

## **PENDEKATAN STUDI ISLAM: STUDI PERILAKU BERDERMA MASYARAKAT, GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMEN MASYARAKAT KELURAHAN BUGIH PAMEKASAN DALAM TINJAUAN HUKUM ISLAM**

**Miftahul Ulum<sup>1</sup>, Novia Dwi Nastiti<sup>2</sup>, Faizatul Muazzaroh<sup>3</sup>**

*Institut Agama Islam Negeri Jember<sup>1</sup>, Program Studi Magister Ekonomi Syariah  
Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya<sup>2</sup>, STAI Ma'arif Sampang<sup>3</sup>*  
[miftahul\\_ulum2001@iain-jember.ac.id](mailto:miftahul_ulum2001@iain-jember.ac.id)<sup>1</sup>, [noviadwinastiti4@gmail.com](mailto:noviadwinastiti4@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[faizatul\\_muazzaroh@ymail.com](mailto:faizatul_muazzaroh@ymail.com)<sup>3</sup>

### **Abstract**

*This research aims to know how consumer behavior, lifestyle and charitable behavior of Bugih public and the second is how consumer behavior, lifestyle and charitable behavior of Bugih public based of Islamic consumption . This is a phenomenology research and used qualitative-descriptive method approach. Data was collected by interviews, observations and documentations. The analysis technique by reducing the data, display data, take a conclusion and do verification. The results of this research concluded that consumer behavior, lifestyle and charitable behavior of Bugih public are, from consumer behavior more fulfill the basic need between others need. They consumer behavior's influenced by psychologys, cultures, personals and social factor. They prefer quality than price. They have a saving as a sign that they are not excessive. From lifestyle, all of them fulfill the basic need and do balanced, buying a halal things and prefer taking a time at home than go hangout or refreshing. From charitable behavior, they are have a specific time, give it through to the people and no matter about that. Second, based of Islamic consumption, consumer behavior, lifestyle and charitable behavior of Bugih public are suitable with Islamic consumption. From consumer behaviors of Bugih public are fulfill consumption Islamic ethics, they're buying balance, do and buy halal thing consumptions. From lifestyle, they're not deviate from Islamic consumption, attention to maslalah and not hangout or refreshing to taking a free time.*

**Keywords: Consumer Behavior, Lifestyle and Charitable Behavior**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumtif, gaya hidup dan perilaku dermawan masyarakat Bugih dan yang kedua adalah bagaimana perilaku konsumtif, gaya hidup dan perilaku dermawan masyarakat Bugih berdasarkan konsumsi Islam. Penelitian ini merupakan penelitian fenomenologi dan menggunakan pendekatan metode deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis dengan mereduksi data, menampilkan data, mengambil kesimpulan dan melakukan verifikasi. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif, gaya hidup dan perilaku dermawan masyarakat Bugih, dari perilaku konsumtif lebih memenuhi kebutuhan dasar diantara kebutuhan lainnya. Perilaku konsumsi mereka dipengaruhi oleh faktor psikologi,

budaya, pribadi dan sosial. Mereka lebih mengutamakan kualitas daripada harga. Mereka memiliki tabungan sebagai tanda bahwa mereka tidak berlebihan. Dari gaya hidup, semuanya memenuhi kebutuhan pokok dan seimbang, membeli barang yang halal dan lebih suka menghabiskan waktu di rumah daripada hangout atau refreshing. Dari perilaku amal, mereka memiliki waktu tertentu, memberikannya kepada orang-orang dan tidak peduli tentang itu. Kedua, berdasarkan konsumsi Islam, perilaku konsumtif, gaya hidup dan perilaku dermawan masyarakat Bugih sesuai dengan konsumsi Islam. Dari perilaku konsumen masyarakat Bugih yang memenuhi etika konsumsi Islam, mereka membeli keseimbangan, melakukan dan membeli konsumsi hal yang halal. Dari gaya hidup, mereka tidak menyimpang dari konsumsi Islam, memperhatikan masalah dan tidak hangout atau refreshing untuk mengisi waktu luang.

***Kata kunci: Perilaku Konsumen, Gaya Hidup dan Perilaku Amal***

## **A. PENDAHULUAN**

Perilaku konsumen merupakan sesuatu yang urgen dalam kehidupan. Dalam Islam, perilaku konsumen dilakukan dengan tujuan untuk mencapai falah serta tidak menghamburkan secara boros nikmat yang telah diberikan. Dalam perilaku konsumen, tiap individu atau perseorangan tidak mengetahui apakah ia telah berperilaku secara rasional atau tidak dalam membuat keputusan belanja. Misalnya, mayoritas individu atau perorangan tersebut berperilaku dengan melakukan pembelian secara berulang tanpa memperhatikan manfaat atau kegunaan, tidak mengindahkan anggaran pendapatan serta anggaran belanja yang dimiliki, serta tidak memiliki skala prioritas sehingga berujung pada hutang. Terkadang individu atau konsumen tidak sadar terhadap perilaku konsumsi yang telah mereka lakukan. Terkadang mereka melakukan pembelian hanya terpengaruh oleh tetangga, iklan atau pada saat suasana hati mereka. Dalam berperilaku konsumsi, mayoritas individu berperilaku tidak rasional terkait dengan pertimbangan harga, ragam pilihan barang atau jasa atau bahkan selera yang berbeda. Dalam berperilaku konsumsi, manusia terkadang merasa tidak pernah puas terhadap apa yang didapat. Apabila memperoleh pencapaiannya terhadap barang atau jasa yang ia ingini, maka ia akan mempunyai rasa bangga dan akan terus untuk mencapai atau memperoleh barang atau jasa yang lain. hal ini sesuai dengan fitrahnya sebagai manusia dan disebabkan karena beberapa faktor:

1. Faktor alam dan lingkungan, kondisi alam dan lingkungan membuat manusia bertindak untuk beradaptasi dirinya dengan alam lingkungannya.
2. Kodrat manusia, kodrat manusia merasa tidak pernah puas terhadap apa yang ia penuhi selama ini.
3. Faktor lingkungan masyarakat, termasuk faktor dominan dimana manusia cenderung untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan masyarakatnya.

