

BAB 1

PENDAHULUAN

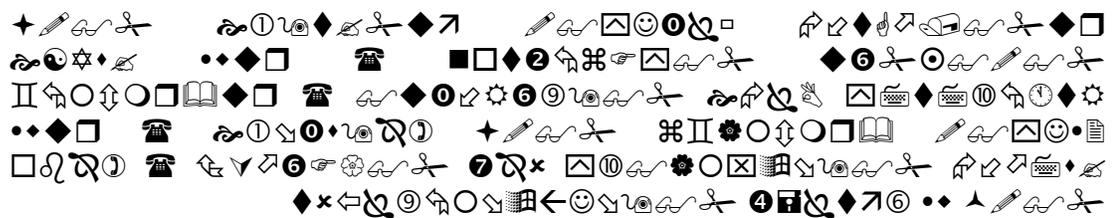
A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu sebagai makhluk ciptaan Allah yang memiliki hak untuk hidup dan bermasyarakat. sebagai individu dan makhluk sosial, manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik berupa kebutuhan jasmani maupun rohani. Di dunia ini tidak mungkin manusia hidup menyendiri, tidak bermasyarakat, karena setiap individu tidak mungkin dia menyediakan dan mengadakan kebutuhannya tanpa melibatkan orang lain. sebab itu Pariwisata dianggap sebagai suatu aset strategis untuk mendorong pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata, karena pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang dapat memacu pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Pariwisata memiliki tiga aspek pengaruh yaitu aspek ekonomis (sumber devisa, pajak-pajak), aspek sosial (penciptaan lapangan kerja) dan aspek budaya.

Hal yang paling pasti di sektor pariwisata tersebut adalah dukungan dari semua pihak seperti Pemerintah daerah sebagai pengelola, masyarakat sekitar objek wisata maupun pihak swasta yang berminat untuk mengembangkan. Seperti halnya hubungan timbal balik, bahwa disaat sektor pariwisata berkembang di suatu Negara maka sektor lain pun akan ikut berkembang karena pariwisata memiliki hubungan dengan produk-produk yang diperlukan untuk menunjang industri pariwisata seperti;

sektor pertanian, perternakan, perkebunan, kerajinan rakyat, peningkatan kesempatan kerja, dan lain sebagainya.

Pemerintah Dewasa ini terus meningkatkan perekonomian kepariwisataan, hal ini dapat di lihat dari beberapa program yang tengah direncanakan maupun yang telah dilaksanakan seperti membangun dan penambahan daerah tujuan wisata, kampanye sadar wisata, tahun kunjungan wisata, festival Budaya dan sebagainya, semuanya itu dilakukan agar wisatawan yang datang semakin banyak dan semakin lama lagi, kegiatan pariwisata merupakan kegiatan yang melibatkan berbagai kepentingan multi sektoral dan erat hubungannya dengan perkembangan Ekonomi Global. Di samping itu kepariwisataan merupakan kegiatan yang mengandalkan pemanfaatan potensi sumberdaya alam tanpa merusak potensi alam yang dimiliki. Dalam Islam manusia di perintahkan untuk memanfaatkan sumber daya alam tetapi dilarang untuk merusaknya dan Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan seperti dalam Al-Quran Surah Al-Qasas ayat 77.



Artinya: Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.¹

¹ Al- Qur'an dan Terjemahnya.

Pengembangan kepariwisataan Nasional diharapkan belum mendapatkan perhatian yang serius dan pemberdayaan yang optimal. Seiring dengan perkembangan dunia dan zaman, konsep pariwisata lebih mengarah kepariwisata lingkungan dalam istilah populer disebut juga dengan ekowisata, dimana keaslian potensi kekayaan alam dan peran serta masyarakat setempat dibutuhkan. Pengertian dari ekowisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Namun pada hakikatnya pengertian ekowisata adalah suatu bentuk wisata yang bertanggung jawab terhadap kelestarian area yang masih alami, member manfaat secara ekonomis dan mempertahankan keutuhan budaya bagi masyarakat setempat.

Ekowisata merupakan bentuk wisata yang dikelola dengan pendekatan konservasi. Apabila ekowisata pengelolaan alam dan budaya masyarakat yang menjamin kelestarian dan kesejahteraan, maka konservasi merupakan upaya menjaga kelangsungan pemanfaatan sumber daya alam untuk masa kini dan masa yang akan datang. Kunjungan wisatawan 2010 mengalami fluktuasi, tertinggi pada tahun 2010 sebesar 7.000.571 (meningkatkan 13,24% dari tahun 2009 dan merupakan kondisi tertinggi), sebaliknya terendah pada tahun 2006 sebesar 4.871.351 (menurun -2,61% dari tahun 2005). Selama periode 2005-2010 kunjungan wisatawan Kalimantan Selatan yang ber Ibu kota Banjarmasin memiliki beragam potensi wisata, mulai dari pantai, hutan, pengunungan, sampai wisata religi dengan situs-situs sejarah yang bisa

dimanfaatkan sebagai tempat tujuan wisata yang menarik.² Disamping itu, dengan beragam budaya daerah, Kalimantan Selatan juga sangat potensial dikembangkan sebagai tempat tujuan wisata budaya, wisata religius, maupun wisata kuliner.

Dapat disimpulkan bahwa setiap tahun jumlah kunjungan wisatawan ke Kalimantan Selatan mengalami peningkatan. Dari tahun 2006 mengalami peningkatan sebesar 1,98%, ditahun 2007 meningkat sebesar 5,004%, di tahun 2008 meningkat sebesar 7,19% di tahun 2009 meningkat lagi sebesar 15,18%. Dan ditahun 2010 meningkat sebesar 7,81%. Peningkatan tertinggi terjadi pada tahun 2009 sebesar 15,18% dan peningkatan terendah terjadi pada tahun 2006.³

Jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat ini diperlukan perhatian yang lebih agar objek wisata yang ada di Kalimantan Selatan bisa terus eksis, terjaga dan banyak orang yang akan berkunjung ke Kalimantan Selatan, sehingga perputaran uang akan cepat terjadi dan mampu membangkitkan gairah ekonomi. Salah satu objek wisata yang ada di Kalimantan Selatan adalah Batu Benawa (pagat). Obyek Wisata Pagat terletak di Kecamatan Batu Benawa, berjarak sekitar 7 km dari kota Barabai mempunyai potensi di bidang pariwisata yang sangat menarik dan dapat dikembangkan, objek wisata yang menonjol Di kota Barabai Hulu Sungai Tengah di kenal dengan Objek Wisata Pagat. Obyek wisata alam ini merupakan salah satu obyek wisata andalan Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan sudah terkenal di wilayah

² Badan Pusat Statistik. 2010. Kalimantan Selatan Dalam Angka 2010. BPS Provinsi Kalimantan Selatan. Banjarmasin, h 120.

³Badan Pusat Statistik.2005. Dinas seni, Budaya dan Pariwisata Provinsi Kalimantan selatan, h 233.

Kalimantan. Obyek wisata ini ditandai panorama alam yang indah, udara yang sejuk, bukit dan sungai yang jernih. Selain itu terdapat sumber air jernih dari dalam Goa yang berada dikaki bukit Batu Bini.

Objek wisata yang ada di kalsel adalah salah satu Objek Wisata Pagat. Objek Wisata Pagat terletak di Kecamatan Benawa berada di Kabupaten Hulu Sungai Tengah tepatnya 7 kilometer dari kota barabai, dengan perjalanan sekitar 15 menit dengan kendaran roda dua atau empat. selama dalam perjalanan kita akan disuguhi pemandangan persawahan dan pegunungan Meratus di kejauhan, sebelum pagat kita melewati daerah Batali yang mana ini adalah termasuk area markas TNI

Dari tahun ke tahun jumlah kunjunga ke objek wisata pagat mengalami pada umumnya mengalami peningkatan, pada tahun 2006 sebesar 34655 tahun 2007 sebesar 27295 orang tahun 2008 sebesar 30111 tahun 2009 sebesar 35049 dan pada tahun 2011 sebesar 36402 Orang. Dapat di simpulkan bahwa jumlah kujungan pada tahun ke tahun mengalami peningkatan.⁴

Melihat dari banyaknya peningkatan jumlah kunjungan ke objek wisata pagat. Maka penulis mengkaji mengenai faktor2 yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke objek wisata pagat dan juga mengkaji bagaimana perspektif ekonomi dalam melihat peningkatan jumlah kunjungan ini dan apa manfaatnya. Berdasarkan permasalahan yg ada maka penulis mengambil judul “FAKTOR FAKTOR YANG

⁴ Badan Pusat Statistik. 2006. Kalimantan Selatan Dalam Angka 2010. BPS Provinsi Kalimantan Selatan. Banjarmasin, h 155.

MEMPENGARUHI JUMLAH KUNJUNGAN KE OBJEK WISATA PAGAT KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang ada, maka dapat diambil suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Karakteristik pengunjung Objek Wisata Pagat ?
2. Faktor apa sajakah yang mempengaruhi jumlah kunjungan Objek Wisata Pagat Kabupaten Hulu Sungai Tengah ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui Karakteristik pengunjung Objek Wisata Pagat
2. Mengetahui Faktor apa sajakah yang mempengaruhi jumlah kunjungan Objek Wisata Pagat Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

D. Definisi Operasional

Untuk memberikan kejelasan dan menghindari kesalahpahaman tentang masalah yang diteliti, maka penulis mengemukakan definisi operasional sebagai berikut:

faktor adalah analisis yang bertujuan untuk mereduksi dimensi data dengan cara menyatakan asal sebagai kombinasi linear sejumlah faktor, sedemikian hingga

sejumlah faktor tersebut mampu menjelaskan sebesar mungkin keragaman data yang dijelaskan.

1. Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli atau diminta pada suatu harga dan waktu tertentu. Permintaan berkaitan dengan keinginan konsumen akan suatu barang dan jasa yang ingin dipenuhi. Dan kecenderungan permintaan konsumen akan barang dan jasa tak terbatas.

2. Jumlah kunjungan adalah Jumlah kunjungan yaitu banyaknya kunjungan yang dilakukan individu selama 12 bulan terakhir ke Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah. Skala pengukurannya yaitu dalam frekuensi kekerapan

3. Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah adalah Obyek Wisata Pagat yang terletak di Kecamatan Batu Benawa, berjarak sekitar 7 km dari kota Barabai. Obyek wisata alam ini merupakan salah satu obyek wisata andalan Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan sudah terkenal di wilayah Kalimantan Jadi judul “FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI JUMLAH KUNJUNGAN KE OBJEK WISATA PAGAT KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH” maksudnya adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi permintaan ke objek wisata Pagat dalam satu tahun terakhir.⁵

E. Kajian Pustaka

⁵ [http: Kalsel. BPS. Go, id/ .16-10-2012/](http://kalsel.bps.go.id/.16-10-2012/) pukul 14.15.

