiwa dengan tingkat ketidaktelitian sebesar 10%.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$= \frac{65.934}{1 + 65.934 (0,1)^2}$$

n = 99,84 dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitungan di atas menunjukkan bahwa sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang masyarakat. Dengan keterbatasan penulis dalam penelitian, maka penelitian ini diambil dengan menggunakan Teknik Sampling Insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti di masyarakat Tanjung Enim dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode dokumentasi perpustakaan dan metode kuesioner.

1. Metode Dokumentasi

Dokumen–dokumen yang ada dipelajari untuk memperoleh data dan informasi dalam penelitian ini.⁶⁴ Dokumen tersebut meliputi data yang berbentuk laporan bulanan/tahunan dari kantor pemerintahan daerah Tanjung Enim tentang pendapatan masyarakat, sumber pendapatan masyarakat dan jumlah sepeda motor di Tanjung Enim, penelitian terdahulu dari Universitas Diponegoro Semarang dan Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumen–dokumen tersebut digunakan untuk mendapatkan data sekunder.

2. Metode Kuesioner

Dalam penelitian ini metode yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden adalah berbentuk angket atau kuesioner. Jenis kuesioner ini adalah kuesioner tertutup dan terbuka dengan dengan skala likert. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih pada kolom yang disediakan dengan memberi tanda cross (X)⁶⁵. Kuesioner terbuka dengan cara memberikan hak kepada responden untuk menjawab sesuai ide mereka. Adapun sebagai alasan digunakan kuesioner tertutup karena (1). Kedua jenis kuesioner tersebut memberikan kemudahan kepada responden dalam memberikan jawaban, (2). Kedua jenis kuesioner tersebut praktis dan sistematis, (3). Keterbatasan biaya dan waktu penelitian.

⁶⁴ Nur Indriyanto dan Bambang Supomo, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi pertama*, Yogyakarta: BPFE, 1999, hlm. 147

⁶⁵ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, (Yogyakarta, Rineka Cipta, 1998) hlm. 151

Pertanyaan-pertanyaan pada angket tertutup dibuat dengan skala Likert 1-5 dengan menggunakan pertanyaan berskala (scaling questions). Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dan untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor yang ditunjukkan tabel berikut:⁶⁶

Tabel 3.2
Skala Likert pada Pertanyaan Tertutup⁶⁷

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

G. Teknik Analisis Data

Instumen yang baik untuk memenuhi dua persyaratan yaitu Valid dan Reliabel.⁶⁸ Karena itu kuesioner sebagai instrumen pengumpul data dalam penelitian ini perlu diuji validitas dan Reliabilitas dengan cara melakukan uji coba pada perilaku masyarakat Tanjung Enim.

⁶⁶ Ibid, hlm. 152

⁶⁷ Sumber: Dikutip dari penelitian Akba (2010) Universitas Diponegoro

⁶⁸ Sugiyono, *Penelitian Administrasi dan Perkantoran*, Bandung: Alfabeta, 2001, hlm. 71

Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat dari hasil SPSS pada tabel dengan judul *Item-Total Statistic*, melihat kevalidan masing –masing butir pertanyaan dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* masing – masing butir pertanyaan. Suatu butir pertanyaan dikatakan valid jika nilai r-hitung yang merupakan dari nilai *Corrected Item-Total Correlation* > dari r-tabel. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Untuk mengetahui apakah alat ukur reliable atau tidak, diuji dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Sebuah instrumen dianggap telah memiliki tingkat keandalan yang dapat diterima adalah apabila nilai koefisien reliabilitas yang terukur adalah lebih besar atau sama dengan 0.6.⁶⁹

Jika kuesioner telah Valid dan reliabel, maka kuesioner dapat disebarakan pada responden. Berdasarkan pada jawaban responden selanjutnya dibuat tabulasi distribusi frekuensi dan kemudian dilakukan interpretasi.⁷⁰ Penyelesaian analisis tersebut akan memanfaatkan fasilitas yang ada dalam *Software SPSS for Windows Ver. 12*.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif. Analisis data kuantitatif adalah suatu pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian yang dapat dihitung dengan jumlah satuan tertentu atau dinyatakan dalam angka-angka. Analisis ini meliputi pengolahan data, pengorganisasian data, dan

⁶⁹ Umma Sekaran, *Research Methods For Business: A Skill –Building Approach*, John Wiley & Sons, (New York: 1992), h. 287, Mahorta N.K, *Marketing Research: Analysis Applied Orientation*, Prentice Hall International Inc., (New Jersey, 1996), Second Edition, h. 304.

⁷⁰ Buhano Agung Nugroho, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 67-72.

penemuan hasil. Dalam penelitian ini, analisis data kuantitatif yang digunakan antara lain:⁷¹

1. Uji Validitas

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} (nilai Corrected Item - Total Correlation pada output Cronbach Alpha) dengan nilai r_{tabel} untuk degree of freedom ($df = n - k$, dalam hal ini n merupakan jumlah sampel dan k merupakan jumlah variabel independen (tingkat pendapatan). Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 100 dan besarnya df dapat dihitung $100 - 3 = 97$, dengan $df = 97$ dan $\alpha = 0,05$ didapat r_{tabel} dengan uji dua sisi = 0,198. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan bernilai positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dengan jumlah sampel (n) adalah 100 dan tingkat signifikansi 0,05 maka r_{tabel} pada penelitian ini adalah:

$$r(0,05 ; 100 - 3 = 97) \Rightarrow 0,198.$$

Bila : $r_{hitung} > r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, berarti pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur konsistensi konstruk atau indikator (variabel) penelitian. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk menguji keandalan kuesioner yang digunakan, maka dilakukan analisis reliabilitas berdasarkan koefisien *Alpha Cronbach*. Koefisien *Alpha Cronbach* menafsirkan korelasi antara skala yang dibuat

⁷¹ Ibid, hlm. 73-75

dengan semua skala indikator yang ada dengan keyakinan tingkat kendala. Indikator yang dapat diterima apabila koefisien alpha diatas 0,60. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

3. Regresi Linear

Untuk mencari pengaruh antara tingkat pendapatan dengan perilaku konsumsi sepeda motor digunakan rumus sebagai berikut :

Persamaan regresi : Perilaku konsumsi = a + b(tingkat pendaptan)

X = Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan dalam penelitian ini adalah seberapa besar pendapatan yang masyarakat dapatkan dalam setiap bulannya, pendaptan yang diperoleh masyarkat Tanjung Enim setiap bulannya apakah mempengaruhi perilaku konsumsi terhadap sepeda motor atau tidak.

Y = Perilaku Konsumsi

Perilaku Konsumsi dalam penelitian ini adalah perilaku konsumsi masyarakat Tanjung Enim terhadap sepeda motor.