Dalam hadis juga dijelaskan:

عَنْ عَبَّاسِ بْنِ سَهْلٍ بْنِ سَعْدِ قَالَ سَمِعْتُ ابْنَ لُرَيْبٍ عَلَى الْمِنْبَرِ بِمَكَّةَ قَدِ غُطِبَتْهُ  
يَقُولُ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَقُولُ لَوْ أَنَّ لِابْنِ آدَمَ  
وَأَدِيمًا مِنْ ذَهَبٍ أَحَبَّ أَنْ يَكُونَ لَهُ وَادِيَانِ ، وَلَنْ يَمْلَأَ فَاهُ إِلَّا التُّرَابَ ، وَيَثُوبُ  
اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

“Dari Ibnu ‘Abbas bin Sahl bin Sa’ad, ia berkata bahwa ia pernah mendengar Ibnu Az Zubair berkata di Makkah diatas mimbar saad khutbah.”Wahai sekalian manusia, sesungguhnya Nabi SAW bersabda: Seandainya anak Adam memiliki satu lembah emas, tentu ia menginginkan dua lembah lainnya, dan sama sekali tidak akan memenuhi mulutnya (merasa puas) selain tanah (yaitu setelah mati) dan Allah menerima taubat orang-orang yang bertaubat” (Muttafaqun ‘alaih. HR. al-Bukhari No 6439 dan Muslim No. 1048).

Perilaku konsumen tentunya tentang penggunaan atau pengurangan nilai suatu barang atau jasa. Terkadang yang dilakukan ialah memenuhi sampai melebihi dari kebutuhan yang sesungguhnya. Perilaku konsumen yang dilakukan individu tentunya mencerminkan dari gaya hidup individu tersebut. Gaya hidup yang ditimbulkan dipengaruhi oleh berubahnya zaman, perubahan sosial dan kemajuan dari teknologi. Gaya hidup saat ini menuntun manusia mengarah pada sikap hedonisme yang tentunya erat dengan sikap pemborosan yang berulang karena rasa keinginan untuk berperilaku konsumsi secara terus-menerus.

Dari pendapatan yang diperoleh masyarakat, ada alokasi anggaran yang digunakan untuk pengeluaran untuk pemenuhan kebutuhan sehari-hari, *saving* untuk masa depan dan kejadian yang tak terduga dan anggaran untuk beramal atau berderma. Demikian hal ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW yaitu “Yang engkau miliki adalah apa-apa yang engkau konsumsi dan apa-apa yang engkau infakkan”. (Sarwono, Jurnal Inovasi Pertanian, Vol. 8, No. 1, t.b, 2009:46). Anggaran yang digunakan untuk beramal atau berderma tersebut meliputi shadaqah, zakat, wakaf, dan infaq. Dengan berderma akan menimbulkan kesejahteraan untuk diri sendiri dan tak terkecuali untuk orang lain juga.terdapat banyak landasan untuk berderma dalam Al-qur’an. Salah satunya ialah landasan zakat yang termasuk dalam bentuk dari berderma. Landasan zakat terdapat dalam Al-Qur’an dalam Al-Qur’an surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ ۗ وَاللَّهُ  
سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Perilaku berderma memiliki banyak manfaat yang dapat dirasakan. Salah satunya ialah akan mempersempit atau bahkan menghapus jurang pemisah yang tinggi antara orang berada dengan orang yang tidak punya. Perilaku konsumen merupakan refleksi dari gaya hidup. Perilaku konsumen yang sesuai dengan syariah Islam akan menimbulkan gaya hidup yang sesuai dengan syariah pula. Namun yang menjadi pertanyaan adalah apakah perilaku berdermanya ikut diterapkan atau malah tidak diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Pendapatan konsumen dengan pendapatannya tentunya harus selaras dan sebanding. Apabila perilaku konsumennya tinggi, maka barang tentu pendapatannya tinggi. Seperti masyarakat yang menjadi acuan dari penelitian ini. Masyarakat Kelurahan Bugih adalah salah satu masyarakat yang mayoritas memiliki perilaku konsumen yang tinggi jika dibandingkan dengan masyarakat kelurahan yang lain. Gaya hidup yang digambarkan hedonis dan cenderung materialisme. Namun faktanya, dibalik perilaku konsumen dan gaya hidup yang cenderung hedonisme dan materialisme, masyarakat kelurahan Bugih memiliki Surat Keterangan Miskin (SKM) tertinggi dibanding kelurahan yang lain. Tentunya hal ini berbebanding terbalik dengan yang seharusnya.

Perilaku konsumen dan gaya hidup ialah berbanding lurus. Apabila perilaku konsumen dilakukan sesuai dengan syariah Islam, maka akan menimbulkan gaya hidup yang sesuai dengan syariah Islam pula syariah Islam dan tentunya akan memiliki anggaran untuk berderma atau beramal.