1. Penelitian sebelumnya mengenai Valuasi Ekonomi Objek Wisata Pulau Kembang Kabupaten Barito Kuala Provinsi Kalimantan Selatan oleh Ridha Anwari 2012 (NIM C1A108201), Jurusan Ekonomi Pembangunan, Penelitian ini bertujuan untuk mengukur nilai Ekonomi yang diperoleh pengunjung Objek Wisata Pulau Kembang, Kabupaten Barito Kuala dengan menggunakan Metode biaya perjalanan individu (individual travel cost method). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari objek wisata yang diambil dan juga pada penelitian sebelumnya hanya berfokus pada nilai total ekonomi sedangkan pada penelitian ini yang menjadi focus perhatian yaitu Faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan dan juga karakteristik pengunjung. Variable yang digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ketempat yang dituju, biaya perjalanan ketempat yang lain, usia pendidikan, penghasilan dan jarak, sedangkan pada penelitian ini Variabel yang di gunakan yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ke tempat yang dituju, usia, penghasilan dan waktu.
2. Penelitian sebelumnya mengenai Analisis Nilai Ekonomi Taman Wisata Alam Laut Pulau Weh di Kota Sabang telah dilakukan oleh Moch, Prihatana Sobari, Akhmad Fauzi, dan Muhammad Iqbal (2006). Penelitian ini bertujuan untuk mengukur nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung Taman Wisata Alam Laut Pulau Weh dengan menggunakan Metode biaya perjalanan individu (individual travel cost method). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

yaitu dari objek wisata yang diambil dan juga pada penelitian sebelumnya hanya berfokus pada nilai total ekonomi dan penyusunan prioritas kebijakan dalam pengelolaan TWA Laut Pulau Weh, sedangkan pada penelitian ini yang menjadi fokus perhatian hanya nilai total ekonomi dan karakteristik pengunjung. Variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ke tempat yang dituju, sedangkan pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ke tempat yang dituju, biaya perjalanan ke tempat yang lain, usia, penghasilan dan waktu.

3. Penelitian sebelumnya mengenai Analisis Manfaat Ekonomi Ekowisata Sekitar Danau Toba telah dilakukan oleh Dian Diniyati dan Budiman Achmad (2007). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respon pengunjung terhadap kegiatan ekowisata dan perkiraan manfaat ekonomi. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu dari objek wisata yang diambil dan juga pada penelitian sebelumnya yang dihitung yaitu nilai total ekonomi dan ingin melihat persepsi dan preferensi pengunjung, sedangkan pada penelitian ini yaitu mencari nilai total ekonomi dan karakteristik pengunjung. Variabel yang digunakan pada penelitian sebelumnya yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ke tempat yang dituju, karakteristik substitusi yang mungkin ada di tempat lain, dan penghasilan, sedangkan pada penelitian ini variabel yang digunakan yaitu jumlah kunjungan, biaya perjalanan ke tempat yang dituju, biaya perjalanan ke tempat yang lain, usia, penghasilan dan waktu.

F. Sistematika Penelitian

Penyusunan skripsi ini ditulis dalam 5 bab dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan. Bab ini memuat latar belakang masalah yang menguraikan alasan untuk memilih judul dan gambaran dari permasalahan yang akan diteliti. Permasalahan yang sudah tergambarakan akan dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah. Setelah itu disusun tujuan dan manfaat penelitian yang merupakan hasil yang diinginkan dan juga kegunaan hasil penelitian. Desain operasional dirumuskan untuk membatasi istilah-istilah dalam judul penelitian yang bermakna luas/umum. Kajian pustaka disajikan sebagai informasi adanya tulisan atau penelitian dari aspek lain yang mempunyai perbedaan dengan penelitian yang dilakukan. penelitian digunakan untuk jawaban sementara terhadap masalah yang diajukan dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan yaitu susunan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Landasan teoritis. Merupakan acuan untuk menganalisis data yang diperoleh. Berisikan tentang pengertian Perspektif Islam tentang Wisata, Wisata dalam Al-qur'an, Permasalahan di sekitar Pariwisata, Pengertian Objek Wisata, Karakteristik, Permintaan menurut Ekonomi Islam.

Bab III Metode penelitian yang terdiri dari jenis, sifat dan lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, data dan sumber data untuk mendapatkan hasil penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengolahan data, teknik analisis data.

Bab IV Laporan penelitian, terdiri dari Gambaran umum tentang Kabupaten HST ,kemudian membahas tentang ,faktor-faktor yang mempengaruhi dan yang paling

mempengaruhi jumlah kunjungan ke Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah.dan kemudian hasil penelitian.

Bab V Penutup yang berisikan kesimpulan hasil dari permasalahan penelitian dan saran-saran

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. PERSPEKTIF ISLAM TENTANG WISATA

Al- Qur'an sebagai Sumber kehidupan Manusia, Petunjuk bagi orang-orang beriman adalah merupakan sebuah kitab yang sempurna, menjelaskan seluruh perihal kehidupan manusia, sehingga akan memudahkan mereka dalam menjalani kehidupan. Kadang aturan al-Qur'an tersebut sangat sesuai dengan fithrah (kecendrungan) manusia, sehingga mempermudah manusia untuk mengamalkannya, dan dapat menghantarkan manusia kepada kesenangan dan kebahagiaan lahir batin

Di antara pekerjaan yang sangat disenangi manusia adalah berwisata, 'bajalan-jalan', picnic, dan lain-lain. Bagaimanakah menciptakan pariwisata yang Islami (tidak bertentangan dengan Islam atau prinsip-prinsip al-Qur'an), menyenangkan hati dan mata sekaligus menjadi ibadah? Beberapa persoalan ini akan dikaji dalam makalah ini.⁶

⁶ [http://www.Didit Probowo penerbit, Perspektif Islam tentang wisata, 01:19 11-09-2012, pukul 11.00.](http://www.DiditProbowo.com)

B. Wisata dalam Al-Qur'an

Di antara bentuk kelengkapan al-Qur'an yaitu adanya motivasi dan informasi tentang perjalanan wisata. Di antara ayat-ayat al-Qur'an yang menggambarkan hal tersebut adalah :

1. Mereka berkata; Ya Tuhan kami, tidaklah Engkau menciptakan alam ini sia-sia.
2. Katakanlah, berjalanlah di muka bumi, perhatikanlah bagaimana akibat perbuatan orang-orang berdosa masa lalu.
3. Kenapa mereka tidak melakukan perjalanan di muka bumi dan memperhatikan perihal umat masa lalu yang mereka memiliki kekuatan (tetapi tetap lemah/bahkan hancur berhadapan dengan azab Allah).
4. Kenapa mereka tidak melakukan perjalanan di muka bumi, memperhatikan orang-orang sebelum mereka, adalah mereka memiliki kekuatan dan lihatlah bekas-bekas (peninggalan mereka), mereka di azab oleh Allah, dan tidak ada yang dapat melindunginya selain Allah.

Dari ayat-ayat tersebut terkandung berapa makna di antara;

1. Objek wisata
2. Tujuan wisata
3. Macam-macam wisata

Objek Wisata

Ketika Allah menyebut 'berjalanlah di muka bumi', itu artinya Allah mengingatkan kita kepada alam ini, sehingga ada wisata alam. Banyak hal di

alam ini dapat dijadikan objek wisata, karena Allah menciptakan alam ini dengan kekhasan yang berbeda-beda.

Tujuan Wisata

Ketika Allah menerangkan kepada kita tujuan wisata seperti melihat tanda-tanda kekuasaan Allah SWT sehingga dapat menambahkan keimanan.

Macam-Macam Wisata

Dalam al-Qur'an ada wisata sejarah, etika Allah memerintahkan agar manusia melihat tempat-tempat bersejarah untuk di ambil pelajaran darinya. Terungkap di sana ada wisata sejarah. Ada juga wisata alam, wisata religius, seperti ada perintah untuk pergi ke Mekkah, melaksanakan haji atau umrah.⁷

C. Permasalahan di Sekitar Pariwisata

Fenomena hari ini menunjukkan bahwa terjadi 'disintegrasi' dalam dunia pariwisata, ketika di tempat tempat wisata , orang bukannya dapat menambah keimanan akan tetapi malah melihat berbagai kemaksiatan. Kadang ironi nya ini dikelola dengan baik oleh mereka- mereka yang 'jahil'.

Dalam dunia wisata religius, yaitu sebuah perjalanan ke tempat-tempat tertentu di mana di sana ada sebuah keistimewaan/karakteristik tertentu di bidang keagamaan.

Namun belakangan di beberapa tempat wisata religius berisikan wisata

⁷ [http: //www.](http://www.) Diterbitkan oleh Joko widarman, 6-09-2012, pukul 10.00.

keagamaan tapi yang dikembangkan adalah hal-hal yang di luar syari'at Islam dan bertentangan dengan prinsip-prinsip al-Qur'an. Di antara perilakunya sebagai berikut:

1. Mengunjungi kuburan-kuburan keramat untuk di ambil 'berkah'nya, tanah kuburannya dapat dijadikan obat, ke sana membawa sesajian, doa di sana dipanjatkan bahkan di anggap makbul karena melalui arwah orang keramat tersebut. Seperti 'Basafa' ke Ulakan Pariaman, dan lain-lain.
2. Wisata ke tempat-tempat yang di anggap keramat dengan cerita mistik yang di buat-buat. Seperti Talempong batu yang kalau ingin bunyi yang bagus harus melalui ritual mistik.
3. Merayakan hari-hari besar Islam namun dengan melakukan upaya mistik seperti menghantar sesajian, menyeblih hewan untuk menghormati sesuatu yang ditakuti.
4. Mempercayai benda-benda keramat atau sakti lalu harus membakar 'menyan' untuk melihat atau merabanya, bahkan sampai menanyakan persoalan ghaib kepada benda mati tersebut atau menggantungkan sebuah harapan kepada benda itu seperti batu angkek-angkek di Batu Sangkar
5. Wisata dengan mengaitkan dengan bulan tertentu yang biasanya bulan arab seperti bulan Safar yang artinya perjalanan.

Inilah di antara fenomena wisata religius di negeri kita. Semua ini merupakan permasalahan kita bersama. Di mana pada dasarnya wisata adalah merupakan ibadah, akan tetapi apabila telah dicampuri hal-hal yang perinsip dalam agama

seperti mengganggu akidah atau terlibat kemusyrikan, ini sebuah ketimpangan yang harus (wajib) diluruskan.