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Cara memperoleh data : buka file regresi_sederhana. Menu Analyze → Regression → Linear, ikuti langkah selanjutnya dengan berpedoman buku SPSS.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Gambaran Umum Kota Tanjung Enim

Tanjung Enim merupakan salah satu daerah yang terletak di kabupaten Muaraenim, provinsi Sumatera Selatan yang luasnya 376.46 km. Tanjung Enim merupakan salah satu daerah pertambangan batu bara di Indonesia oleh karena itu sebagian besar penghasilan masyarakat Tanjung Enim adalah karyawan atau buruh tambang, hanya sedikit saja penduduk Tanjung Enim yang penghasilan dari pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan dan perdagangan.⁷²

Tabel 4.1
Data Pendudukan

No	Desa / Kelurahan	Penduduk (jiwa)		Jumlah L+P	Luas Daerah (km)	Jumlah Kendaraan (Motor)
		Laki-laki	Perempuan			
1	Kelurahan Pasar Tanjung Enim	5.338	5.214	10.552	8,6	2.245
2	Kelurahan Tanjung Enim	6.675	6.415	13.090	78,04	1.987
3	Kelurahan Tanjung Enim Selatan	4.356	4.155	8.511	2,5	1.398
4	Desa Lingga	4.133	4.005	8.138	77,32	1.164
5	Desa Tegal Rejo	6.855	6.494	13.349	50,00	1.765
6	Desa Keban Agung	4.457	4.173	8.630	65,00	983
7	Desa Darmo	1.866	1.798	3.664	98,00	717
Jumlah		33.680	32.254	65.934	379,46	10.259

⁷² Sumber : Kantor Pemerintah Daerah Tanjung Enim

Dari tabel 4.1 dapat dilihat bahwa jumlah penduduk Tanjung Enim sebanyak 65.934 jiwa yang terdiri dari 33.680 laki-laki dan 32.254 perempuan dengan luas daerah 379,46 km dan jumlah kendaraan (sepeda motor) sebanyak 10.259 unit.⁷³

2. Gambaran Umum Responden

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen pengguna produk sepeda motor di Tanjung Enim. Ini sesuai dengan metode pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu purposive sampling. Metode tersebut digunakan karena konsumen sepeda motor di Tanjung Enim tersebar luas. Berdasarkan data dari 100 responden yang menggunakan sepeda motor di Tanjung Enim, melalui daftar pertanyaan didapat kondisi responden tentang jenis kelamin, umur, jenis pekerjaan, dan pengeluaran per bulan. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai gambaran responden sebagai objek penelitian. Gambaran umum objek penelitian tersebut satu per satu dapat diuraikan sebagai berikut:

a) Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tingginya jumlah konsumen sepeda motor memungkinkan variasi proporsi yang besar bagi konsumen laki-laki dan perempuan. Gambaran umum mengenai konsumen sepeda berdasarkan jenis kelamin adalah sebagai berikut:

⁷³ Sumber : Kantor Pemerintah Daerah Tanjung Enim

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin⁷⁴

Jenis Kelamin	Jumlah	Dalam %
Laki-laki	59	59
Perempuan	41	41
Jumlah	100	100

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa mayoritas responden adalah laki-laki sebanyak 59 %. Sedangkan sisanya adalah perempuan sebanyak 41 %.

b) Gambaran Umum Responden Berdasarkan Umur

Gambaran umum mengenai konsumen sepeda motor di Tanjung Enim berdasarkan umur pada saat pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur⁷⁵

Umur	Jumlah	Dalam %
<20 tahun	16	16
20-25 tahun	32	32
26-30 tahun	30	30
>30 tahun	22	22
Jumlah	100	100

⁷⁴ Sumber : data primer yang diolah, 2015

⁷⁵ Sumber : data primer yang diolah, 2015

Dari Tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa proporsi paling besar adalah dari responden berusia 20-25 tahun sebanyak 32%. Kemudian responden berusia diatas 26-30 tahun sebesar 30%, responden berusia >30 tahun berjumlah 22%, dan responden berusia < 20 tahun berjumlah 16%.

c) Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan pengelompokan jenis pekerjaan, responden dapat dikelompokkan seperti dijelaskan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan⁷⁶

Pekerjaan	Jumlah	Dalam %
Pegawai Negeri	10	10
Pegawai Swasta	29	29
Wiraswasta	15	15
Buruh	18	18
Pelajar/Mahasiswa	15	15
Ibu Rumah Tangga	13	13
Jumlah	100	100

Dari tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa responden paling tinggi berasal dari Pegawai Swasta yaitu sebanyak 35%. Kemudian Wiraswasta sebanyak 18%, Mahasiswa/pelajar sebanyak 15%, Pegawai Negeri Sipil sebanyak 8%, dan Lainnya sebanyak 24%.

⁷⁶ Sumber : data primer yang diolah, 2015

d) Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan

Pengeluaran per bulan erat kaitannya dengan pola konsumsi seseorang akan suatu produk. Berikut ini adalah deskripsi responden berdasarkan tingkat pengeluaran per bulan.

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan⁷⁷

Pengeluaran Per Bulan	Jumlah	Dalam %
< Rp. 500.000,00	23	23
Rp. 500.000,00 – Rp. 1.000.000,00	23	23
>Rp. 1.000.000,00	54	54
Jumlah	100	100

Pada tabel 4.5 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden memiliki rata-rata pengeluaran per bulan diatas >Rp 1.000.000,00 yaitu sejumlah 54%. Selanjutnya responden yang memiliki rata-rata pengeluaran per bulan antara Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00 sejumlah 23%. Sedangkan responden yang memiliki pengeluaran per bulan dibawah < Rp 500.000,00 sejumlah 23%.

⁷⁷ Sumber : data primer yang diolah, 2015

B. Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi product moment, dimana nilai r tabel adalah 0,197 berdasarkan pengujian yang telah dilakukan untuk variabel bebas dan variabel terikat pada masing-masing item menunjukkan r hitung $> 0,197$ hal ini menunjukkan bahwa seluruh data yang diuji adalah valid.⁷⁸

Hasil uji validitas pada indikator-indikator penelitian ini terdapat pada tabel berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Upah/Gaji) Masyarakat
Tanjung Enim⁷⁹

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	scoretotal
x1.1	Pearson Correlation	1	.118	.334**	.105	.950**	.811**
	Sig. (2-tailed)		.242	.001	.300	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.118	1	.307**	.037	.138	.500**
	Sig. (2-tailed)	.242		.002	.711	.172	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.334**	.307**	1	.196	.360**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.051	.000	.000

⁷⁸ J. Supranto, Statistik, *Teori dan Aplikasi jilid 2, Edisi Kelima*, Jakarta: Erlangga,1998, hlm. 130.