## **B. KAJIAN TEORI**

### **1. Teori Perilaku Konsumen**

Konsumsi merupakan salah satu pondasi dalam jalannya perekonomian. Konsumsi dilakukan untuk mengurangi atau bahkan menghabiskan nilai suatu produk baik berupa barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan. (Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY,2017:317). Sedangkan menurut Masyhuri (2007:24), konsumen dalam teori ekonomi merupakan salah satu unit penting pengambil keputusan dengan tujuan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan yang dicapai dalam mengonsumsi barang atau jasa. Sedangkan perilaku konsumen adalah perilaku individu yang berhubungan dengan proses pembuatan keputusan sebelum mengonsumsi sampai dengan mengevaluasi barang atau jasa yang telah dikonsumsi. Menurut Swasta dan Handoko (2000:102), keputusan membeli adalah sekumpulan keputusan pembelian terdiri dari penyalur, merk, waktu pembelian, jumlah produk dan cara pembayaran produk yang mempengaruhi proses pembelian. Proses tersebut

meliputi bagaimana memperoleh, memakai, menghabiskan dan bahkan mengevaluasi terhadap barang atau jasa yang dikonsumsi. Sedangkan perilaku konsumen yang Islami yaitu perilaku konsumen yang berhubungan dengan memperoleh, memakai dan mengevaluasi barang atau jasa sesuai dengan syariah Islam. (Vithzal Rivai Zainal, 217:235).

Terdapat dua pemahaman dalam perilaku konsumen, yang pertama ialah bagaimana perilaku konsumen tersebut membuat jalur pemasaran yang baru, semisal yaitu perilaku konsumen yang ditimbulkan membuat marketer mengadakan potongan harga tinggi untuk membuat jalur pemasaran yang baru dengan tujuan untuk menarik minat pelanggan atau konsumen dalam skala besar. Kedua, perilaku konsumen yang ditimbulkan dapat membuat pengambil keputusan dalam perusahaan membuat kebijakan yang bersifat publik. Kebijakan tersebut berpengaruh terhadap pembuat keputusan. Semisal, saat hari raya Idul Fitri, banyak masyarakat mudik menggunakan transportasi jalur udara semisal pesawat. Maka, pembuat kebijakan akan merencanakan harga tiket transportasi di jalur udara pada hari tersebut. Dan yang terakhir adalah perilaku konsumen yang ditimbulkan akan menyebabkan pemasaran sosial yang merupakan penyebaran gagasan atau ide diantara konsumen.

Menurut Adiwarmanto A. Karim (2012:76), perilaku konsumen muslim ialah perilaku konsumen yang rasional dengan cara memprioritaskan kebutuhan baik bersifat fisik ataupun bersifat spiritual. Selain hal tersebut, keberkahan dalam mengkonsumsi merupakan poin penting. Tidak hanya mengkonsumsi, namun konsumsi yang mengandung keberkahan ialah yang utama. Maka bisa dikatakan bahwa perilaku konsumen muslim ialah perilaku mengurangi atau menghabiskan nilai barang atau jasa dari proses sebelum pembelian sampai ke proses mengevaluasi barang atau jasa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sesuai dengan syariah atau berpedoman pada Al-Qur'an dan Sunnah.

## **2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen**

Perilaku konsumen terbentuk tentunya dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor tersebut ialah faktor nilai kebudayaan, faktor psikologis, faktor sosial dan faktor personal.

### **a) Faktor Nilai Budaya**

Budaya adalah pikiran, akal budi, hasil, adat istiadat atau sesuatu yang sudah menjadi kebiasaan dan sangat sulit untuk dirubah. (Departemen Pendidikan Nasional, 2000:169). Menurut Selo Soemardjan (1964:115), kebudayaan merupakan hasil karya, rasa dan cipta masyarakat. Budaya diwariskan turun-temurun yang tidak dapat terpisahkan dari manusia sehingga ada yang beranggapan bahwa budaya itu diwariskan secara genetis. Kebudayaan terdiri dari segala cara atau pola pikir, bertindak ataupun berkegiatan bahkan merasakan.

Menurut Selo Soemardjan (1964:115), beberapa unsur kebudayaan yaitu:

1. Kerjasama antara anggota masyarakat untuk menguasai alam dan sekitarnya
2. Organisasi ekonomi.
3. Lembaga atau petugas pendidikan semisal keluarga yang merupakan pendidikan utama.
4. Organisasi kekuatan.

b) Faktor Psikologis

Faktor psikologis berpengaruh terhadap perilaku konsumen. Faktor tersebut meliputi motivasi, pembelajaran, persepsi, kepribadian dan sikap. Motivasi merupakan gabungan dari kebutuhan biologis dan emosional yang dapat diperoleh dari pengamatan perilaku manusia. (Kotler dan Keller, 2009:226). Schiffman dan Kanuk (1991:193), mengatakan pembelajaran konsumen ialah proses individu dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang dikonsumsi untuk digunakan dimasa yang akan datang. Persepsi bersifat subjektif dalam artian antara orang yang satu dengan orang lain berbeda. Persepsi dipengaruhi dan dibentuk oleh lingkungan sekitar dan pikiran. Sedangkan kepribadian menurut Suryani (2008:57), sebuah karakteristik individu yang merupakan paduan dari sifat, emosi, kemampuan dan bakat yang seiring perkembangannya dipengaruhi oleh interaksi antar individu dan lingkungan sekitar. Kepribadian bisa juga diartikan sebagai karakteristik individu yang mempengaruhi reaksinya terhadap lingkungan dan sekitarnya. Dan sikap adalah kecenderungan pemberian tanggapan terhadap suatu objek baik objek tersebut disukai ataupun tidak dan dilakukan secara konsisten. Sikap bisa juga dikatakan sebagai perwujudan kesadaran terhadap sekelilingnya.