D. Beberapa alternatif Untuk Kab. Lima Puluh Kota.

Kabupaten Lima Puluh Kota yang banyak mempunyai tempat-tempat wisata alam, namun pada dasarnya kurang mempunyai wisata religius, karena tidak ada kelebihan yang mendasar di Kab. Lima Puluh Kota dalam soal keagamaan. Maka tidak ada salahnya kita membuat hal-hal yang menarik dalam dunia keagamaan, beberapa alternatif misalnya:

1. Berpakaian Islam rapi

Karena orang Lima Puluh Kota adalah orang-orang murni Islam, semua kaum muslimin dan mauslimahnya menutup aurat rapi. Ibu-ibunya menutup aurat rapi sesuai dengan filosofi Adat Basandi Syara', dan Syara;' basandi Kitabullah. Ini dapat kita lakukan apabila ada keasadaran bersama untuk melakukannya. Bukankah ketika orang ke Irian Jaya maka budayanya, yang tidak berbaju, dapat menjadi objek wisata. Maka tidak ada salahnya bila kita membuat ciri khas Lima Puluh Kota dengan semua masyarakatnya berpakaian muslim/ah. Insya Allah ini dapat menjadi wisata religius oleh orang lain. Kalau orang pergi ke beberapa tempat di Bali harus memakai pakaian Bali, lalu kenapa tidak bisa, kalau masuk ke wilayah Lima Puluh Kota ini harus memakai pakaian Islamy yang sempurna.

2. Membuat pondok pendidikan agama yang punya ciri khas seperti Pondok

Tradisional atau modern. Seperti pondok pesantren di Sumatera Utara yang khas karena di sana di kelola modern tapi dengan sistem tradisional, asrama santri berupa ‘dangau’ dan memakai lampu ‘teplok’ walau sudah ada listrik. Ini ternyata menarik bagi orang-orang dari daerah lain. Atau yang modern yang modern seperti Pondok al-Zaytun (walau dalam masih dalam penelitian karena dikaragui) di Indramayu yang tiap hari dikunjungi para wisatawan.

3. Menghidupkan kembali dunia ‘surau’ yang utuh seperti masa lalu, di mana di sana ada ciri khas Minang Kabau yang sangat menarik, ada pembinaan keagamaan, pembinaan remaja dan anak-anak, bela diri, dan lain-lain.⁸

D. Pengertian Objek Wisata

Objek wisata adalah perwujudan dari pada ciptaan manusia, tata hidup, seni budaya, serta sejarah bangsa dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan, sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber dan alam dan tata lingkungan.⁹

E. Karakteristik

⁸ [http: //www.](http://www.) Diposkan oleh TAZKIYAH A28 di 01:19 11-09-2012, pukul 11.00.

⁹ Fadeli, hafid, potensi objek wisata indonesia, (yogyakarta ; liberti, 2002), h 58.

Karakteristik adalah sifat-sifat kejiwaan, akhlak atau budi pekerti yang membedakan seorang dari yang lain, tabiat, watak yang menjadi ciri khas seseorang. Pengertian karakter menurut Pusat Bahasa Dekdiknas adalah “bawaan, hati, jiwa, kepribadian, budi pekerti, perilaku, personalitas, sifat, tabiat, temperamen, watak”. Adapun berkarakter, adalah berkepribadian, berperilaku, bersifat, dan berwatak. Karakteristik mulia berarti individu memiliki pengetahuan tentang potensi dirinya, yang ditandai dengan nilai-nilai seperti reflektif, percaya diri, rasional, logis, kritis, analitis, kreatif dan inovatif, mandiri, hidup sehat, bertanggung jawab, cinta ilmu, sabar, berhati-hati, rela berkorban, pemberani, dapat dipercaya, jujur, menepati janji, adil, rendah hati, malu berbuat salah, pemaaf, berhati lembut, setia, bekerja keras, tekun, ulet/gigih, teliti, berinisiatif, berpikir positif, disiplin, antisipatif, inisiatif, visioner, bersahaja, bersemangat, dinamis, hemat/efisien, menghargai waktu, pengabdian/dedikatif, pengendalian diri, produktif, ramah, cinta keindahan (estetis), sportif, tabah, terbuka, tertib. Individu juga memiliki kesadaran untuk berbuat yang terbaik atau unggul, dan individu juga mampu bertindak sesuai potensi dan kesadarannya tersebut. Karakter adalah realisasi perkembangan positif sebagai individu (intelektual, emosional, sosial, etika, dan perilaku). Individu yang berkarakter baik atau unggul adalah seseorang yang berusaha melakukan hal-hal yang terbaik terhadap Tuhan YME, dirinya, sesama, lingkungan, bangsa dan negara serta dunia internasional pada umumnya dengan mengoptimalkan potensi (Pengetahuan) dirinya dan disertai dengan kesadaran, emosi dan motivasinya (perasaannya). Secara etimologis, istilah karakteristik tafsir merupakan susunan dua kata yang terdiri dari

kata; karakteristik dan tafsir. Istilah karakteristik diambil dari bahasa Inggris yakni *characteristic*, yang artinya mengandung sifat khas. Ia mengungkapkan sifat-sifat yang khas dari sesuatu. Dalam kamus lengkap psikologi karya Chaplin, dijelaskan bahwa karakteristik merupakan sinonim dari kata karakter, watak, dan sifat yang memiliki pengertian di antaranya:

1. Suatu kualitas atau sifat yang tetap terus-menerus dan kekal yang dapat dijadikan cirri untuk mengidentifikasi seorang pribadi, suatu objek, suatu kejadian.
2. Intergrasi atau sintese dari sifat-sifat individual dalam bentuk suatu utas atau kesatuan.
3. Kepribadian seseorang, dipertimbangkan dari titik pandangan etis atau moral.

Jadi di antara pengertian-pengertian di atas sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Chaplin, dapat disimpulkan bahwa karakteristik itu adalah suatu sifat yang khas, yang melekat pada seseorang atau suatu objek. Misalnya karakteristik tafsir artinya suatu sifat yang khas yang terdapat dalam literature tafsir, seperti sistematika penulisan, sumber penafsiran, metode, corak penafsiran dan lain sebagainya. Selanjutnya, yang dimaksud dengan karakteristik tafsir adalah suatu sifat yang melekat dan kekal yang dapat dijadikan cirri untuk mengidentifikasi suatu penafsiran. Misalnya metode dan sumber penafsiran, *laun* (corak) penafsiran, sistematika, teknik *'Ulum al-Tafsir* sering diidentifikasi lewat metode penafsiran, teknik penafsiran

penafsiran dan lain sebagainya. Namun istilah karakteristik sebuah tafsir dalam dan corak pemikiran penafsiran.¹⁰

F. Permintaan menurut Ekonomi Islam

Menurut Ibnu Taimiyyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fil al-syai*. Diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta. Secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada prinsip-prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya.

Islam mengharuskan orang untuk mengonsumsi barang yang halal dan thayyib. Aturan Islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh terhadapnya muslim tersebut. Di saat darurat seorang muslim dibolehkan mengonsumsi barang haram secukupnya.

Selain itu, dalam ajaran Islam, orang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta diperbolehkan untuk membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah berapapun yang diinginkannya. Batasan anggaran (budget constrain) belum cukup dalam membatasi konsumsi. Batasan lain yang harus diperhatikan

¹⁰ <http://www.com/index.php/home/diakses> pada/8-2-2012/pukul 14.00

adalah bahwa seorang muslim tidak berlebihan (*israf*), dan harus mengutamakan kebaikan (*maslahah*).

Islam tidak menganjurkan permintaan terhadap suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan dan kemubadziran. Bahkan islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nisab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infak dan shadaqah.¹¹

Definisi permintaan yaitu berbagai jumlah barang atau jasa yang diminta oleh pembeli pada berbagai tingkat harga selama periode waktu tertentu. Sebenarnya, permintaan terhadap sejumlah barang atau jasa akan memiliki arti apabila didukung oleh daya beli peminta barang (konsumen). Permintaan dapat dibedakan menjadi beberapa definisi yaitu:

a. Permintaan efektif

Permintaan efektif adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa di sertai dengan daya beli.

b. Permintaan absolute

Permintaan absolute adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang tidak disertai dengan daya beli.

c. Permintaan potensial

¹¹ Permintaan dalam perspektif islam <http://www.com/pada> Tgl 22-10-2012/pukul 06.20.

Permintaan potensial adalah permintaan konsumen terhadap suatu barang atau jasa yang disertai daya beli tetapi belum melaksanakan pembelian.¹²

Hukum permintaan adalah *semakin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, semakin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut, (dalam keadaan ceteris paribus). Ceteris paribus* adalah suatu asumsi atau anggapan bahwa semua faktor lain yang turut mempengaruhi dianggap konstan atau tidak berubah.¹³

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan ada 5 yaitu:

1. Harga barang itu sendiri

Artinya bila harga barang naik, maka jumlah barang yang diminta akan berkurang. Demikian juga sebaliknya.

2. Harga barang lain yang terkait

Harga barang yang dimaksud disini adalah mempunyai hubungan dekat. Hubungan tersebut dapat bersifat substitusi atau bersifat komplementer.

3. Pendapatan konsumen

Disaat pendapatan meningkat maka konsumsi seseorang juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya.

4. Selera

Selera atau kebiasaan juga dapat berpengaruh terhadap permintaan.

5. Jumlah penduduk

¹² Hendro Prabowo, Prathama Rahardja, Andri Syahreza. 2005. Ekonomi. LPFE UI. Jakarta, h 39.

¹³ *Ibid*, hal. 41.

Semakin bertambah penduduk maka permintaan barang pun akan meningkat.¹⁴

Fungsi permintaan adalah bentuk matematis untuk menggambar kurva permintaan. Fungsi permintaan menggambarkan hubungan antara variabel harga dengan variabel jumlah barang dan jasa. Secara matematis, fungsi permintaan tersebut dapat di tulis dalam bentuk:

G. Biaya

Biaya langsung amat berhubungan dengan biaya sehari –hari karena biaya sehari- hari adalah biaya yang dikeluarkan secara rutin untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang vital. Bahkan dalam kondisi ekonomi yang paling sulit sekalipun manusia tetep akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan sehari –hari meskipun untuk itu ia harus mengorbankan kepentingan lainnya.¹⁵

H. Usia

Usia Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup.Orang mengubah barang dan jasa yang mereka beli selama masa hidupnya. Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian terakhir telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya. Berbagai tahapan dalam pribadi seseorang ini membutuhkan produk dan jasa yang berbeda dan pemasar harus jeli memperhatikannya.¹⁶

I. Pendapatan

¹⁴ *Ibid*, hal. 39.

¹⁵ Wahyu aji. 2004.Ekonomi Erlangga. Jakarta, hal 60.

¹⁶M. Taufiq Amir, *Op Cit*, hal. 53.