⁷⁹ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

	N	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.105	.037	.196	1	.078	.412**
	Sig. (2-tailed)	.300	.711	.051		.443	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.950**	.138	.360**	.078	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.172	.000	.443		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.811**	.500**	.655**	.412**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator upah/gaji lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama X1.1 $0,811 > 0,197$, pertanyaan kedua X1.2 $0,500 > 0,197$, pertanyaan ketiga X1.3 $0,655 > 0,197$ pertanyaan keempat X1.4 $0,412 > 0,197$ dan pertanyaan kelima X1.5 $0,817 > 0,197$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator upah/gaji variabel pendapatan masyarakat dalam penelitian ini adalah valid dan handal, sehingga kuesioner dapat diikutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Jenis Pekerjaan) Masyarakat
Tanjung Enim⁸⁰

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Scoretotal
X2.1	Pearson Correlation	1	.503**	.199*	.401**	.544**	.788**
	Sig. (2-tailed)		.000	.047	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.503**	1	.107	.381**	.364**	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.289	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.199*	.107	1	.392**	.191	.543**
	Sig. (2-tailed)	.047	.289		.000	.058	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.401**	.381**	.392**	1	.343**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.544**	.364**	.191	.343**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.058	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.788**	.676**	.543**	.715**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator jenis pekerjaan lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama X2.1 $0,788 > 0,197$, pertanyaan kedua X2.2 $0,676 > 0,197$, pertanyaan ketiga X2.3 $0,543 > 0,197$ pertanyaan keempat X2.4 $0,715 > 0,197$ dan pertanyaan kelima X2.5 $0,718 > 0,197$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator jenis pekerjaan variabel pendapatan masyarakat dalam penelitian ini

⁸⁰ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

adalah valid dan handal, sehingga kuesioner dapat diikutkan pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Lama Waktu Bekerja) Masyarakat Tanjung Enim⁸¹

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Scoretotal
X3.1	Pearson Correlation	1	.302**	.530**	.459**	.242*	.725**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.015	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.302**	1	.333**	.278**	.138	.582**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.005	.172	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.530**	.333**	1	.432**	.438**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.459**	.278**	.432**	1	.394**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.242*	.138	.438**	.394**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.015	.172	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.725**	.582**	.804**	.724**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator lama waktu bekerja lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama X3.1 $0,725 > 0,197$, pertanyaan kedua X3.2 $0,582 > 0,197$, pertanyaan ketiga X3.3 $0,804 > 0,197$ pertanyaan keempat X3.4 $0,724 > 0,197$ dan pertanyaan kelima X3.5

⁸¹ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

0,641 > 0,197. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator lama waktu bekerja variabel pendapatan masyarakat dalam penelitian ini adalah valid dan handal, sehingga kuesioner dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Pendapatan Luar Gaji, Usaha lain/ Warisan) Masyarakat Tanjung Enim⁸²

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Scoretotal
X4.1	Pearson Correlation	1	.443**	.416**	.310**	.307**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.443**	1	.612**	.373**	.311**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.416**	.612**	1	.308**	.214*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.032	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.310**	.373**	.308**	1	.290**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.307**	.311**	.214*	.290**	1	.626**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.032	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.691**	.779**	.727**	.662**	.626**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator pendapatan luar gaji, usaha lain/warisan lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama

⁸² Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

X4.1 $0,691 > 0,197$, pertanyaan kedua X4.2 $0,779 > 0,197$ pertanyaan ketiga X4.3 $0,727 > 0,197$ pertanyaan keempat X4.4 $0,662 > 0,197$ dan pertanyaan kelima X4.5 $0,626 > 0,197$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator pendapatan luar gaji, usaha lain/warisan variabel pendapatan masyarakat dalam penelitian ini adalah valid.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Pendapatan (Kompensasi, Bonus/Rewad, Tunjangan) Masyarakat Tanjung Enim⁸³

		Correlations					
		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Scoretotal
X5.1	Pearson Correlation	1	.370**	.432**	.438**	.155	.714**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.123	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.370**	1	.271**	.335**	.222	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.001	.026	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.432**	.271**	1	.283**	.135	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.004	.180	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.4	Pearson Correlation	.438**	.335**	.283**	1	.290**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.004		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X5.5	Pearson Correlation	.155	.222	.135	.290**	1	.553**
	Sig. (2-tailed)	.123	.026	.180	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.714**	.649**	.671**	.706**	.553**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator kompensasi, bonus/rewad,

⁸³ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

tunjangan lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama X5.1 $0,714 > 0,197$, pertanyaan kedua X5.2 $0,649 > 0,197$, dan pertanyaan ketiga X5.3 $0,671 > 0,197$ pertanyaan keempat X5.4 $0,706 > 0,197$ dan pertanyaan kelima X5.5 $0,553 > 0,197$. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator kompensasi, bonus/rewad, tunjangan variabel pendapatan masyarakat dalam penelitian ini adalah valid dan handal, sehingga kuesioner dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Konsumsi Masyarakat Tanjung Enim⁸⁴

		Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Scoretotal
Y1.1	Pearson Correlation	1	.355**	.295**	.352**	.541**	.317**	.401**	.745**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.355**	1	.289**	.301**	.228*	.359**	.155	.587**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.002	.023	.000	.124	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.295**	.289**	1	.291**	.245*	.130	.062	.514**
	Sig. (2-tailed)	.003	.003		.003	.014	.197	.541	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.352**	.301**	.291**	1	.199*	.356**	.269**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.003		.047	.000	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.541**	.228*	.245*	.199*	1	.408**	.415**	.703**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023	.014	.047		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.6	Pearson Correlation	.317**	.359**	.130	.356**	.408**	1	.271**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.197	.000	.000		.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

⁸⁴ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

Y1.7	Pearson Correlation	.401**	.155	.062	.269**	.415**	.271**	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.124	.541	.007	.000	.006		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Scoretotal	Pearson Correlation	.745**	.587**	.514**	.613**	.703**	.633**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

Berdasarkan pengujian pada tabel uji validitas diatas, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua butir pertanyaan indikator perilaku konsumsi lebih besar dari r tabel, dengan r hitung pada pertanyaan pertama Y1.1 0,745 > 0,197, pertanyaan kedua Y1.2 0,587 > 0,197, pertanyaan ketiga Y1.3 0,613 > 0,197, pertanyaan keempat Y1.4 0,613 > 0,197, pertanyaan kelima 0,703 > 0,197, pertanyaan keenam 0,633 > 0,197 dan pertanyaan ketujuh 0,614 > 0,197. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada indikator perilaku konsumsi dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yaitu untuk menguji konsistensi alat ukur, apakah hasilnya tetap konsisten jika pengukuran diulang, instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga pengukuran tidak dapat dipercaya. Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai r hitung > 0,60.⁸⁵ Adapun hasil uji reliabilitas dari penelitian ini dapat dilihat dalam tabel 4.12 berikut ini :

⁸⁵ Priatno Duwi, *Teknik mudah dan Cepat Melakukan Analisa Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendarasan*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hlm. 30

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas⁸⁶

Variabel	Cronbach Alpha	Status
Upah/Gaji (X1)	0,648	Reliabel
Jenis Pekerjaan (X2)	0,723	Reliabel
Lama Waktu Bekerja (X3)	0,734	Reliabel
Pendapatan Luar Gaji (X4)	0,731	Reliabel
Kompensasi/Tunjangan (X5)	0,668	Reliabel
Perilaku Konsumsi (Y)	0,746	Reliabel

Berdasarkan pengujian pada tabel uji reliabilitas diketahui bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel dalam penelitian ini adalah reliabel.