c) Faktor Sosial

Faktor sosial juga memiliki pengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumen. Faktor sosial terbentuk dari sekelompok masyarakat yang dimulai dari unit terkecil yaitu kelompok acuan, keluarga serta peran dan status konsumen. Menurut Kotler (2005: 210), keluarga mempunyai pengaruh langsung dalam pembelian konsumen.

d) Faktor Personal

Faktor personal dapat merefleksikan sikap seorang konsumen terhadap suatu produk tertentu. Beberapa hal yang meliputi karakteristik pribadi seperti umur, daur hidup pembeli, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli. Atribut usia dapat mempengaruhi selera seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa. Konsumen akan mengubah konsumsi mereka sepanjang berjalannya usia. Robbins dan Coulter (2010:45), kepribadian merupakan gabungan yang sifatnya unik dari pola emosional, perilaku dan pikiran yang mempengaruhi reaksi seseorang terhadap kondisi tertentu dan terhadap orang lain. Atribut usia dapat mempengaruhi selera seseorang dalam mengonsumsi barang atau jasa.

### 3. Pengertian Konsumsi Islam

Allah telah menyediakan segala sumber daya untuk hamba-Nya agar dapat digunakan dengan sebaik-baiknya. Sumber daya tersebut selayaknya digunakan demi memenuhi kebutuhan agar hidup dapat terjalani secara manusiawai dan bermartabat. Perilaku pemenuhan kebutuhan pokok tersebut disebut dengan konsumsi. Perilaku konsumsi adalah kegiatan menghabiskan dan mengurangi nilai guna suatu produk untuk memenuhi kebutuhan. Perilaku konsumsi juga meliputi perilaku sebelum pembelian yaitu proses mencari informasi terkait produk, proses penggunaan produk serta proses evaluasi produk setelah produk tersebut digunakan. Perilaku konsumsi juga tentang apa yang dikonsumsi, kapan dikonsumsi, berapa jumlahnya dan bagaimana cara membayarnya. Tujuan konsumsi ialah untuk memperoleh *masalahah*. Menurut Imam Syatibi dalam Qardhawy (2005:36), *masalahah* mempunyai makna yang lebih luas daripada sekedar memenuhi kebutuhan dalam pengertian ekonomi konvensional.

Perilaku konsumsi seorang muslim dilakukan berdasarkan pertimbangan, pertama bahwa sejatinya makhluk hidup tidak mempunyai kekuatan terhadap pengaturan detail ekonomi orang lain atau suatu negara. Bahkan, seseorang tidak bisa memaksakan kehendak perilaku konsumsinya agar sama dengan orang lain. karena sesungguhnya yang berhak mengatur kehidupan manusia hanya Allah SWT. Sebagaimana dalam surah Al-Waqiah (56): 68-69:

أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ ۖ فَرَأَيْتُمْ أَلَمْ يَكُنْ الَّذِي تَشْرَبُونَ

“Maka terangkanlah kepadaku tentang air yang kamu minum. Kamukah yang menurunkannya atau kamukah yang menurunkannya?”

Kedua, dalam berperilaku konsumsi secara Islam harus dengan pertimbangan bahwa barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut telah sesuai dengan kebutuhan. Karena apabila yang dikonsumsi tidak termasuk kategori kebutuhan, maka akan mengonsumsi barang atau jasa yang sia-sia atau yang tidak perlu sehingga akan termasuk kedalam perilaku tabzir. Pemenuhan kebutuhan hidup tidak boleh memasukkan unsur bermewahan atau berlebihan sehingga dapat mengarah pada perilaku yang tidak di senangi oleh Allah SWT. Sebagaimana terdapat dalam Q.S Al-Imran 3:180:

وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا أَنعَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ ۗ  
بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَمَةِ ۗ وَاللَّهُ مِيرِثُ  
السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

“Sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karunia-Nya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka. Sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. Harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. Dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Ketiga, perilaku konsumsi yang dilakukan akan membentuk pembangunan yang berkeadilan karena perilaku konsumsi islami akan mengurangi bahkan menghapus garis sosial serta diskriminasi antara individu satu dengan lainnya.

#### 4. Etika Konsumsi dalam Islam

Seorang muslim dalam berkonsumsi harus memperhatikan etika atau nilai-nilai konsumsi dalam Islam. Nilai-nilai tersebut diantaranya:

a) Berkonsumsi dengan seimbang

Konsumsi yang dilakukan dengan seimbang akan memberikan anggaran yang sama baik untuk dirinya sendiri, untuk keluarga, dan juga untuk *fi sabilillah*. Islam adalah agama *Rahmatan Lil Alamin* yang mengajarkan untuk bersikap seimbang. Islam melarang umatnya untuk bersikap kikir dan juga pelit harta. Itulah bentuk keseimbangan yang diperintahkan Allah SWT yang mencerminkan sifat keadilan.

b) Membelanjakan harta dengan baik dan halal

Berkonsumsi tentunya haruslah dengan harta yang baik dan juga pada barang atau jasa yang halal. Islam memberikan kebebasan dalam berkonsumsi selama tidak melebihi batas yang ditetapkan. Sebagaimana terdapat dalam Q.S Al-Maidah 5:88:

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Konsep halal haram bukan hanya barang atau jasanya saja, namun kajiannya diperluas dari bagaimana memperoleh dan bagaimana barang atau jasa tersebut diproduksi. Selain itu juga bagaimana manajemen dan hasil outputnya itu sendiri harus sesuai dalam kerangka halal. (Idris, 2015:101).

c) Tidak Bersikap *Isra* > *f* (Royal) dan *Tabzir* (Sia-sia)

Perilaku konsumsi islami erat dengan kesederhanaan dalam hal ini yaitu tidak bersikap royal dan sia-sia karena dua sikap tersebut termasuk dalam kategori berlebih-lebihan. Dalam berkonsumsi, dianjurkan untuk bersikap sederhana sehingga dapat mengekang sifat boros dan hawa nafsu. (Isnaini



Harahap,2017:151). Dengan jelas bahwa perilaku sifat buruk tersebut termasuk saudara setan.