Pendapatan adalah penerimaan atas penjualan terhadap barang dan jasa yang diproduksi. Pendapatan juga dapat ditafsirkan sebagai nilai dan jumlah barang dan jasa yang telah dihasilkan oleh segenap masyarakat dalam jumlah dan waktu tertentu yang biasa diukur satu bulan atau setiap tahun, sedangkan nilai produksi dinyatakan atas dasar harga pasar yang sedang berjalan dalam waktu yang bersangkutan. Pendapatan adalah sesuatu yang sangat penting dalam setiap perusahaan. Tanpa ada pendapatan mustahil akan didapat penghasilan atau earnings . Pendapatan adalah penghasilan yang timbul dari aktivitas perusahaan yang biasa dikenal atau disebut penjualan, penghasilan jasa(fee), bunga, dividen, royalti dan sewa.

a. Menurut Niswonger (1992:22)

Pendapatan adalah jumlah yang ditagih kepada pelanggan atas barang ataupun jasa yang diberikan kepada mereka. Pada buku yang sama, Niswonger (1992:56) juga menjelaskan pendapatan sebagai berikut: Pendapatan atau revenue merupakan kenaikan kotor atau gross dalam modal pemilik yang dihasilkan dari penjualan barang dagangan, pelaksanaan jasa kepada pelanggan atau klien, penyewa harta, peminjam uang, dan semua kegiatan usaha serta profesi yang bertujuan untuk memperoleh penghasilan.

b. Menurut PSAK nomor 23 paragraf 6 adalah sebagai berikut:

Pendapatan adalah arus masuk bruto dari manfaat ekonomi yang timbul dari aktivitas normal perusahaan selama suatu periode bila arus masuk itu mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal.

c. Menurut Accounting Terminology Bulletin No. 2 yang dikutip dalam buku Harahap (1999:39): Pendapatan berasal dari penjualan barang dan pemberian jasa dan diukur dengan jumlah yang dibebankan kepada langganan, klaim atas barang dan jasa yang disiapkan untuk mereka. Juga termasuk laba dari penjualan atau pertukaran asset (kecuali dari surat berharga), hak dividen dari investasi dan kenaikan lainnya pada equity pemilik kecuali yang berasal dari modal donasi dan penyesuaian modal. Dari pendapat ini dapat disimpulkan bahwa secara luas pendapatan dianggap termasuk seluruh hasil dari perusahaan dan kegiatan investasi. Dalam hal ini termasuk juga perubahan net asset yang timbul dari kegiatan produksi dan dari laba rugi yang berasal dari penjualan aktiva dan investasi, kecuali kontribusi modal dan penyesuaian modal.

d. Menurut Financial Accounting Standard Board yang dikutip oleh Harahap (1999:58) Definisi pendapatan adalah arus masuk atau peningkatan nilai aset dari suatu entity atau penyelesaian kewajiban dari entity atau gabungan dari keduanya selama periode tertentu yang berasal dari penyerahan/ produksi barang, pemberian jasa atas pelaksana kegiatan lainnya yang merupakan kegiatan utama perusahaan yang sedang berjalan.

Dari beberapa definisi yang terdapat diatas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan adalah kenaikan gross/kotor dari keuntungan ekonomi selama suatu periode dari aktivitas utama perusahaan yang menyebabkan kenaikan ekuitas tetapi bukan disebabkan dari kontribusi penanaman modal.

J. Waktu

Pengertian tentang waktu adalah waktu tentu bukan lah sesuatu yang asing bagi kita karena dalam kehidupan sehari – hari setiap orang selalu di batasi oleh waktu.

K. Pariwisata

Sejak awal dekade delapan puluhan, banyak para ahli pariwisata mengamati adanya bentuk pariwisata yang berubah. Ada dua bentuk pariwisata yang muncul pada waktu itu. Kedua bentuk pariwisata tersebut, menurut menyatakan bahwa bentuk pariwisata yang menantang, keras, penuh resiko, sedang bentuk yang lain adalah santai, lembut, halus dan nyaman.¹⁷

Pengertian pariwisata biasanya didasarkan pada konsep dasar yang menciptakan program atau platform sebagai berikut:

1. Program pengembangan pariwisata yang dipergunakan untuk mendukung sesuatu. Konsep pengembangan pariwisata seperti ini disebut *advocacy platform*. Pariwisata berkembang karena adanya keinginan untuk mendukung

¹⁷ Fendeli, Chafid. 2002. Perencanaan Kepariwisata Alam. Fakultas Kehutanan Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.

sesuatu tujuan tertentu misal peroleha pendapatan ekonomi, perlindungan alam atau penyerpan tenaga kerja.

2. Program pengembangan pariwisata yang dipergunakan untuk memperingatkan sesuatu. Konsep pengembangan pariwisata seperti ini disebut *The Cautionary Platform*. Dari banyak penelitian ternyata pariwisata menyebabkan berbagai dampak negatif terhadap lingkungan dan perubahan sosial budaya. Oleh karenanya pengembangan pariwisata diarahkan agar tidak terjadi kerusakan yang lebih parah. Ekowisata merupakan salah satu bentuk pariwisata yang seluruh aktifitasnya bertujuan untuk mempertahankan atau bahkan meningkatkan kualitas atraksi alam dan budaya setempat.
3. Program pengembangan pariwisata yang dipergunakan untuk menyesuaikan dengan kondisi setempat atau *adaptancy platform*. Adanya pemikiran untuk pengembangan pariwisata yang menyesuaikan dengan bentuk pariwisata berdasar kondisi setempat seperti wisata lokal atau wisata santai, wisata hijau, wisata bertanggung jawab, wisata tepat guna, wisata alternatif, wisata level lokal dan wisata bahari.
4. Program pengembangan pariwisata yang didasarkan pada pengembangan ilmu pengetahuan. Pariwisata dapat dikembangkan didasarkan pada pengetahuan yang dilakukan dari hasil penelitian.¹⁸

Definisi ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonversi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan

¹⁸ *Ibid*, hal. 112.

kesejahteraan penduduk setempat. Definisi ekowisata yaitu bentuk baru dari perjalanan bertanggung jawab ke area alami dan berpetualang yang dapat menciptakan industri pariwisata. Dari kedua definisi ini dapat dimengerti bahwa ekowisata dunia telah berkembang sangat pesat.¹⁹

Ekowisata harus dapat menjamin kelestarian alam sesuai tujuan konservasi, adalah sebagai berikut:

1. Menjaga tetap berlansungnya proses ekologis sehingga tetap dapat mendukung sistem kehidupan.
2. Melindungi keanekaragaman hayati.
3. Menjamin kelestarian dan pemanfaatan spesies dan ekosistemnya.

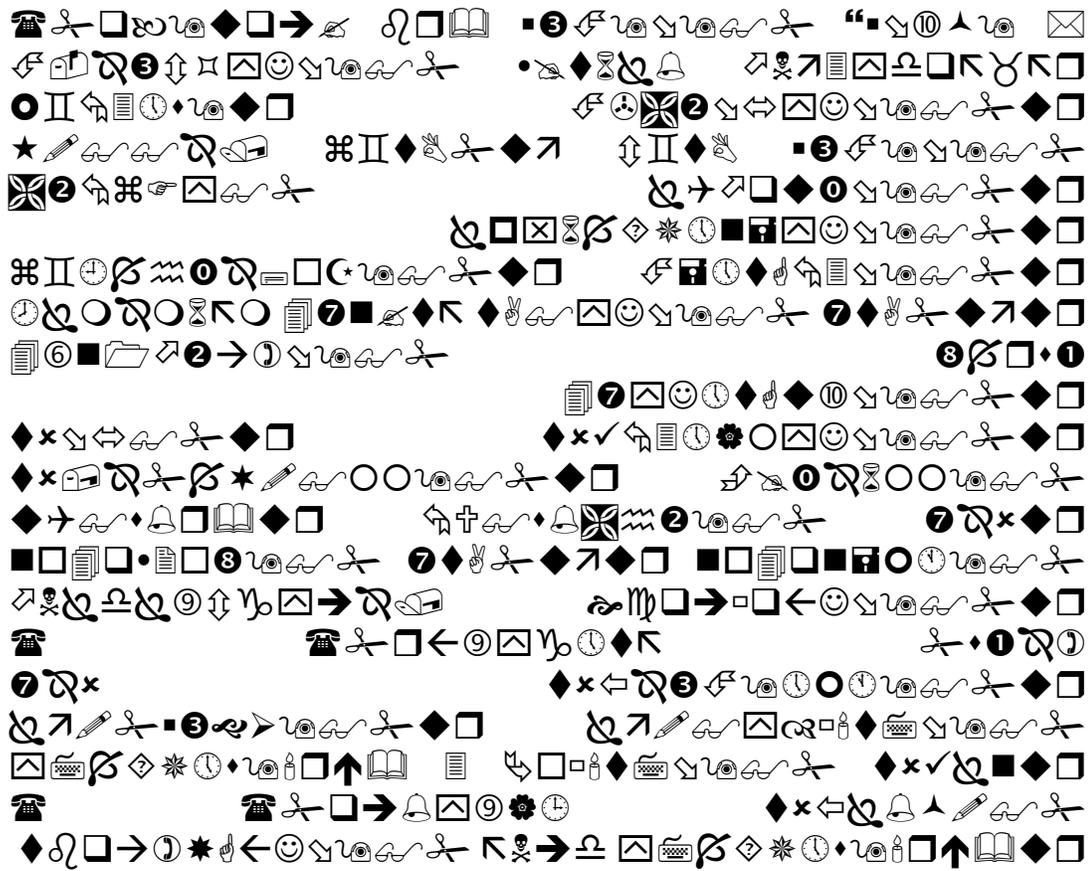
Sebenarnya dalam islam belum ada yang mengatur seperti daerah Objek Wisata , namun dalam islam selain unsur unsur di atas, ada unsur lain yang di perbolehkan karena diperuntungkan karena adanya tuntutan kemeslahatan umum yang mesti dilkukan masyarakat untuk Pariwisataan.²⁰

Dalam pemerintahan dijamin sekarang penerimaan negara selain dari sektor pajak dan penerimaan lain yang jelas berbeda dengan zaman dahulu. Tujuan pembangunan nasyonal di zaman sekarng tetap sama, yaitu bertujuan untuk mensejahterakan masyarakat, di zaman sekarang banyak sekali tuntutan masyarakat

¹⁹ *Ibid*, hal. 113.