C. Analisis Regresi.

Regresi linear mengestimasi besarnya koefisien-koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linear, yang melibatkan satu variabel bebas (X) sebagai prediksi besarnya nilai variabel terikat (Y).⁸⁷

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan software SPSS 17.0 diperoleh hasil nilai regresi linear sebagai berikut:

1. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen. Pada output

⁸⁶ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

⁸⁷ Ety Rochaety, Ratih Tresnati dkk, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hlm. 131.

SPSS, koefisien determinasi dapat dilihat dari tabel Model Summary dan tertulis *R Square* atau *Adjusted R Square*. *R Square* bisa digunakan apabila jumlah variabel terdiri dari 2 variabel saja, untuk regresi yang menggunakan 3 variabel maka sebaliknya digunakan *Adjusted R Square*.⁸⁸

Tabel 4.13
Model Summary⁸⁹

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.615	1.581

a. Predictors: (Constant), x5, x3, x2, x1, x4

Nilai R pada tabel Model Summary menunjukkan hubungan antara variabel X dan Y. Pada tabel di atas nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,796. Apabila nilai koefisien korelasi di atas 0,599 maka hubungan variabel adalah kuat. Jadi dapat disimpulkan bahwa hubungan antara pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor adalah kuat.

Sedangkan untuk mengukur seberapa besar pengaruh variabel X yaitu upah/gaji, jenis pekerjaan, lama waktu bekerja, pendapatan luar gaji, dan kompensasi (reward/bonus) terhadap variabel Y atau perilaku konsumsi sepeda motor dilihat dari besarnya nilai Adjusted R Square. Berdasarkan tabel di atas nilai dari Adjusted R Square adalah 0,615 jadi KD (Koefisien Determinasi) adalah sebesar 61,5% . Ini berarti bahwa pengaruh dimensi pendapatan

⁸⁸ Priatno Duwi, *Teknik mudah dan Cepat Melakukan Analisa Data Penelitian Dengan SPSS dan Tanya Jawab Ujian Pendaran*, (Yogyakarta: Gava Media, 2010), hlm. 83

⁸⁹ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

masyarakat terhadap perilaku konsumsi sepeda motor adalah sebesar 61,5% dan sisanya 38,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis.

2. Uji F

Uji F secara siultan ini berujuan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama *Independent variable* terhadap *dependent variable*.

Tabel 4.14
ANOVA⁹⁰

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.111	5	81.422	32.590	.000 ^a
	Residual	234.849	94	2.498		
	Total	641.960	99			

a. Predictors: (Constant), x5, x3, x2, x1, x4

b. Dependent Variable: y

Pengujian dilakukan dengan membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel. Selanjutnya menghitung F tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan DF1 dengan ketentuan: k-1 (jumlah variabel independent dan dependent – 1), atau 6-1 = 5; dan DF2 = n-k (100-6 = 94), k= jumlah variabel. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka F tabel sebesar 2,31 (dengan menggunakan excel). Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat bahwa F hitung adalah 32,590 dengan taraf signifikan sebesar 0,000. Ini berarti bahwa F hitung > F tabel yaitu 32,590 > 2,33 berarti ada pengaruh antara variabel pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor. Selain itu pengujian juga dapat dilakukan dengan

⁹⁰ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

membandingkan besarnya angka signifikansi (Sig.) penelitian dengan taraf signifikansi sebesar 0,05. Berdasarkan tabel di atas angka signifikansi adalah sebesar $0,000 < 0,05$, artinya adanya pengaruh antara variabel pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor.

3. Uji T (uji secara parsial atau sendiri-sendiri)

Analisis ini bertujuan untuk melihat besarnya pengaruh antara variabel pendapatan masyarakat terhadap perilaku konsumsi sepeda motor secara sendiri-sendiri (berdasarkan dimensi masing-masing).

Tabel 4.15
Coefficients⁹¹

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.756	3.248		.233	.816
x1	.295	.097	.244	3.051	.003
x2	.054	.119	.031	.454	.651
x3	.024	.106	.015	.229	.820
x4	.449	.118	.341	3.796	.000
x5	.547	.146	.330	3.748	.000

a. Dependent Variable: y

Berdasarkan output SPSS pada tabel coefficients maka persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5$$

⁹¹ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

$$Y = 0,756 + 0,295x_1 + 0,054x_2 + 0,024x_3 + 0,449x_4 + 0,547x_5$$

Pada tabel di atas angka konstanta sebesar 0,756. Angka ini berupa angka konstan yang mempunyai arti: jika tidak ada variabel/dimensi pendapatan masyarakat, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan berkurang sebesar 0,756. Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh variabel pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor membandingkan t hitung dengan t tabel.⁹²

a. Upah/gaji (X1)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 3,051 dan Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n-2$, atau $100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985, ini berarti $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau dengan kata lain variabel upah/gaji secara parsial memberikan pengaruh yang terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.⁹³

b. Jenis Pekerjaan (X2)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 0,454 dan Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK

⁹² Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

⁹³ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

= $n-2$, atau $100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985, ini berarti t hitung $<$ t tabel atau dengan kata lain dimensi jenis pekerjaan secara parsial tidak ada pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.⁹⁴

c. Lama Waktu Bekerja (X3)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 0,229 dan Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = $n-2$, atau $100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985, ini berarti t hitung $<$ t tabel atau dengan kata lain dimensi lama waktu bekerja secara parsial tidak ada pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.⁹⁵

d. Pendapatan Luar Gaji/Usaha Lain, Warisan (X4)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 3,796 dan Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = $n-2$ (santoso, 2000:265), atau $100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985, ini berarti t hitung $>$ t tabel atau dengan kata lain dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan secara parsial ada pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.⁹⁶

⁹⁴ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

⁹⁵ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

⁹⁶ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

e. Kompensasi/Bonus, Rewad, dan Tunjangan (X5)

Berdasarkan perhitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 3,748 dan Menghitung besarnya t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: Taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n-2$ (santoso, 2000:265), atau $100 - 2 = 98$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985, ini berarti t hitung $>$ t tabel atau dengan kata lain dimensi kompensasi/bonus, rewad, dan tunjangan secara parsial ada pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.⁹⁷

D. Analisis Regresi antara pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor.

Agar lebih mempertajam dan memperjelas terhadap apa yang telah dihasilkan dalam pengujian hipotesis yang ada, maka perlu dilakukan pembahasan terhadap hasil analisisnya. Model regresi berganda yang digunakan untuk memprediksi adalah:

$$Y = 0,756 + 0,295x_1 + 0,054x_2 + 0,024x_3 + 0,449x_4 + 0,547x_5$$

Interpretasi terhadap koefisien regresi variabel bebas sangat penting, karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi pendapatan masyarakat, baik secara simultan maupun secara parsial terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

1. Koefisien regresi dimensi upah/gaji (X1) adalah sebesar 0,295 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi upah/gaji sebesar 1% dengan