## **5. Gaya Hidup Syariah**

Gaya hidup syariah mencerminkan perilaku konsumsi yang syariah pula. Gaya hidup syariah membentuk konsumen pada kedamaian dan kesejahteraan. (Yasinta Ismailia, Skripsi FEBI UINSA, 2018:3). Kitab suci Al-Qur'an menjelaskan cara individu mengolah materi yang dimiliki yaitu dengan cara kecakapan mencari materi dan kecakapan dalam membelanjakan materi pada anggaran yang sesuai atau tepat. Gaya hidup dalam Islam terdapat dalam Q.S Al-Furqaan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak pula (kikir), diantara keduanya secara wajar.”

Orang mukmin adalah orang yang berperilaku seimbang. Perilaku seimbang yaitu perilaku untuk tidak boros dan tidak kikir juga. Orang mukmin ialah orang yang mampu menyeimbangkan diantara keduanya. Sifat boros akan merugikan dan membawa kehancuran. Karena ketika sifat boros selalu dituruti maka akan menimbulkan kemubadziran sehingga banyak barang atau jasa yang tidak berguna dan terbuang percuma. Kekayaan yang berupa titipan dari Allah seharusnya dimanfaatkan dan dikelola sebagaimana mestinya sehingga nantinya memperoleh timbal balik yang berkah baik untuk diri sendiri, lingkungan dan juga berdampak pada orang lain.

## **6. Indikator Gaya Hidup Syariah**

Gaya hidup syariah dapat dilihat dari berbagai faktor. Gaya hidup syariah ditentukan dari perilaku konsumsi yang telah dilakukan dalam sehari-hari. jika ditilik, gaya hidup syariah bisa dilihat dari apakah sudah mengonsumsi sesuai dengan kebutuhan pokok atau merambat kepada kebutuhan akan barang mewah. Indikator gaya hidup syariah terdiri dari tiga hal yakni bagaimana membelanjakan harta, bagaimana beraktivitas dalam kehidupan sehari-hari dan bagaimana meluangkan waktu yang dimiliki. Penjabarannya ialah sebagai berikut:

Adapun penjelasannya ialah sebagai berikut:

### **a. Membelanjakan Harta**

Konsumen muslim tidak boleh dengan semena-mena membelanjakan harta tanpa memperhatikan aspek halal dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Halal yang harus diperhatikan tidak hanya dari barangnya dan dzatnya saja, namun dari proses mengolah dan cara memperolehnya. Pembelanjaan terhadap barang atau jasa yang haram dilarang oleh Allah dan dapat menimbulkan kerusakan.

Selain memperhatikan kehalalan, *thayyib* merupakan syarat lain dari konsumsi islami. Konsumsi barang atau jasa yang baik akan membentuk karakter yang baik pula. Sebaliknya apabila mengonsumsi barang atau jasa yang tidak baik akan membentuk karakter yang tidak baik pula.

Dan yang perlu diperhatikan, seorang konsumen muslim juga diwajibkan mengonsumsi barang atau jasa yang bersih. Bersih dalam artian bebas dari najis dan kotoran baik dari wujudnya ataupun dzatnya. Bersih adalah sesuatu yang diridhoi oleh Allah SWT.

b. Berkegiatan

Berkegiatan yang dianjurkan ialah berkegiatan yang sederhana. Dalam pemenuhannya ialah seimbang dalam artian berada di tengah-tengah, tidak pelit dan tidak boros juga

c. Menggunakan waktu luang

Gaya hidup syariah lainnya dilihat dari cara menggunakan waktu luang. Apakah meluangkan dengan hemat atau meluangkannya dengan cara dan tujuan yang tidak perlu. Seorang konsumen dikatakan hemat yakni apabila dalam berkonsumsi tidak fokus pada pemenuhan kebutuhan saat ini saja, namun juga kebutuhan dimasa yang akan datang.

## **7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup**

Gaya hidup yang dilakukan dipengaruhi oleh dua faktor. Faktor tersebut yakni faktor yang timbul dari dalam diri (faktor eksternal) dan faktor yang timbul dari luar diri (faktor eksternal). Berikut penjabaran faktor-faktor tersebut:

a) Faktor Internal

1) Sikap

Individu akan memiliki sikap yang berbeda dan erat dengan ciri sikapnya masing-masing. Sikap pada umumnya merupakan tanggapan atau reaksi individu terhadap suatu hal yang sifatnya bisa dipelajari. Sedangkan pendapat lain, sikap ialah keadaan siap mental individu yang bisa dipelajari dan diorganisasi menurut pengalaman serta dapat menimbulkan pengaruh khusus atau reaksi dari seseorang terhadap orang-orang lain, objek-objek lain dan situasi-situasi dengan siapa ia berhubungan. (J. Winardi, 2004:211)

2) Konsep Diri dan Kepribadian

Konsep diri adalah bagaimana seseorang atau individu melihat dirinya dengan cara memikirkannya tentang apa-apa yang dipikirkannya dalam rentang waktu tertentu. Sedangkan kepribadian merupakan karakter atau sifat dari individu. Setiap individu memiliki kepribadian yang berbeda-beda. Kepribadian tersebut yang nantinya dapat menentukan perilaku seseorang.

3) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman bersifat bebas. Melalui pengalaman individu dapat melakukan pengamatan sehingga membentuk cara pandang sendiri terhadap suatu objek. Pengalaman bisa diperoleh dari banyak hal, baik dari individu itu sendiri atau belajar dari orang lain.

4) Persepsi

Persepsi adalah pandangan yang mampu mempengaruhi tindakan atau perilaku seseorang. Setiap individu mempunyai persepsi yang berbeda. Persepsi yang berbeda tersebut tentunya dipengaruhi oleh kondisi dan situasi yang berbeda pula.

5) Motivasi

Motivasi adalah dorongan seseorang untuk melakukan sesuatu. Motivasi akan berubah menjadi dorongan apabila timbul keinginan yang tinggi untuk memenuhi kebutuhan yang mencapai taraf intensitas yang tinggi.

b) Faktor Eksternal

1) Kelas Sosial

Dikatakan kelas sosial apabila terdapat sekelompok orang yang berada dan mempunyai kedudukan yang sama serta bertahan lama dalam masyarakat dan biasanya tersusun dalam beberapa jenjang. Urutan jenjang tersebut mengandung minat, tingkah laku dan nilai yang relatif hampir sama. (Kotler P. Armstrong G, 2012:48).

2) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan warisan atau turunan dari generasi ke generasi lain. Kebudayaan merupakan hal yang urgen dan sifatnya sulit untuk dirubah. Antara masyarakat satu dengan masyarakat yang lain memiliki budaya yang berbeda karena beberapa faktor yang mempengaruhinya. Selanjutnya, kebudayaan ini akan membentuk perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari.

3) Keluarga

Dalam lingkungan masyarakat, keluarga adalah unit terkecil dan terlama. Keluarga merupakan pendidikan pertama yang diterima dan dipelajari oleh individu. Keluarga memiliki peranan yang penting sehingga menentukan dan membentuk perilaku konsumen.

4) Kelompok Referensi

kelompok referensi adalah sekelompok orang yang didalamnya memiliki pengaruh terhadap sekelompok yang lain. kelompok referensi tersebut biasanya terkait norma, perilaku, sikap atau bahkan pendapatan konsumen. Kelompok referensi biasanya menentukan hal tertentu terkait barang atau jasa yang dikonsumsi. Dari kelompok referensi ini membantu perilaku dan berpengaruh terhadap gaya hidup.

## **8. Perilaku Berderma dan Bentuk Perilaku Berderma**

Perilaku berderma merupakan perilaku yang bernilai positif. Ia bernilai ibadah dan juga sosial. Dikatakan bernilai ibadah karena termasuk perbuatan mulia yang sangat disukai Allah SWT dan dikatakan bernilai sosial karena perilaku berderma membantu orang lain yang dalam kondisi kekurangan dan kesusahan. Dengan hal tersebut, akan mempersempit jurang pemisah antara satu orang dengan orang lainnya. Perilaku berderma seperti memberi sesuatu kepada orang lain sehingga orang lain merasa lebih baik sehingga hidup akan terasa lebih baik dan sejahtera. Adapun perilaku berderma terdiri dari beberapa bentuk diantaranya infaq, zakat, shadaqah dan wakaf.

## **C. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan kata-kata atau lisan dari orang-orang melalui penelitian. (Uhar Suharsaputra: 2012:181). Penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Penelitian kualitatif deskriptif adalah sebuah pendekatan baik terhadap perilaku, fenomena, peristiwa, masalah, atau keadaan tertentu yang menjadi objek penelitian (Sonny Leksono, 2013:181). Hasil temuan penelitiannya berupa kalimat bermakna yang menjelaskan pemahaman-pemahaman tertentu. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi adalah penelitian dengan berdasar meneliti penjelasan dan makna pengalaman hidup sejumlah individu tertentu baik tentang konsep diri ataupun pandangan hidup yang mereka miliki. Adapun penelitian ini menggunakan dua sumber data yakni sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer ialah sumber data yang didapat secara langsung dengan narasumber pertama.

Dalam penelitian ini menggunakan 20 orang responden yang merupakan warga kelurahan Bugih baik masyarakat kelas bawah, kelas atas dan kelas menengah, baik dari tokoh biasa, kalangan kiai ataupun pejabat setempat. Sedangkan sumber data sekunder yang kedua didapat dari sumber kedua selain responden utama. Sumber primer ini terdiri berupa catatan, jurnal, buku atau arsip terkait penelitian.

## **D. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Setelah melakukan beberapa wawancara dengan warga kelurahan Bugih terkait penelitian. Berikut hasil wawancara dari masyarakat kelurahan Bugih:

Tabel 1. Temuan Penelitian

No	Sub Pertanyaan	Informan	Hasil
1	Perilaku Konsumen	Informan 1	mengonsumsi pada kebutuhan pokok saja, dipengaruhi faktor psikologis,