²⁰ Adib Bisri Musthafa, terjemah shahih muslimin (semarang : CV Asy- syifa, 1992), h.219

yang kiranya dapat dipenuhi, oleh pemerintah, dikarenakan meningkatnya jumlah penduduk, penganguran dimana mana, meningkatnya angka kemiskinan dan sebagainya, untuk itu perlu adanya pendapatan, salah satunya disektor pariwisata, alternatip sektor pariwisata ini di anggap pas untuk mempercepat penanggulangan kemeskinan, penanggulangan kemiskinan juga tercantum dan al Qur'an surah AL-Baqarah 177

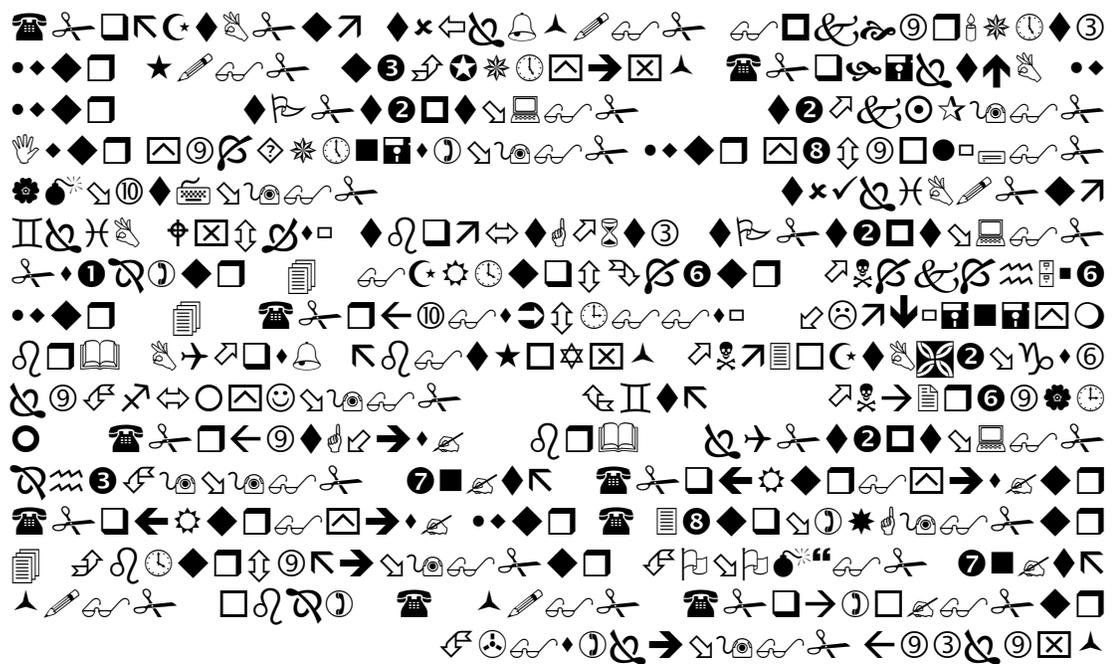


Artinya

Bukanlah menghadapkan wajahmu ke arah timur dan barat itu suatu kebajikan, akan tetapi Sesungguhnya kebajikan itu ialah beriman kepada Allah, hari Kemudian, malaikat-malaikat, kitab-kitab, nabi-nabi dan memberikan harta yang dicintainya kepada kerabatnya, anak-anak yatim, orang-orang miskin, musafir (yang memerlukan pertolongan) dan orang-orang yang meminta-minta; dan

(memerdekakan) hamba sahaya, mendirikan shalat, dan menunaikan zakat; dan orang-orang yang menepati janjinya apabila ia berjanji, dan orang-orang yang sabar dalam kesempitan, penderitaan dan dalam peperangan. mereka Itulah orang-orang yang benar (imannya); dan mereka Itulah orang-orang yang bertakwa.

Peningkatan dalam sektor pariwisata dapat menolong dan mampu mengatasi kemiskinan, dalam islam diwajibkan untuk tolong menolong seperti dalam Al Qur'an surah Al maidah 2



Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah[389], dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram[390], jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya[391], dan binatang-binatang qalaa-id[392], dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya[393] dan apabila kamu Telah menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan

*tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.*²¹

Keberadaan tempat wisata sangatlah menguntungkan bagi masyarakat kota Barabai. Oleh karena itu meningkatkan dan pengolahan dalam sektor pariwisata, selain itu juga memberikan hiburan dan kesehatan bagi masyarakat,

Dalam islam di ajarkan untuk selalu tolong dalam hal kebaikan, keberadaan tempat wisata dapat menolong masyarakat khususnya masyarakat sekitar yaitu dalam hal peningkatan pendapatan dan tersedianya lapangan kerja.secara tidak langsung banyak pihak yang merasa beruntung dan senang dengan adanya objek wisata dan peningkatan dalam sektor pariwisata.

L. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen atau tingkah laku membeli konsumen mengacu pada tingkah laku membeli konsumen akhir atau individu dan rumah tangga yang membeli barang serta jasa untuk konsumsi pribadi. Gabungan semua konsumen akhir ini disebut pasar konsumen.

Konsumen di seluruh dunia amat bervariasi dalam hal usia, pendapatan, tingkat pendidikan, dan selera. Mereka juga membeli barang dan jasa dengan perbedaan yang amat besar. Bagaimana konsumen yang beraneka ragam ini memilih satu atau beberapa dari antara jajaran produk melibatkan banyak sekali faktor.

1. Model Perilaku Konsumen

²¹ Departemen Agama RI, AL-Qur'an dan terjemah, (Jakarta : lembaga percetakan AL-Qur'an Raja fahd, 1971), h 156.

Konsumen mengambil banyak macam keputusan membeli setiap hari. Kebanyakan perusahaan besar meneliti keputusan membeli konsumen secara amat rinci untuk menjawab pertanyaan mengenai apa yang dibeli konsumen, di mana mereka membeli, bagaimana dan berapa banyak mereka membeli, serta mengapa mereka membeli. Pemasar dapat mempelajari apa yang dibeli konsumen untuk mencari jawaban atas pertanyaan mengenai apa yang mereka beli, di mana, dan berapa banyak. Tetapi mempelajari mengenai alasan perilaku membeli konsumen bukan hal yang mudah, jawabannya sering kali tersembunyi jauh dalam benak konsumen.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan. Karenanya kita akan membahas pengaruh tiap faktor terhadap perilaku pembelian.²²

a. Faktor-faktor Kebudayaan

Faktor-faktor budaya memberikan pengaruh paling luas dan dalam pada perilaku konsumen. Pemasar harus mengetahui peran yang dimainkan oleh *kebudayaan*, *sub-budaya*, dan *kelas sosial* pembeli.

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan penyebab paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Dalam referensi lain disebutkan, kita perlu memahami

²²Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Ed. 1, Jakarta: Kencana, 2003, hal. 11.

bagaimana pengaruh budaya yang terjalin dengan nilai-nilai yang dirasakan.²³ Pemasar selalu mencoba menemukan pergeseran budaya agar dapat mengetahui produk baru yang mungkin diinginkan.

2) Sub-Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya – sub-budaya yang lebih kecil, atau kelompok orang yang mempunyai sistem nilai sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Subbudaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: *Kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan area geografis*.

Banyak sub-budaya membentuk segmen pasar penting, dan pemasar sering kali merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka.²⁴

3) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah divisi masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya menganut nilai-nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

Pemasar tertarik pada kelas sosial karena orang dalam kelas sosial tertentu cenderung menunjukkan perilaku membeli yang serupa.

b. Faktor-faktor Sosial

Perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti *kelompok referensi, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen*.²⁵

²³Philip R. Cateora, John L. Graham, *International Marketing*, 12th ed., New York: The McGraw-Hill/Irwin Series in Marketing, 2005. hal. 347.

²⁴*Ibid*, hal. 145.

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati-diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”. Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.²⁶

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi objek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Pemasar tertarik dalam peran dan pengaruh suami, isteri, dan anak-anak pada pembelian berbagai produk dan jasa.²⁷

Kita dapat membedakan antara dua keluarga dalam kehidupan pembeli, yang pertama adalah: *keluarga orientasi*, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tualah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta. Kedua, *keluarga prokreasi* yaitu pasangan hidup anak-anak

²⁵*Ibid*, hal. 147.

²⁶Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Op Cit*, hal. 12.

²⁷Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 149.

seseorang. Keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.²⁸

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran memiliki status. Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya (keluarga, klub, dan organisasi). Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status. Orang seringkali memilih produk yang menunjukkan peran dan status mereka dalam masyarakat.²⁹

c. Faktor Pribadi

Keputusan membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti *umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri*.

1) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang juga mempengaruhi pola konsumsinya. Orang bisa bekerja sesuai dengan cita-citanya atau tidak, namun yang jelas ia memerlukan barang-barang yang sesuai dengan pekerjaannya.

Para pemasar berusaha mengenali kelompok pekerjaan yang mempunyai minat di atas rata-rata terhadap produk dan jasa mereka. Sebuah perusahaan bahkan dapat melakukan spesialisasi dalam memasarkan produk menurut kelompok pekerjaan tertentu.³⁰

2) Keadaan Ekonomi

²⁸Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Op Cit*, hal. 12.

²⁹Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 150.

³⁰Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Loc Cit*.

Keadaan ekonomi seseorang akan mempengaruhi pilihan produk. Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya, dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

Pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk mereka sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.³¹

3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama mungkin mempunyai gaya hidup yang jauh berbeda.³² Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.³³

Kalau dipergunakan secara hati-hati, konsep gaya hidup dapat membantu pemasar memahami nilai-nilai konsumen yang berubah dan bagaimana pengaruhnya pada perilaku pembeli.

4) Kepribadian dan Konsep Diri karakteristik

Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologi unik yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan dirinya

³¹Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Op Cit*, hal. 13.

³²Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 151.

³³Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Loc Cit*.

sendiri. Kepribadian dapat bermanfaat untuk menganalisis perilaku konsumen untuk pemilihan produk atau merek tertentu.³⁴

Sementara konsep diri adalah bagaimana seseorang beropini terhadap dirinya. Ada yang menganggap dirinya seorang pekerja keras, dan menghargai waktu. Akan tetapi ada pula yang menganggap dirinya seorang yang *easy going*, tidak terlalu berambisi dan apa adanya. Hal ini dapat mempengaruhi seseorang dalam membeli produk.³⁵

d. Faktor-faktor Psikologis

Pilihan barang yang dibeli seseorang lebih lanjut dipengaruhi oleh empat faktor psikologi, yaitu: *motivasi, persepsi, pengetahuan* serta *keyakinan dan pendirian*.

1) Motivasi

Seseorang mempunyai banyak kebutuhan pada suatu saat. Ada kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang tegang seperti lapar, haus, atau merasa tidak nyaman. Yang lainnya adalah kebutuhan psikologis, yang muncul dari kebutuhan akan pengakuan, penghargaan, atau rasa memiliki. Kebanyakan dari kebutuhan ini tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang supaya bertindak pada suatu saat.

Kebutuhan berubah menjadi motif kalau merangsang sampai pada tingkat intensitas yang mencukupi. Motif atau dorongan adalah kebutuhan yang cukup menekan untuk mengarahkan seseorang mencari kepuasan. Ada beberapa ahli psikologi mengembangkan teori mengenai motivasi manusia.

³⁴Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 153.

³⁵M. Taufiq Amir, *Op Cit*, hal. 58.