⁹⁷ Sumber: Hasil Analisis Regresi Data Kuesioner Dengan Aplikasi SPSS Ver.17,0

asumsi dimensi yang lain konstan, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,295. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi upah/gaji dengan perilaku konsumsi sepeda motor searah atau berbanding lurus. Berarti setiap peningkatan pendapatan masyarakat dimensi ini berpengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. bukti upah/gaji sebesar 0,003 ini berarti pada variabel upah/gaji (X1) signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk dimensi upah/gaji sebesar $0,003 < 0,05$. Artinya pada dimensi bukti upah/gaji secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

2. Koefisien regresi dimensi jenis pekerjaan (X2) adalah sebesar 0,054 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi jenis pekerjaan sebesar 1% dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,054. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi jenis pekerjaan dengan perilaku konsumsi sepeda motor searah atau berbanding lurus. Berarti setiap peningkatan pendapatan masyarakat dimensi ini berpengaruh terhadap kenaikan perilaku konsumsi sepeda motor begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. Jenis pekerjaan sebesar 0,651 ini berarti pada dimensi jenis pekerjaan (X3) tidak signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk dimensi jenis pekerjaan sebesar $0,651 > 0,05$. Artinya pada dimensi jenis

pekerjaan secara parsial kurang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

3. Koefisien regresi dimensi lama waktu bekerja (X3) adalah sebesar 0,024 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi lama waktu bekerja sebesar 1% dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,024. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi lama waktu bekerja dengan perilaku konsumsi sepeda motor searah atau berbanding lurus. Berarti setiap peningkatan pendapatan masyarakat dimensi ini berpengaruh terhadap kenaikan perilaku konsumsi sepeda motor begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. lama waktu bekerja sebesar 0,820 ini berarti pada dimensi lama waktu bekerja (X3) tidak signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk dimensi lama waktu bekerja sebesar $0,820 > 0,05$. Artinya pada dimensi lama waktu bekerja secara parsial kurang berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.
4. Koefisien regresi dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan (X4) adalah sebesar 0,449 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan sebesar 1% dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,449. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan dengan perilaku konsumsi sepeda motor searah atau berbanding lurus. Berarti

setiap peningkatan pendapatan masyarakat dimensi ini berpengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor pelanggan begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan sebesar 0,000 ini berarti pada dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan (X4) signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya pada dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

5. Koefisien regresi dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan (X5) adalah sebesar 0,547 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan sebesar 1% dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka perilaku konsumsi sepeda motor akan mengalami kenaikan sebesar 0,547. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan dengan kepuasan perilaku konsumsi sepeda motor searah atau berbanding lurus. Berarti setiap peningkatan pendapatan masyarakat dimensi ini berpengaruh terhadap kenaikan perilaku konsumsi sepeda motor begitupun sebaliknya. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai sign. Kompensasi/bonus, reward, tunjangan sebesar 0,000 ini berarti pada dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan (X5) signifikan, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikan untuk dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan sebesar $0,000 < 0,05$. Artinya pada dimensi kompensasi/bonus,

reward, tunjangan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumsi sepeda motor.

E. Dimensi pendapatan masyarakat yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumsi sepeda motor.

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi upah/gaji, dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan dan dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumsi sepeda motor dibandingkan dengan dimensi jenis pekerjaan dan dimensi lama waktu bekerja. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung dari dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan yang paling besar dibandingkan dengan dimensi pendapatan masyarakat lainnya, yaitu sebesar 3,796 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat terhadap pendapatan masyarakat dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan memberikan pengaruh yang paling besar dibandingkan persepsi masyarakat terhadap dimensi pendapatan masyarakat lainnya. Artinya masyarakat memberikan perhatian lebih untuk dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan

Dimensi upah/gaji juga memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor setelah pendapatan lain luar gaji/usaha lain, warisan yaitu dengan nilai t hitung sebesar 3,051 dengan tingkat signifikan sebesar $0,003 < 0,05$. Ini berarti masyarakat memberikan cukup perhatian terhadap dimensi upah/gaji.

Kemudian selain upah/gaji dan pendapatan lain luar gaji/usaha lain, warisan, dimensi yang juga berpengaruh adalah dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan yaitu dengan nilai t hitung sebesar 0,000.

Jadi penelitian ini membuktikan bahwa dimensi kompensasi/bonus, reward, tunjangan, upah/gaji, dan dimensi pendapatan luar gaji/usaha lain, warisan mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumsi sepeda motor. Dimensi yang paling dominan mempengaruhi perilaku konsumsi sepeda motor adalah dimensi pendapatan lain luar gaji/usaha lain, warisan, karena mempunyai nilai t hitung yang paling besar dibandingkan dengan dimensi yang lain, yaitu sebesar 3,796 dengan taraf signifikan sebesar 0,000.

F. Preferensi Perilaku Konsumsi Muslim

Mengetahui perilaku konsumsi secara Islami wajib bagi umat Islam, karena disamping Islam telah menetapkan aturan-aturan yang jelas mengenai masalah ini, Islam juga sudah mengatur hubungan timbal balik antara manusia, agar terjadinya pola kehidupan yang seimbang dan tidak ada yang merasa dirugikan. Islam punya aturan tersendiri dalam mengkonsumsi suatu barang yaitu halal dan aman. Selain itu agar masyarakat bisa berdagang secara Islami, mengamalkan ajaran Islam dan tidak terjatuh hutang terlalu banyak karena ingin memenuhi semua kebutuhan duniawi.⁹⁸

Mengenai perilaku konsumsi masyarakat Tanjung Enim, dapat dilihat dari hasil analisis penelitian yang dilakukan penulis bahwa terdapat pengaruh antara

⁹⁸ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hlm.74

pendapatan masyarakat dengan perilaku konsumsi sepeda motor dalam perspektif ekonomi Islam. Ini berarti masyarakat Tanjung Enim dalam mengkonsumsi suatu barang atau jasa lebih cenderung melihat tingkat dari manfaat yang didapat dari mengkonsumsi suatu barang tersebut.

Seperti halnya setiap hari kita membuat sejumlah keputusan mengenai bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Misalnya, kita harus memilih penggunaan waktu untuk bangun tidur terlambat atau makan pagi, untuk baca koran atau menonton televisi. Kita juga harus memilih penggunaan uang kita untuk membeli barang atau jasa yang dibutuhkan, preferensi dan ketersediaan sumber daya.

Keputusan seseorang untuk memilih alokasi sumber daya inilah yang melahirkan fungsi permintaan. Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*Utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seseorang konsumen ketika rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengkonsumsi barang tersebut. Karena adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengkonsumsi sebuah barang. Jadi kepuasan dan

utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas.⁹⁹

Jika menggunakan teori konvensional, konsumen diasumsikan selalu menginginkan tingkat kepuasan yang tertinggi. Konsumen akan memilih mengkonsumsi barang A atau B tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh kedua barang tersebut. Ia akan memilih barang A jika memberikan kepuasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan B, demikian sebaliknya. Masalah selanjutnya adalah mungkinkah konsumen mengkonsumsi barang tersebut? Untuk jawaban pertanyaan ini ia akan melihat dana atau anggaran yang dimiliki. Kalau ternyata dana yang dimiliki memadai untuk membelinya, maka ia akan membeli, jika tidak ia tidak akan membelinya. Kemungkinan, ia akan mengalokasikan anggarannya untuk membeli barang lain yang kepuasannya maksimal tetapi terjangkau oleh anggarannya.