No	Sub Pertanyaan	Informan	Hasil
			pribadi, sosial dan budaya, berbelanja tidak berlebih, berlaku seimbang.
		Informan 2	konsumsi barang atau jasa halal, mayoritas membeli terkadang berlebih, mengakui bahwa faktor-faktor perilaku konsumen memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumsi yang dilakukan, dan belum bisa berperilaku seimbang antara diri sendiri, keluarga dan untuk beramal.
		Informan 3	mengonsumsi kebutuhan pokok, mengonsumsi pada barang atau jasa yang ber-BPOM, berlaku seimbang dalam artian tidak kikir dan tidak boros, tidak membeli barang secara terus-menerus tanpa digunakan karena tahu bahwa perilaku tersebut tergolong pada perilaku mubadzir.
2	Gaya Hidup	Informan 1	berkegiatan sederhana, pemenuhan kebutuhan yang wajar, memperhatikan aspek kehalalan, dan memilih berdiam dirumah.
		Informan 2	memperioritaskan kebutuhan pokok, berperilaku seimbang dan merasa bahwa hangout atau bepergian tanpa tujuan itu tidak wajib dan jarang untuk melakukannya.
		Informan 3	berkegiatan secara sederhana, memperhatikan aspek kebersihan dan kehalalan, belum berperilaku seimbang namun masih mencoba, dan untuk bepergian merupakan satu hal yang kurang begitu penting.
3	Perilaku Berderma	Informan 1	senang berderma, ada waktu tertentu, langsung kepada orangnya, lebih memilih berderma saat sepi.
		Informan 2	ada waktu tertentu saat berderma misal 10 rajab dan pada hari raya, disalurkan langsung pada sekitar, lebih memilih berderma saat sepi dan pernah melakukan infaq ke pondok pesantren.
		Informan 3	tidak ada waktu tertentu untuk berderma, selama ada orang yang membutuhkan akan diberi, diberikan langsung kepada

No	Sub Pertanyaan	Informan	Hasil
			orangnya, berderma saat sepi dan menyalurkan zakat, infaq dan wakaf ke masjid terdekat.

Sumber: data primer , 2021

Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsien, gaya hidup dan perilaku berderma masyarakat kelurahan Bugih masih sesuai dengan syariah Islam. Ditinjau dari perilaku konsumen, masyarakat kelurahan Bugih lebih mengonsumsi pada kebutuhan pokok dibandingkan dengan kebutuhan lainnya. Meskipun ada beberapa masyarakat kelurahan Bugih yang mengonsumsi merambat kepada kebutuhan lainnya. Dalam berkonsumsi, masyarakat kelurahan Bugih memperhatikan aspek kehalalan dari barang atau jasa karena selain muslim, masyarakat kelurahan Bugih percaya bahwa konsumsi yang dilakukan akan berpengaruh terhadap pembentukan karakter atau sikap. Konsumsi juga pada barang atau jasa yang baik lagi *thayyib*. Masyarakat kelurahan Bugih mengakui dalam berkonsumsi dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, faktor pribadi dan faktor budaya. Mereka mengakui bahwa mereka adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup tanpa orang lain karena dengan demikian juga akan memudahkan urusan mereka. Selain itu, masyarakat kelurahan Bugih dalam berkonsumsi memperhatikan dan mengutamakan manfaat dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Mereka tidak akan mengonsumsi pada barang atau jasa yang tidak membawa manfaat pada mereka. Selain itu, mereka juga memperhatikan kualitas dibanding harga. Kualitas adalah kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi keperluan dari konsumen. Kualitas dan harga berbanding lurus. Semakin tinggi kualitas, maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.

Masyarakat kelurahan Bugih juga memiliki anggaran untuk ditabung agar pengeluaran tertata dengan baik dan pengeluaran pada pos-pos yang tepat. Sehingga tidak ada konsumsi yang tidak terpakai dan terbuang percuma. Ini merupakan landasan bahwa mereka telah berlaku seimbang dan sederhana. Tidak boros dan tidak kikir juga.

Dari segi gaya hidup, Masyarakat kelurahan Bugih dalam memenuhi kebutuhannya dilakukan secara sederhana. Hal tersebut terlihat dari wawancara yang mayoritas mengatakan bahwa dalam memenuhi kebutuhan memiliki anggaran baik untuk dikonsumsi maupun untuk tabungan. Mereka hanya memenuhi kebutuhan pokok yang wajar saja tanpa merambat pada kebutuhan lainnya.

Dilihat dari cara membelanjakan pendapatan yang diperoleh, masyarakat kelurahan Bugih memenuhi kebutuhan pokok dan memperhatikan aspek kehalalan. Barang atau jasa yang dikonsumsi haruslah berasal dari dzat, cara, proses, dan output yang halal. Dengan mengonsumsi barang atau jasa yang halal dapat mempengaruhi pembentukan perilaku yang diterapkan sehari-hari. Apabila barang atau jasa yang dikonsumsi baik lagi halal, maka membentuk perilaku yang baik dan begitupun

sebaliknya. Barang atau jasa yang halal tentu bebas dari najis dan kotoran. Dari cara meluangkan waktunya, masyarakat kelurahan Bugih tidak hangout walaupun untuk bersenang-senang sebentar. Mereka memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya sehingga tidak ada waktu yang terbuang percuma.

Dari segi perilaku berderma, masyarakat kelurahan Bugih beragam. Ada yang memiliki waktu-waktu tersendiri untuk berderma semisal pada hari jum'at, pada hari raya, bulan Rajab atau pada bulan Maulid sedangkan yang tidak memperhatikan waktu yaitu memberi apabila ada orang yang membutuhkan. Setelah berderma, masyarakat kelurahan Bugih merasa senang karena bisa membantu orang lain yang tidak seberuntung mereka. Mereka bahagia karena sebagian rezeki yang mereka punya memang untuk orang lain. Masyarakat kelurahan Bugih mengakui sangat sering berderma dikala sedang ditimpa kesusahan. Mereka berderma ketika suasana sepi sehingga tidak kelihatan oleh tetangga ataupun orang banyak. Mereka berpendapat bahwa berderma yang *dipublish* termasuk perbuatan riya' dan terkesan tidak ikhlas. Mereka mengatakan bahwa zakat adalah wajib bagi seorang muslim, apalagi konsumen muslim seperti mereka yang memang wajib mengeluarkan anggaran untuk berderma. Zakat yang dikeluarkan langsung diberikan kepada orang yang membutuhkan tanpa melalui perantara, namun ada juga yang melalui perantara lembaga seperti masjid dan badan zakat lainnya. Mayoritas mereka juga paham tentang infaq dan waqaf namun ada beberapa mayoritas masyarakat kelurahan Bugih yang tidak melaksanakannya dikarenakan terkendala kondisi ekonomi.