- a) Teori Motivasi Freud. Freud menganggap manusia pada umumnya tidak sadar mengenai kekuatan psikologi sebenarnya yang membentuk perilaku. Dia memandang seseorang tumbuh dan menekan banyak dorongan. Berbagai dorongan ini tidak pernah hilang atau terkendali sempurna; dorongan itu muncul dalam mimpi, terlontar sebagai kata-kata, atau dalam perilaku-perilaku neurotis. Jadi, Freud berpendapat bahwa seseorang tidak sepenuhnya memahami motivasinya.³⁶
- b) Teori Motivasi Maslow, menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu pada saat-saat tertentu. Mengapa seseorang menggunakan waktu dan energi yang besar untuk mengejar harga diri? Jawabannya adalah bahwa kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hirarki, dari kebutuhan yang paling mendesak hingga yang kurang mendesak.
- c) Teori Motivasi Herzberg, mengembangkan “teori motivasi dua faktor” yang membedakan antara faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan. Teori ini memiliki dua implikasi. Pertama, penjual haruslah menghindari faktor-faktor yang menimbulkan ketidakpuasan. Kedua, produsen haruslah mengidentifikasi faktor-faktor yang menimbulkan kepuasan atau motivator-motivator utama dari pembelian.³⁷

2) Persepsi

Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak. Bagaimana orang tersebut bertindak dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi. Dua orang dengan motivasi yang sama dan dalam situasi yang sama mungkin mengambil

³⁶Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 154.

³⁷Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Op Cit*, hal. 14.

tindakan yang jauh berbeda karena memandang situasi secara berbeda. Mengapa orang memandang situasi yang sama dengan cara yang berbeda? Kita semua belajar lewat arus informasi yang melalui lima indera: penglihatan, pendengaran, penciuman, perabaan, dan pengecapan. Akan tetapi, kita masing-masing menerima, mengorganisasikan, dan menginterpretasikan informasi sensori ini dengan cara sendiri-sendiri.³⁸

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.³⁹ Orang dapat memiliki persepsi yang berbeda dari objek yang sama karena adanya tiga proses persepsi, yaitu *Perhatian selektif*, *Distorsi selektif*, dan *Ingatan selektif*⁴⁰. Faktor-faktor persepsi ini berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan dapat diterima.⁴¹

3) Pengetahuan

Pembelajaran menggambarkan perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman. Pembelajaran berlangsung melalui saling pengaruh dari *dorongan*, *rangsangan*, *petunjuk*, *respons*, dan *pembenaran*.

Pentingnya praktik dari teori pengetahuan bagi pemasar adalah mereka dapat membentuk permintaan akan suatu produk dengan menghubungkannya dengan dorongan yang kuat, menggunakan petunjuk yang membangkitkan motivasi, dan memberikan pembenaran positif.

³⁸Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 156.

³⁹Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Op Cit*, hal. 15.

⁴⁰Philip Kotler, *et al.*, *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia*, Diterjemahkan oleh Fandy Tjiptono, Ed. 1, Yogyakarta: Andi, 1997, hal. 241.

⁴¹Nugroho J. Setiadi, SE., MM., *Loc Cit*.

4) Keyakinan dan Sikap

Melalui tindakan dan pembelajaran, orang mendapatkan keyakinan dan sikap. Keduanya ini, pada waktunya, mempengaruhi perilaku membeli. Keyakinan adalah pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang mengenai sesuatu.

Orang mempunyai sikap terhadap agama, politik, pakaian, musik, makanan dan hampir segala sesuatu yang lain. Sikap menguraikan evaluasi, perasaan, dan kecenderungan dari seseorang terhadap suatu obyek atau ide yang relatif konsisten. Sikap menempatkan orang dalam suatu kerangka pemikiran mengenai menyukai atau tidak menyukai sesuatu, mengenai mendekati atau⁴² menjauhinya.

Sikap memang sulit diubah. Sikap seseorang cocok dengan suatu pola, dan mengubah sikap seseorang cocok dengan suatu pola, dan mengubah sikap seseorang mungkin menuntut penyesuaian yang sulit dalam banyak hal lain. Jadi, sebuah perusahaan biasanya harus berupaya menyesuaikan produknya dengan sikap yang sudah ada ketimbang berusaha mengubah sikap. Tentu saja, terdapat pengecualian, yaitu bila usaha mengubah sikap dengan biaya tinggi dapat membawa hasil yang lebih besar.

Sekarang kita menyadari banyaknya kekuatan yang mempengaruhi perilaku konsumen. Pilihan konsumen dihasilkan dari interaksi faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologi yang kompleks. Walaupun banyak dari faktor-faktor ini tidak dapat dipengaruhi oleh pemasar, semuanya bermanfaat untuk mengetahui minat pembeli

⁴²Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Op Cit*, hal. 157.

dan untuk membentuk produk serta usaha untuk melayani kebutuhan konsumen dengan lebih baik.⁴³

M. Tuntunan Islam dalam Konsumsi

Dalam islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peran keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ideologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.⁴⁴

Perilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Fokus dari perilaku konsumen adalah bagaimana individu membuat keputusan untuk menggunakan sumber daya mereka yang telah tersedia untuk mengkonsumsi suatu barang. Dalam dunia nyata, setiap pelaku ekonomi selalu harus mengambil keputusan dalam mengonsumsi sebuah barang/jasa. Akibat dari keputusan tersebut sering menimbulkan implikasi pada penggunaan barang-barang lain yang terkait.⁴⁵

Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hak-hak seperti berikut:

- a. Nilai guna (*utility*) barang dan jasa yang dikonsumsi.

⁴³*Ibid*, hal. 159.

⁴⁴Muhammad Muflih, *Op Cit*, hal. 12.

⁴⁵Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, Edisi 1, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2008, hal. 159.

- b. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
- c. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.
- d. Daya beli dari *income* konsumen dan ketersediaan barang dipasar.
- e. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat.

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah itu semua milik manusia. Anugerah-anugerah yang berada di tangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri, banyak diantara anugerah-anugerah yang diberikan Allah kepada umat manusia itu masih berhak untuk dimiliki orang lain walaupun orang lain tersebut tidak memilikinya.

Dalam Al-Qur'an Allah SWT mengutuk dan membatalkan argumen yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksediaan mereka memberikan bagian atau harta miliknya.⁴⁶ Sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur'an surat Yaasiin ayat 47:

لَا يَسْتَفِيضُونَكَ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ ذِكْرٌ ۝٤٧
 ذُرِّيَّتُكَ أَجْرٌ إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى ۝٤٨
 الْغَنَى ۝٤٩
 الْغَنَى ۝٥٠
 الْغَنَى ۝٥١
 الْغَنَى ۝٥٢
 الْغَنَى ۝٥٣
 الْغَنَى ۝٥٤
 الْغَنَى ۝٥٥
 الْغَنَى ۝٥٦
 الْغَنَى ۝٥٧
 الْغَنَى ۝٥٨
 الْغَنَى ۝٥٩
 الْغَنَى ۝٦٠
 الْغَنَى ۝٦١
 الْغَنَى ۝٦٢
 الْغَنَى ۝٦٣
 الْغَنَى ۝٦٤
 الْغَنَى ۝٦٥
 الْغَنَى ۝٦٦
 الْغَنَى ۝٦٧
 الْغَنَى ۝٦٨
 الْغَنَى ۝٦٩
 الْغَنَى ۝٧٠
 الْغَنَى ۝٧١
 الْغَنَى ۝٧٢
 الْغَنَى ۝٧٣
 الْغَنَى ۝٧٤
 الْغَنَى ۝٧٥
 الْغَنَى ۝٧٦
 الْغَنَى ۝٧٧
 الْغَنَى ۝٧٨
 الْغَنَى ۝٧٩
 الْغَنَى ۝٨٠
 الْغَنَى ۝٨١
 الْغَنَى ۝٨٢
 الْغَنَى ۝٨٣
 الْغَنَى ۝٨٤
 الْغَنَى ۝٨٥
 الْغَنَى ۝٨٦
 الْغَنَى ۝٨٧
 الْغَنَى ۝٨٨
 الْغَنَى ۝٨٩
 الْغَنَى ۝٩٠
 الْغَنَى ۝٩١
 الْغَنَى ۝٩٢
 الْغَنَى ۝٩٣
 الْغَنَى ۝٩٤
 الْغَنَى ۝٩٥
 الْغَنَى ۝٩٦
 الْغَنَى ۝٩٧
 الْغَنَى ۝٩٨
 الْغَنَى ۝٩٩
 الْغَنَى ۝١٠٠

⁴⁶Annisa Mulyana, *Tuntunan Islam dalam Konsumsi*, <http://caca-aja.blogspot.com/>, (Diakses hari sabtu, 8 Desember 2012, jam 11.06 wita)

Wa iz|a>qi>lalahum anfiqumimma>razaqakumulla>hu qa>lal-laz|i>nakafaru>lillaz|ina a>manu> anut{ 'imumalla>uyasya> 'ulla>hu at{ 'amah, in antum illa>fi>d{ala>limmubi>n.

Artinya: “Dan apabila dikatakan kepada mereka, “Infakkanlah sebagian rezeki yang diberikan Allah kepadamu,” orang-orang yang kafir itu berkata kepada orang-orang yang beriman, “Apakah pantas kami memberi makan kepada orang-orang yang jika Allah menghendaki Dia akan memberinya makan? Kamu benar-benar dalam kesesatan yang nyata.”⁴⁷

Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah. Dalam Al-Qur'an surat Al-Waqiah ayat 68-69 disebutkan:

أَفَأَنْزَلْنَاهُ سُلَّالًا مَّاءً عَذْبًا دُرًّا فَكَافًا
 فَالَّذِينَ شَرَبُوا لَا يَرَوْنَ فِيهَا كِسْفَ مَطِيرٍ وَلَا لَهْرًا وَمَا يَخْتَصِمُونَ
 أَفَأَنْزَلْنَاهُ سُلَّالًا مَّاءً عَذْبًا دُرًّا فَكَافًا
 فَالَّذِينَ شَرَبُوا لَا يَرَوْنَ فِيهَا كِسْفَ مَطِيرٍ وَلَا لَهْرًا وَمَا يَخْتَصِمُونَ

Afara 'aitumulma> 'al-laz|i>tasyrabu>n. 'A antum anzaltumu>huminalmuzni amnah{nul-munzilu>n.

Artinya: “Pernahkah kamu memperhatikan air yang kamu minum?.” “Kamukah yang menurunkannya dari awan atau Kami yang menurunkan?.” (QS. Al-Waqiah: 68-69)⁴⁸

Dalam konsep Islam, kebutuhanlah yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari pola konsumsi yang tidak perlu.

Dalam paparan keseimbangan konsumsi, Islam memberikan batasan-batasan yang jelas mengenai mengkonsumsi sebuah produk. Batasan ini dapat dilihat dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 168-169:

⁴⁷Departemen Agama RI, *Op Cit*, hal. 630.

⁴⁸Departemen Agama RI, *Op Cit*, hal. 783.