Jika dicermati dari cerita diatas, maka setidaknya terdapat dua hal yang penting untuk dikritisi. Pertama, tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan, beberapa pertanyaan yang dapat diajukan disini adalah apakah barang yang memuaskan selalu identik dengan barang yang membawa manfaat atau kebaikan? Jawabannya belum tentu! Kedua, batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain sepanjang ia

⁹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) cet. 4, hlm.127

memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan.¹⁰⁰

Perilaku konsumsi seperti diatas tentunya tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam. Konsumsi yang Islami selalu berpedoman pada ajaran Islam. Diantara ajaran yang penting berkaitan dengan konsumsi, misalnya perlu memperhatikan orang lain. Dalam hadist disampaikan bahwa setiap Muslim wajib membagi, makanan yang dimasaknya kepada tetangganya yang merasakan bau dari makanan tersebut. Selanjutnya juga diharamkan bagi seorang Muslim hidup dalam keadaan serba berlebihan sementara ada tetangga yang menderita kelaparan. Hal ini adalah tujuan konsumsi itu sendiri, dimana seorang Muslim akan lebih mempertimbangkan *mashlahah* daripada utilitas. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*Maqashid Syariah*), yang tentu saja menjadi tujuan dari konsumsi.

1. *Mashlahah* dalam Konsumsi¹⁰¹

Dalam menjelaskan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang atau jasa yang memberikan *mashlahah* maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan *mashlahah* yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil diakhirat serta informasi yang

¹⁰⁰ Ibid, hlm. 128

¹⁰¹ Ibid, hlm. 129

berasal dari Allah dalam sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan ekonomi.

Kandungan *mashlahah* terdiri dari manfaat dan berkah. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik dan psikis atau material. Disisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Mengkonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Sebaliknya, konsumen tidak akan mengkonsumsi barang atau jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah. Mengkonsumsi yang haram akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan berujung pada siksa Allah. Jadi mengkonsumsi yang haram justru memberikan berkah negatif.

Kebutuhan dan Keinginan

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang atau jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan akan barang atau jasa tersebut. Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sebagai misal, genting dan pintu-jendela merupakan kebutuhan suatu rumah tinggal. Demikian pula kebutuhan

manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-mahluk lainnya, misalnya, baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki dan sebagainya.

Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Misalnya, ketika seseorang membangun rumah ia menginginkan adanya warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, ruangan yang longgar dan sebagainya. Semua hal itu belum tentu menambah fungsi suatu rumah tinggal, namun akan memberikan kepuasan bagi pemilik rumah. Keinginan terkait dengan suka tidak sukanya seseorang terhadap barang atau jasa, hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antar satu orang dengan orang lain. Perbedaan warna, aroma, desain, dan sebagainya adalah cerminan mengenai perbedaan keinginan.

Secara umum pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *mashlahah* sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata. Dalam kasus, jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.

Tabel 4.16
Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan¹⁰²

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi atau selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan *madharat*.

2. Karakteristik Manfaat dan Berkah dalam Konsumsi.¹⁰³

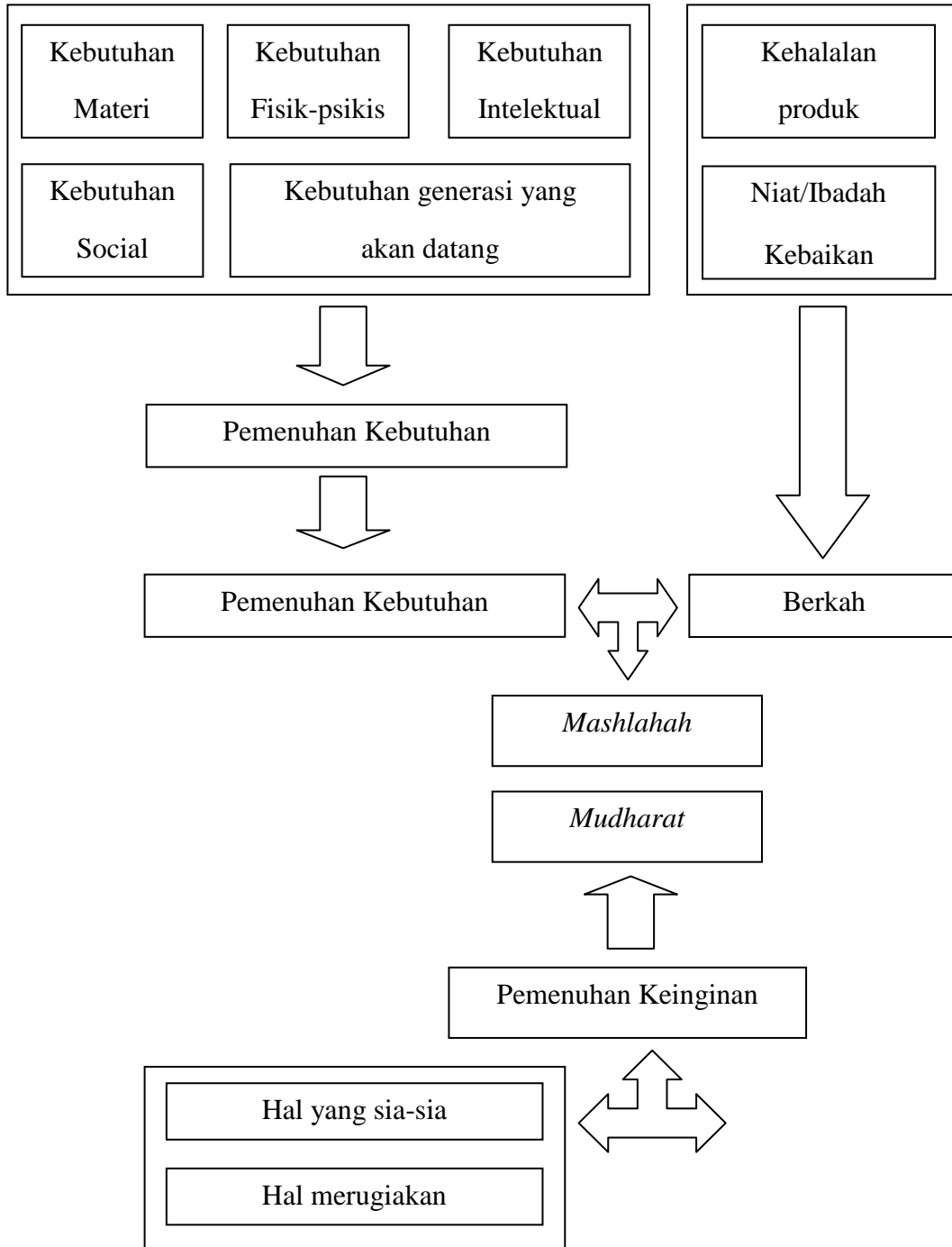
Sebagaimana diungkapkan di muka bahwa ketika konsumen membeli suatu barang atau jasa, maka ia akan mendapatkan kepuasan dan/atau *mashlahah*. Kepuasan akan diperoleh jika ia berhasil memenuhi keinginannya dan keinginan ini bisa berwujud kebutuhan ataupun sekedar kebutuhan semu. Kebutuhan semu ini muncul karena ketidaktahuan manusia tentang kebutuhan hidup manusia yang sesungguhnya, misalnya adalah rasa nikmat pada makanan karena mengandung penyedap rasa yang sebenarnya cukup membahayakan bagi tubuh manusia.