## **E. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

### **1. Perilaku konsumen, gaya hidup dan perilaku berderma yang diterapkan masyarakat kelurahan Bugih Pamekasan**

Dilihat dari perilaku konsumenn, masyarakat kelurahan Bugih berkonsumsi pada kebutuhan pokok. Mereka mengakui dipengaruhi oleh faktor-faktor konsumsi. Mereka mempunyai tabungan sehingga tidak ada anggaran berlebih yang menandakan mereka telah berlaku sederhana. Dilihat dari gaya hidup, mereka memenuhi kebutuhan pokok secara seimbang untuk dirinya, keluarga dan *fi sabilillah*. Mereka membelanjakan pendapatan pada bentuk yang halal dan dengan pekerjaan mereka yang halal pula serta mereka tidak suka hangout karena merasa tidak perlu dan membuang-buang waktu. Dilihat dari segi berderma, mereka memiliki waktu-waktu tertentu. Memilih langsung memberi kepada orang yang membutuhkan langsung, tidak suka jika berderma *dipublish* dan tidak merasa terbebani akan kewajiban tersebut.

### **2. Perilaku konsumen, gaya hidup dan perilaku berderma yang diterapkan masyarakat kelurahan Bugih Pamekasan dalam Perspektif Islam**

Perilaku konsumen, gaya hidup dan perilaku berderma masyarakat Kelurahan Bugih ditinjau dari perspektif konsumsi Islam yaitu masih sesuai dengan perspektif Islam. Mereka telah memenuhi etika dalam berperilaku konsumsi yakni konsumsi seimbang, memperhatikan kehalalan dan tidak bermewahan. Dari gaya hidup, mereka berkegiatan sederhana dan memenuhi kebutuhan pokok saja, serta lebih memilih berhemat tidak keluar rumah apabila dirasa tidak perlu dan membuang-buang waktu. Untuk berderma, mereka berderma langsung kepada orangnya dan merasa senang karena telah membantu orang lain, berderma tidak memiliki waktu-waktu tertentu serta mereka tidak terbebani akan kewajiban itu

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY.(2017). *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam, Cet. 2*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Harahap, Isnaini, Yenni Samri Juliati Nasution, dkk.(2017). *Hadis-hadis Ekonomi*. Jakarta: Kencana
- Idris.(2015). *Hadis Ekonomi Ekonomi dalam Persepektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Ismailia, Yasinta. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Syarah dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Klinik Kecantikan Aishaderm*, Skripsi (Surabaya: FEBI UINSA).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT Indeks
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas*. Jakarta: Erlangga
- Leksono, Sonny.(2013). *Penelitian Kualitatif Ilmu Ekonomi dari Metodologi ke Metode*. Jakarta: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA
- Masyhuri.(2007). *Ekonomi Mikro*. Yogyakarta: UIN-Malang Press.
- Rivai, Veithzal.(2012). *Islamic Business and Economic Ethics*. Jakarta: Bumi Aksara
- Robbins, S.P.(2007). *Manajemen*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Sarwono.(2009). "Analisis Perilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam," *Innofarm Jurnal Inovasi Pertanian*, Vol. 8, No. 1, t.b
- Schiffman, Leon G., Kanuk, Leslie Lazar.(1991). *Consumer Behavior, Fourth Edition*. Prentice-Hall: International Edition



- Soemardjan, Selo. (1964). *Setangkai Bunga Sosiologi*. Jakarta: Yayasan Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia
- Suharsaputra, Uhar.(2012). *Metode Penelitian*. Bandung: PT Refika Aditama
- Suryani, Tatik.(2008). *Cetakan Pertama, Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Swasta, Basu dan Hani T Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPF
- Qardhawiy, Yusuf. (2005). *Fiqh Prioritas*. Jakarta: Robbani Press
- Ulum, Miftahul. (2019). “*Fikih Organisasi (Reaktualisasi Sejarah Nahdlatul Ulama di Indonesia)*”, *Al-Insyiroh Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5 Nomor 2
- Ulum, Miftahul.(2018). “*The Concept of Maslahah By Al-Imam Malik And Al-Imam Al-Tufi (Comparatif Study of Maslahah Al-Imam Malik and Al-Imam Najm al-Din Al-Tufi)*”, *Veteran Law Review*, Vol. 2, No. 1
- Ulum, Miftahul.(2019). “*Reinterpretasi Metodologi Studi Islam (Landasan Teoritis Tajdid Dalam Penafsiran AL-Qur’an Perspektif Abdullah Saeed dan M. Quraish Shihab)*”, *Al-‘Iman Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, Vol. 3 Nomor 2
- Ulum, Miftahul.(2020). “*Metodologi Studi Islam (Studi Pemikiran Ali Jum’ah Dalam Masalah Masalah Mu’amalat Maliyah Mu’asirah)*”, *Al-‘Adalah : Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, Vol. 5 Nomor 1
- Ulum, Miftahul,(2020). “*Metodologi Studi Islam (Spiritualitas Dalam Pendidikan Islam Dalam Pandangan Syed Muhammad Naquib Al-Attas)*”, *Al-‘Iman Jurnal Keislaman dan Kemasyarakatan*, Vol. 4 Nomor 1
- Ulum, Miftahul, (2020). “*Pendekatan Studi Islam: Sejarah Awal Perkenalan Islam Dengan Tasawuf*”, *Al-Mada : Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, Vol. 3 Nomor 2