Ya> ayyuhan-na>sukulu>mimma>fil ard{ih{ala>lant{ayyiba>n, wa la>tattabi
'u>khut{uwa>tisy-syait{a>n, innahu>lakum 'aduwwummubi>n.
Innama>ya'murukumbissu> 'i wal fah{sya> 'i wa antaqu>lu> 'ala>llahi ma>la>ta
'lamun.

Artinya: “Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.” “Sesungguhnya (setan) itu hanya menyuruh kamu agar berbuat jahat dan keji, dan mengatakan apa yang tidak kamu ketahui tentang Allah.” (QS. Al-Baqarah: 168-169)⁴⁹

Dari ayat ini terdapat dua batasan yang jelas mengenai konsumsi dalam Islam, yang pertama Islam membatasi konsumsi pada barang yang halal saja, sedangkan barang yang haram dilarang. Contohnya, dalam hal makanan dan minuman yang terlarang adalah darah, bangkai, daging babi, khamar dan lain sebagainya.

Batasan konsumsi dalam Islam ini tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam hal ini Quraish Shihab menjelaskan dalam Tafsir Al-Misbah, bahwa komoditi yang haram itu ada dua macam, yaitu yang haram karena zatnya seperti darah, babi dan bangkai, dan yang haram karena sesuatu yang bukan zatnya, seperti makanan yang tidak diizinkan oleh pemiliknya untuk dimakan atau digunakan, merugikan diri sendiri dan

⁴⁹Departemen Agama RI, *Op Cit*, hal. 32.

orang lain, serta yang berdampak negatif lainnya. Komoditi yang halal adalah yang bukan termasuk dalam dua macam ini.⁵⁰

Kemudian batasan konsumsi dalam Islam yang juga mesti diperhatikan adalah dari aspek yang baik, yang cocok, yang bersih dan yang tidak menjijikan.⁵¹ Karena itu, tidak semua komoditi yang diharamkan dapat dimakan dan digunakan. Islam menganjurkan untuk memilih komoditi yang baik, bersih dan bermanfaat dari semua komoditi yang diharamkan.

Selain dua hal tersebut, yang juga termasuk batasan konsumsi dalam Islam adalah prinsip kesederhanaan atau tidak berlebih-lebihan. Perilaku konsumsi yang berlebih-lebihan diharamkan walaupun komoditi yang dikonsumsi adalah halal. Namun demikian, Islam tetap membolehkan seseorang untuk menikmati karunia kehidupan, selama itu masih dalam batasan kewajaran. Dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 disebutkan:

﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ ۖ كُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُرْسِفُوا فِيهَا ۚ كَذَلِكَ يُحِبُّ اللَّهُ الْمُتَصَدِّقِينَ﴾
 ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ ۖ كُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُرْسِفُوا فِيهَا ۚ كَذَلِكَ يُحِبُّ اللَّهُ الْمُتَصَدِّقِينَ﴾
 ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ ۖ كُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُرْسِفُوا فِيهَا ۚ كَذَلِكَ يُحِبُّ اللَّهُ الْمُتَصَدِّقِينَ﴾
 ﴿يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ ۖ كُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُرْسِفُوا فِيهَا ۚ كَذَلِكَ يُحِبُّ اللَّهُ الْمُتَصَدِّقِينَ﴾

Ya>bani adamakhuz|u>zi>natakum 'indakullimasjidiwwakulu>wa>syrabu>wa la>tusrifu>, innahu>la>yuh{ibbulmusrifin>.

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian-mu yang bagus pada setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.” (QS. Al-A'raf: 31)⁵²

Dari ayat diatas dapat dipahami bahwa Islam sudah mengajarkan bahwa kebutuhan harus terpenuhi dengan wajar demi kelangsungan hidup. Namun, tidak dibenarkan dengan cara berlebih-lebihan, karena tentu akan menimbulkan efek buruk

⁵⁰M. Quraish Shihab, *Tafsir al-Misbah*, Jakarta: Lentera Hati, 2002, hal. 354.

⁵¹Muhammad Muflih, *Op Cit*, hal. 15.

⁵²Departemen Agama RI, *Op Cit*, hal. 207.

pada diri manusia tersebut. Berbagai efek buruk yang ditimbulkan karena perilaku konsumsi yang berlebih-lebihan diantaranya adalah inefisiensi pemanfaatan sumber daya, egoisme, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri.

Oleh karena itu, dalam menghapus perilaku berlebih-lebihan Islam memerintahkan untuk lebih memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.⁵³

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis, Sifat dan Lokasi Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan yaitu penelitian lapangan dan, Jenis penelitian kualitatif yaitu penelitian yang mempunyai tujuan dengan memeparkan ataun menguraikan data hasil penelitian lapangan, agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas mengenai suatu gejala, peristiwa atau keadaan, sehingga dapat ditarik pengertian atau makna tertentu.⁵⁴ Penelitian ini mengambil lokasi di Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah Kecamatan Batu Benawa Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

⁵³Muhammad Muflih, *Op Cit*, hal. 16.

⁵⁴Danang Sunyoto. 2011. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. CAPS. Yogyakarta.

B. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian ini adalah pengunjung Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah.

2. Objek penelitian Objek yang diteliti Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah.

C. Data dan Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa data yang di dapat dari hasil wawancara dengan pengunjung objek wisata Pagat Hulu Sungai Tengah. dan juga data sekunder sebagai penunjang latar belakang yang di dapat di BPS Provinsi.

D. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan adalah Wawancara (interview) dan Dokumentasi. Teknik atau metode Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara bebas baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk mengumpulkan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang ada atau catatan-catatan yang tersimpan, baik itu berupa catatan transkrip, buku, surat kabar dan lain sebagainya.⁵⁵

E. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

⁵⁵ Ibid, h.23

1. Teknik analisis data adalah metode yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah. Untuk mengolah data yang telah diperoleh dari survey dan studi literature diolah menggunakan teknik:
 - a. Editing (seleksi data), yaitu dengan cara menyeleksi secara selektif terhadap data yang telah diperoleh, apabila terdapat kekurangan dapat diperbaiki dan disempurnakan sehingga diperoleh data yang valid.
 - b. Matrikasi, yaitu dengan melakukan penyusunan secara ringkas terhadap data yang di peroleh dalam ssebuah matrik, sehingga lebih mudah dalam memahaminya.

2. Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan penelaahan dan pengakajian secara mendalam terhadap hasil penelitian mengenai Faktor –faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Objek Wisata Pagat, kemudian ditarik kesimpulan.

F. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Yang menjadi lokasi atau objek dalam penelitian ini adalah Objek Wisata Pagat Kecamatan Batu Benawa Kabupaten HST. Adapun waktu penelitian adalah tahun 2012.

G. Tahapan Penelitian

Agar penelitian ini dapat tersusun secara sistematis, maka di tempuh tahapan-tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini penulis mengamati secara garis besar terhadap permasalahan yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran umum, kemudian dikonsultasikan dengan dosen penasehat untuk meminta persetujuan, selanjutnya diajukan kepihak jurusan Ekonomi Islam, setelah disetujui baru diajukan ke Biro Skripsi Fakultas Syariah. Setelah diterima dan ditentukan dosen pembimbing oleh fakultas, diadakan konsultasi untuk pembuatan desain operasional, setelah selesai diadakan seminar.

2. Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini penulis berusaha mengumpulkan semua data yang diperlukan dengan menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagaimana yang telah ditentukan.

3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Tahap ini dilakukan setelah semua data yang diperlukan terkumpul kemudian diolah sesuai dengan teknik pengolahan data, kemudian di analisis secara objektif.

4. Tahap Penyusunan Laporan

Setelah dikoreksi dan diperbaiki oleh dosen pembimbing, kemudian disetujui, maka hasil penelitian ini akan disusun dalam bentuk skripsi dan selanjutnya dimunaqasahkan dihadapan tim penguji.

BAB IV

Temuan dan Analisis Penelitian

A. Gambaran Umum Kabupaten Hulu Sungai Tengah

Kabupaten hulu sungai tengah adalah salah satu kabupaten di provinsi Kalimantan Selatan. Ibu Kota Kalimantan ini terletak di Barabai. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 1.472 KM² dan berpenduduk sebanyak 234.389 jiwa (hasil sensus penduduk indonesia 2010). motto daerah ini adalah “Murakarta” yang diambil dari bahal Banjar. Murakarta merupakan singkatan dari kata, mupakat, Rakyat, seyakarta. Makanan khas Hulu sungai tengah adalah apam Barabai dan Pakasam.

B. Objek Wisata Pagat

Wisata Pagat Batu Benawa berada di kabupaten Hulu Sungai Tengah tepatnya 7 kilometer dari kota Barabai, dengan perjalanan sekitar 15 menit dengan kendaraan roda dua atau empat. Selama dalam perjalanan kita akan disuguhi pemandangan persawahan dan pegunungan Meratus di kejauhan, sebelum pagat kita melewati daerah Batali yang mana ini adalah termasuk area markas TNI. Objek wisata Pagat Batu Benawa memiliki panorama alam yang indah. Alamnya yang indah, udara yang sejuk, bukit dan sungai yang jernih dan alamnya yang damai membuat lokasi wisata ini banyak dikunjungi wisatawan. Selain itu terdapat sumber air jernih dari dalam Goa yang berada dikaki bukit Batu Bini.

Bukit ini menurut legenda merupakan pecahan dari kapal milik Raden Pengantin si anak durhaka. Untuk menyeberangi sungai menuju bukit, pengunjung dapat mempergunakan rakit (lanting) atau jembatan gantung. Untuk memudahkan pengunjung mencapai puncak bukit telah dibangun tangga kayu. Dari puncak bukit ini pengunjung dapat melihat pemandangan kota Barabai dan sekitarnya. Obyek Wisata Pagat dilengkapi pula dengan berbagai fasilitas seperti mushala, taman bermain anak, panggung hiburan, gazebo, toko souvenir, warung, toilet dan ruang ganti pakaian. Sebuah aula dengan kapasitas 150 orang masih dalam tahap

penyelesaian. Aula ini diharapkan dapat menjadi tempat berbagai acara pertemuan sambil menikmati panorama alam di obyek wisata Pagat Batu Benawa.⁵⁶

C. Fasilitas Wisata pagat

Obyek Wisata Pagat terletak di Kecamatan Batu Benawa, berjarak sekitar 7 km dari kota Barabai. Obyek wisata Pagat Batu Benawa memiliki panorama alam yang indah. Alamnya yang indah, udara yang sejuk, bukit dan sungai yang jernih dan alamnya yang damai membuat lokasi wisata ini banyak dikunjungi wisatawan. Selain itu terdapat sumber air jernih dari dalam Goa yang berada dikaki bukit Batu Bini. Bukit ini menurut legenda merupakan pecahan dari kapal milik Raden Pengantin si anak durhaka. Untuk menyeberangi sungai menuju bukit, pengunjung dapat menggunakan rakit (lanting) atau jembatan gantung. Untuk memudahkan pengunjung mencapai puncak bukit telah dibangun tangga kayu. Dari puncak bukit ini pengunjung dapat melihat pemandangan kota Barabai dan sekitarnya. Obyek Wisata Pagat dilengkapi pula dengan berbagai fasilitas seperti mushala, taman bermain anak, panggung hiburan, gazebo, toko souvenir, warung, toilet dan ruang ganti pakaian. Sebuah aula dengan kapasitas 150 orang masih dalam tahap penyelesaian. Aula ini diharapkan dapat menjadi tempat berbagai acara pertemuan sambil menikmati panorama alam di obyek wisata Pagat Batu Benawa.