¹⁰² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) cet. 4, hlm. 130

¹⁰³ Ibid, hlm. 132

Disisi lain *mashlahah* dalam konsumen muncul ketika kebutuhan rill terpenuhi, yang belum tentu dapat dirasakan sesaat setelah melakukan konsumsi. Misalnya, ketika konsumen membeli barang-barang tahan lama seperti sepeda motor, kebutuhan rill baru diketahui setelah sepeda motor dipergunakan berkali-kali, misalnya daya tahan *sparepart*, faktor keamanan, nilai purna jual, dan sebagainya. Inilah *mashlahah* yang bisa dirasakan langsung di dunia, yaitu berupa *mashlahah* fisik atau material. Kepuasan yang dirasakan konsumen karena murah nya harga atau desain yang menarik, namun tidak awat adalah kepuasan yang lahir karena kebutuhan semu atau jangka pendek.

Gambar 4.1
Keberadaan *Mashlahah* dalam Konsumsi¹⁰⁴



¹⁰⁴ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012) cet. 4, hlm. 143

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisa data penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner kepada 100 masyarakat Tanjung Enim, dan dapat diketahui bahwa secara simultan (F), basis pendapatan masyarakat dapat berpengaruh signifikan terhadap tumbuh dan bertahannya perilaku konsumsi sepeda motor karena nilai F hitung $>$ F tabel, yaitu sebesar $32,590 > 2,33$ dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Secara parsial (T), variabel pendapatan masyarakat yang terdiri dari upah/gaji, jenis pekerjaan, lama waktu bekerja, pendapatan luar gaji/usaha lain/warisan, dan kompensasi/bonus, tunjangan yang mempengaruhi perilaku konsumsi sepeda motor di Tanjung Enim ternyata variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah variabel pendapatan luar gaji/usaha lain/warisan karena nilai koefisien regresinya yang paling besar yaitu 3,796 dan nilai t tabel sebesar 1,985 nilai t hitung $>$ t tabel dengan taraf signifikan 0,000.
2. Perilaku konsumsi masyarakat Tanjung Enim dalam penggunaan sepeda motor sudah sesuai dengan perilaku konsumsi Muslim karena dalam penggunaannya tidak berlebihan dan sesuai kebutuhan.

B. Saran

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah penelitian ini dapat dikembangkan dengan menambah variabel-variabel yang diteliti lebih bervariasi. Jumlah responden ditambah agar bisa mewakili masyarakat luas. Untuk masyarakat, agar tidak memandang sesuatu dari materi dan harus lebih melihat apakah itu sesuai syariat Islam atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Quran dan Terjemahannya*, Diponegoro, Departemen Agama RI, 2006
- Agung Nugroho, Bhuono, *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, Yogyakarta, Andi, 2005
- BN. Marbun, *Kamus Manajemen*, Jakarta, Pustaka Sinar Harapan, 2003
- Chapra, M. Umar, *Islam dan Tantangan Ekonomi Islamisasi Ekonomi Kontemporer*, Surabaya, Risalah Gusti, Cet. Pertama, 1999
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta, Balai Pustaka 1989
- Fazlurrahman, *Islam*, Bandung, Penerbit Pustaka, 1984
- Gujarati, D. *Basic Econometrics*. McGraw-Hill. Inc, 1978
- Hamid, M. Arfin, *Membumikan Ekonomi Syariah*, Jakarta, eLSAS, Cet. 1, 2007
- J. Setiadi, Nugroho, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta Kencana, 2003
- Kaaf, Al, Abdullah Zaky, *Ekonomi Dalam Perspektif Islam*, Bandung, CV. Pustaka Setia, 2002
- Kafh, Monzer, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, Yogyakarta Pustaka Pelajar Yogyakarta, Cet. 1, 1995
- Kamisu dan Yose Rizal, *Kamus Populer Lengkap Praktis*, Jakarta, Saptha Artha Jaya, tt
- Karim, Azwar, Adiwarmanto, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, Edisi Kedua, 2004.
- Mannan, Muhammad Abdul, *Islamic Economic: Theory dan Practice*, Jakarta, ed.1, 1992
- Miranti, Ermina. 2004. *Prospek Industri Sepeda Motor di Indonesia*. Economic Review Journal. No. 198.
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*

- Mun'in, Jamal, Al, Muhammad Abdul, *Ensiklopedia Ekonomi Islam*, (Penterjemah: Salahuddin Abdullah, Dewan Bahasa dan Pustaka Kuala Lumpur), Jilid 2, 2000
- Muslehuddin, Muhammad, *Economics and Islam Markaz Maktabah Islam*, Delhi, Cet. 1, 1982
- Muflih, Muhammad, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*
- Nugroho, Adi, *Perilaku Konsumen*, Cet. Pertama, 2002
- Sakti, Ali, *Ekonomi Islam: Jawaban Atas Kekacauan Ekonomi Modern*, (Katalog Perpustakaan Nasional Dalam Terbitan (KDT), Cet. Pertama, 2007
- Santoso, Singgih, *Menguasai Statistik di Era Informasi dengan SPSS 16*, Jakarta, PT Elex Media Komputindo, 2004
- , *Menggunakan SPSS Untuk Statistik Non Parametrik*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo, 2005
- Schiffman, G, Leon dan Leslie Lazar Kanok, *Consumer Behaviour, Perilaku Konsumen*, PT. INDEKS, Kelompok Gramedia, Seventh editin, 2004
- Setiadi, J, Nugroho, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta, Kencana, 2003
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta, Rineka Cipta, 1998
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*. Palembang: UIN Raden Fatah Press, 2014
- Winardi, *Kamus Ekonomi Inggris Indonesia*, Bandung, Edisi 3, 1971

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PENDAPATAN MASYARAKAT TERHADAP PRILAKU KONSUMSI SEPEDA MOTOR DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi kasus Daerah Tanjung Enim tahun)

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Pengguna sepeda motor

di Tanjung Enim

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) dan sesuai dengan judul dan tema tersebut diatas, maka memberitahukan bahwa saya akan menyelenggarakan survei penelitian dengan konsumen atau pengguna sepeda motor di Daerah Tanjung Enim.

Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia mengisi angket sesuai dengan keadaan yang dialami dan dirasakan. Saya menjamin penuh kerahasiaan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan. Kemudian untuk kerjasama dan kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi angket ini, saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuannya. Mudah-mudahan bantuan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dapat mendukung penyelesaian penyusunan skripsi ini.

Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih

PENELITI

TERSA HETRIANA

DATA RESPONDEN

1. No. Kuesioner : (diisi petugas)
2. Nama : (harus diisi)
3. Alamat : (boleh tidak diisi)
4. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

5. Umur :

< 20 tahun 26-30 tahun

20-25 tahun >30 tahun

6. Status Perkawinan :

Menikah

Belum Menikah

7. Pendidikan Terakhir :

Tidak Sekolah SLTA/M.Aliya

SD/MI Diploma (1/3)

SLTP/MTS Sarjana

8. Pekerjaan :

Pegawai Negeri Buruh

Pegawai Swasta Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta Ibu Rumah Tangga

Lain-Lain

9. Pengeluaran per bulan :

< Rp 500.000,00 > Rp 1.000.000,00

Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah masing-masing pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian Saudara mengenai “Pengaruh Pendapatan Masyarakat Terhadap Pola Konsumsi Sepeda Motor Dalam Perspektif Islam (studi kasus di daerah Tanjung Enim)”.
2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia dan berilah alasan dari jawaban yang Saudara pilih.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:

SS	S	RG	TS	STS
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

RG : Ragu-ragu

DAFTAR PERTANYAAN

Pendapatan Masyarakat (Upah/Gaji)

No	Daftar Pernyataan	Kualitas Pelayanan				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Dengan gaji < Rp. 500.000 tidak cukup membeli sepeda motor.					
2	Meskipun penghasilan saya pas-pasan saya tetap membeli sepeda motor untuk kelangsungan hidup.					
3	Dengan penghasilan Rp.500.000-Rp. 1.000.000 saya tetap bisa membeli sepeda motor.					
4	Dengan gaji Rp. 1.000.000 setiap bulannya sudah bisa bisa membeli sepeda motor.					
5	Saya membeli sepeda motor karena penghasilan saya >Rp. 1.000.000 setiap bulannya.					

Pendapatan Masyarakat (Jenis Pekerjaan)

No	Daftar Pernyataan	Kualitas Pelayanan				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Jika saya seorang pegawai negeri saya akan membeli sepeda motor.					
2	Meskipun seorang petani atau pedagang juga perlu memiliki sepeda motor sendiri karena tidak selamanya bisa mengandalkan jasa ojek.					
3	Meskipun seorang buruh (bukan tukang ojek) saya akan tetap membeli sepeda motor.					
4	Seorang ibu rumah tangga juga memerlukan sepeda motor untuk kegiatan sehari-hari (contohnya untuk pergi ke pasar atau mengantar anak sekolah)					
5	Seorang pegawai swasta yang mendapatkan jasa transportasi dari perusahaan untuk pulang pergi bekerja juga perlu membeli sepeda motor sendiri.					

Pendapatan Masyarakat (Lama Waktu Bekerja)

No	Daftar Pernyataan	Kualitas Pelayanan				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Karena waktu bekerja yang tidak tentu saya lebih memilih menggunakan sepeda motor sendiri dari pada naik transportasi dari perusahaan atau angkutan umum.					
2	Jika saya bekerja satu hari penuh saya lebih memilih pergi bekerja naik kendaraan umum daripada mengendarai sepeda motor sendiri.					
3	Jika saya bekerja dari pagi hingga siang hari saja saya lebih memilih menggunakan sepeda motor sendiri.					
4	Karena saya bekerja malam hari jadi saya menggunakan sepeda motor sendiri.					
5	Jika saya seorang tenaga pengajar yang bekerja hanya beberapa jam saja saya lebih memilih membeli sepeda motor sendiri agar lebih mudah dan cepat pulang pergi bekerja.					

Pendapatan Masyarakat (Pendapatan Luar Gaji, Usaha Lain/ Wrisan)

No	Daftar Pernyataan	Kualitas Pelayanan				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Jika saya memiliki penghasilan diluar gaji saya akan membeli sepeda motor untuk transportasi anak saya pulang pergi sekolah.					
2	Meskipun saya memiliki pendapatan lebih dari usaha yang saya miliki saya lebih memilih mengembangkan usaha saya daripada membeli sepeda motor karena menurut saya memiliki sepeda motor 1 itu sudah cukup.					
3	Jika saya mendapatkan warisan saya akan membeli sepeda motor yang keren dan canggih.					
4	Memiliki penghasilan lebih tidak berarti kita harus hidup berlebihan dengan memiliki sepeda motor lebih dari 1 karena menurut saya 1 sepeda motor saja sudah cukup.					
5	Menurut saya jika memiliki penghasilan diluar gaji kita boleh memiliki sepeda motor lebih dari satu.					

Pendapatan Masyarakat (Kompensasi, Rewad atau Bonus/Tunjangan)

No	Daftar Pernyataan	Kualitas Pelayanan				
		SS	S	RG	TS	STS
1	Jika saya mendapat uang bonus dari tempat saya bekerja, saya akan membeli sepeda motor.					
2	Jika saya dapat uang tunjangan diluar gaji pokok, saya lebih memilih menggunakannya untuk keperluan yang lebih bermanfaat daripada membeli sepeda motor lebih dari 1.					
3	Jika uang tunjangan yang saya dapatkan dari tempat bekerja lebih dari biaya kebutuhan hidup saya, saya akan membeli sepeda motor lagi meskipun saya sudah memiliki sepeda motor.					
4	Lebih baik menabung daripada membeli sepeda motor meskipun uang yang didapat secara cuma-cuma (bonus/rewad)					
5	Jika uang bonus yang saya dapatkan dari perusahaan kurang untuk membeli sepeda motor saya tetap bisa memiliki sepeda motor karena saya bisa memilikinya dengan cara kredit.					

Perilaku Konsumsi (Dimensi Budaya, Sosial, Pribadi, dan Psikologi)

No	Daftar Pernyataan	Kepuasan Pelanggan				
		SP	P	KP	TP	STP
1	Saya membeli sepeda motor karena didekat saya tinggal jarang angkutan umum.					
2	Lebih baik sedekah dan hidup sesuai syariat Islam daripada membeli sepeda motor lebih dari 1 yang tidak begitu bermanfaat.					
3	Saya membeli sepeda motor karena memang memerlukannya bukan karena melihat tetangga yang membeli sepeda motor baru.					
4	Lebih baik naik angkutan umum daripada menggunakan sepeda motor yang dibeli bukan dari hasil kerja sendiri.					
5	Saya membeli sepeda motor untuk mencari uang sebagai ojek atau disewakan kepada orang lain.					
6	Saya membeli sepeda motor karena kualitasnya bagus.					
7	Meskipun kredit/hutang saya tetap membeli sepeda motor.					