⁵⁶ <http://www.Wikipedia id/ jam 2.30, 2 september 2012>.

D. Faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Objek Wisata

Faktor – faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan Objek Wisata Pagat Hulu Sungai Tengah ini, diperoleh hasil bahwa pendapatan dan waktu memberikan pengaruh positif terhadap jumlah kunjungan objek wisata pagat, sedangkan biaya dan usia tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan objek wisata pagat.

Fasilitas yang ada di objek wisata pagat cukup banyak sehingga menjadikan jumlah pengunjung cukup banyak sehingga menjadikan objek wisata menjadi salah satu objek wisata pilihan keluarga. Fasilitas- fasilitas yang sudah disebutkan tadi menjadi faktor penunjang untuk agar mau berkunjung di objek wisata pagat akan tetapi di Objek Wisata Pagat perlu diadakan seperti perbaikan wahana, penambahan wahana baru dan diadakannya atraksi wisata agar menarik minat pengunjung sehingga para pengunjung semakin sering berkunjung kesana.⁵⁷

Dalam penelitian ini adalah Berdasarkan hasil pengumpulan data, maka dapat diperoleh karakteristik sebagai berikut:

Tabel 1

Berdasarkan Usia

No	Komposisi Usia	Orang (f)	Persentase (%)
1	18 s/d 30	76	76%

⁵⁷ <http://www.com> Objek wisata/pada Tgl 22-10-2012/pukul 06.20.

2	31 s/d 40	10	10%
3	41 s/d 50	9	9%
4	51 s/d 60	5	5%
5	Diatas 60	0	0%
	Jumlah	100	100

Sumber: Data primer (data diolah)2012

Pada Tabel di atas menunjukkan bahwa usia responden terdiri dari kelompok umur 18 s/d 30 tahun ke atas terdapat 76 orang , selanjutnya pada kelompok umur 31 s/d 40 tahun terdapat 10 orang sementara kelompok umur 41 s/d 50 tahun terdapat 9 orang. Pada kelompok umur 51 s/d 60 tahun terdapat 5 orang serta pada kelompok umur 60 tahun keatas terdapat 0 orang.

Tabel 2

Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Laki-laki	37	37%

2	Perempuan	63	63%
	Total	100	100

Sumber: Data primer (data diolah)2012

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas adalah perempuan yakni sebanyak 63 orang . Sedangkan responden laki-laki sebanyak 37 orang.

Tabel 3

Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Pegawai	15	15%
2	Swasta	60	60%
3	Ibu Rumah Tangga	20	20%
4	Lainnya	5	5%
	Total	100	100

Sumber: Data primer (data diolah)2012

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan adalah ibu rumah tangga 20 orang, sementara yang 60, bekerja sebagai swasta. Berikutnya yang bekerja sebagai PNS sebanyak 15 orang dan memilih jawaban lainnya sebanyak 5 orang.

Selanjutnya untuk mengetahui latar belakang ditanyakan tingkat pendidikan yang digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 4

Tingkat Pendidikan

No	Jenis kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Tidak Tamat	10	10%
2	SD/MI	25	25%
3	SMP/MTs	25	25%

4	SMA/SMK	20	20%
5	Perguruan Tinggi	20	20%
	Total	100	100

Sumber: Data primer (data diolah)2012

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tingkat SMP/MTS dan SD/MI sebagai latar belakang pendidikan tertinggi yaitu 25 orang, disusul tingkat pendidikan SMA/SMK dan Perguruan tinggi sebanyak 20 orang, serta tidak tamat sebanyak orang.

Dapat di ketahui Frekuensi kunjungan yang terbanyak adalah : 3 kali pertahun, dan paling sedikit adalah : 1 kali pertahun. Sedangkan biaya yang dikeluarkan oleh pengujung terlihat pada berikut :

Yang tertinggi adalah 2600000 dan paling sedikit 600000. Dan pengujung yang datang ke Objek wisata yang terbanyak adalah cara berombongan, sedangkan yang sendiri tidak ada. Adapun berkunjung ke Objek wisata pada umumnya menyatakan hanya untuk berlibur.

E. Analisis

Kehadiran tempat wisata, saat ini kebanyakan dilakukan masyarakat Indonesia. Banyaknya orang datang tersebut tentunya membuka peluang pula bagi masyarakat untuk mengembangkan usaha.

Berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah penulis uraikan, ternyata banyaknya pengunjung yang datang Ke Objek wisata Pagat. Sebaiknya pengelola lebih memperhatikan lagi masalah biaya yang akan dikeluarkan pengunjung disini seperti misalnya menurunkan harga tiket masuk menjadi Rp 2.500 karena harga Rp 4.000 cukup mahal untuk sekedar objek wisata yang cuma menawarkan fasilitas jalan-jalan atau pengelola bisa tetap menetapkan harga tiket sebesar Rp 4.000 akan tetapi di Objek Wisata Pagat perlu diadakan seperti perbaikan wahana, penambahan wahana baru dan diadakannya atraksi wisata agar menarik minat pengunjung sehingga para pengunjung semakin sering berkunjung kesana.

Usia dalam hal ini usia pengunjung Objek wisata Pagat berdasarkan terdiri dari kelompok umur 18 s/d 30 tahun ke atas terdapat 76 orang , selanjutnya pada kelompok umur 31 s/d 40 tahun terdapat 10 orang sementara kelompok umur 41 s/d 50 tahun terdapat 9 orang. Pada kelompok umur 51 s/d 60 tahun terdapat 5 orang serta pada kelompok umur 60 tahun keatas terdapat 0 orang. Hal ni menunjukkan bahwa objek wisata ini menjadi tujuan utama para orang-orang yang berusia muda untuk berlibur. Hal ini dapat dipahami karena usia muda merupakan usia yang memiliki jiwa travelling dan mencari sesuatu yang baru. Sehingga pengelola bisa

membuat semacam wahana-wahana baru yang bisa digunakan untuk bermain dan atraksi wisata.

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa pekerjaan adalah ibu rumah tangga 20 orang, sementara yang 60, bekerja sebagai swasta. Berikutnya yang bekerja sebagai PNS sebanyak 15 orang dan memilih jawaban lainnya sebanyak 5 orang.

Selanjutnya untuk mengetahui latar belakang ditanyakan tingkat pendidikan yang Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pada tingkat SMP/MTS dan SD/MI sebagai latar belakang pendidikan tertinggi yaitu 25 orang, disusul tingkat pendidikan SMA/SMK dan Perguruan tinggi sebanyak 20 orang, serta tidak tamat sebanyak orang.

Faktor- faktor Pendapatan yaitu penghasilan atau uang saku rata-rata perbulan yang diperoleh pengunjung.. Dilihat dari data, bahwa pendapatan pengunjung cukup besar, maka sebaiknya pengelola membuat semacam wahana-wahana baru yang bisa digunakan oleh pengunjung, sehingga pada saat orang berkunjung ke Objek Wisata Pagat orang tidak bosan karena seperti yang diketahui bahwa ke objek wisata pagat hanya sekedar jalan-jalan biasa saja dan cepat membuat orang menjadi bosan, mungkin disana perlu disediakan seperti tempat bermain anak-anak, tempat bersantai yang lebih banyak lagi dan juga dibukanya kios-kios yang menjual souvenir-souvenir

khas objek wisata pagat, Agar kegiatan ekonomi bisa berkembang dengan baik di objek wisata pagat, akan tetapi harus tetap diingat bahwa biaya perjalanan berpengaruh negative, sehingga harus dipertimbangkan lagi karena apabila biaya perjalanan terlalu tinggi mungkin saja akan menurunkan jumlah kunjungan ke Objek Pagat.

Waktu dalam penelitian ini adalah waktu tempuh seseorang untuk menuju objek wisata pagat, yang meliputi waktu tempuh seseorang mulai dari tempat dia tinggal menuju objek wisata pagat. Dengan demikian, tujuan dari ekonomi Islam sebenarnya ialah sebagaimana tujuan Islam itu sendiri, yaitu upaya untuk mencapai kehidupan yang baik di dunia dan akhirat melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan masalah yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : .

1. Karakteristik pengunjung objek wisata pagat yaitu Seluruh pengunjung pergi ke wisata Pagat bersama rombongan. Baik keluarga, teman-teman maupun para

anggota-anggota dalam suatu kegiatan organisasi seperti para pecinta alam. Umumnya pengunjung di Pagat didominasi oleh kalangan muda mudi dengan umur < 25 tahun dan masih banyak yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa dengan pendidikan terakhir setara dengan SMA. Pendapatan atau uang saku pengunjung wisata Pagat adalah lebih dari Rp. 1.500.000. pengunjung atau berjenis kelamin perempuan 63 ,dan bejenis laki-laki 37 hampir menyatakan ingin berlibur ke Objek Wisata Pagat.

2. Faktor yang mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan ke objek wisata pagat adalah biaya , usia, pendapatan dan waktu.

Biaya merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi permintaan jumlah kunjungan ke objek wisata pagat.

B. Saran

Perlu dilakukan pemeliharaan dan peningkatan kualitas sarana dan prasarana yang telah tersedia untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung serta penambahan sarana prasarana yang diperlukan bagi pengunjung serta penambahan atraksi wisata alam untuk meningkatkan jumlah pengunjung.

Menentukan posisi Objek Wisata Pagat dalam peta perekonomian Kalimantan Selatan. Apabila objek wisata ini dibuat kedalam peta perekonomian maka objek wisata ini akan semakin berkembang karena pemerintah akan memberikan bantuan dana yang besar agar bisa digunakan untuk memperbaiki fasilitas-fasilitas yang rusak dan juga menambah fasilitas-fasilitas yang baru, khususnya dinas-dinas terkait dengan sektor ini, hendaknya lebih memperhatikan lagi misal dengan memberikan bantuan dana untuk pengembangan objek wisata ini.

Menjaga kebersihan Objek Wisata Pagat agar para pengunjung nyaman untuk berada di daerah tersebut. Sebagai bahan masukan bagi pengelola agar bisa mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi jumlah kunjungan ke Objek Wisata Pagat.