

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Pustaka**

Adapun tinjauan pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu yang bersumber dari beberapa jurnal antara lain:

1. Yolanda Hani Putriani dan Atina Shofawati (2015) telah melakukan penelitian dengan judul “Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan antara mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga bidang studi Ekonomi Islam, Akuntansi, Ilmu Ekonomi dan Manajemen dalam berperilaku konsumsi Islami. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga memiliki pola konsumsi dan tingkat religiusitas yang Islami walaupun sebagian dari mereka tidak mempelajari konsumsi Islami. Persamaan dalam penelitian ini yaitu topik penelitiannya, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada objek penelitian, selain itu juga terdapat perbedaan pada hasil penelitian, dimana penelitian ini melakukan perbandingan antar jurusan yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga.
2. Zulfikar Alkautsar dan Meri Indri Hapsari (2014) telah melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam

Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim”. Hasil dari penelitian ini adalah ada empat unsur konsumsi Islam yang digunakan sebagai pedoman bagi umat Islam ketika mereka melakukan konsumsi, yaitu: konsumsi produk halal, menghindari konsumsi berlebihan (*isrâf*), membayar zakat, infaq, dan amal, dan membuat kebutuhan prioritas. Informan mengakui bahwa ada perbedaan dalam perilaku konsumsi mereka sebelum dan sesudah mengetahui teori konsumsi Islam. Persamaan dari penelitian ini yaitu topik penelitiannya, sedangkan perbedaan dari penelitian ini yaitu objek penelitian, objek penelitiannya adalah Mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam Universitas Surabaya.

3. Novi Indriyani Sitepu (2016) telah melakukan penelitian dengan judul “Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif menjadi kebiasaan masyarakat Indonesia, sehingga penghasilan masyarakat sebagian besar hanya untuk konsumsi. Sedangkan Islam menawarkan pola konsumsi yang seimbang yaitu tidak tabdjjir dan tidak *isrâf*. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian. Sedangkan perbedaan dari penelitian ini terdapat pada metode penelitian, dimana penelitian ini melakukan analisis dengan metode kualitatif yang menggunakan tehnik analisis *library research*.
4. Ima Amaliah, Aan Julia, dan Westi Riani (2015) telah melakukan penelitian yang berjudul “Etika Konsimsi Islami dari Pegawai SMU di

Kota Bandung”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak ada perbedaan signifikan perilaku konsumsi dari pegawai yang bekerja di lembaga pendidikan Islam dan umum di Kota Bandung. Secara keseluruhan, perilaku konsumsi Islami dari para pegawai yang bekerja di lingkungan pendidikan SMA di Kota Bandung terkategori tinggi, terutama untuk indikator memilih barang yang halal dan baik serta *maslahah* dalam konsumsi. Namun masih ada perilaku pegawai yang mengarah pada tindakan mubazir dan berlebihan yang disebabkan karena pengaruh iklan, potongan harga, serta gengsi pribadi. Perlu adanya *internalisasi* nilai-nilai agama di berbagai lini kehidupan serta peningkatan pengetahuan agar seorang individu dapat mengurangi perilaku konsumtif yang dapat membahayakan dirinya dan kehidupan secara keseluruhan. Persamaan dari penelitian ini terdapat topik penelitian, sedangkan perbedaan dari penelitian ini terdapat pada metode penelitian, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode survei. Jumlah responden 100 orang yang diambil dari seluruh pegawai (guru, tata usaha, dan staf administrasi) yang bekerja di sepuluh SMA terpilih.

5. Bagus Baidhowi dan Irham Zaki (2014) telah melakukan penelitian dengan judul “Implementasi Konsumsi Islami Pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantren al-Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa guru sekolah asrama Al Aqobah di Kecamatan

Diwek, Kabupaten Jombang, telah menerapkan konsumsi Islam secara hukum (halal), mereka tidak boros tidak hanya dalam menghabiskan kekayaan tetapi juga dalam kehidupan mewah dan menunjukkan aset. Mereka juga dapat membuat sistem keseimbangan antara konsumsi duniawi dan akhirat. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian, sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian, dimana objek penelitian ini yaitu Pengajar Pondok Pesantren al-Aqobah, Kecamatan Diwek, Kabupaten Jombang)

6. Suharyono (2018) telah melakukan penelitian dengan judul “Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Hasil penelitian ini menunjukkan Sumber Daya Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak akan pernah terlepas dengan pemenuhan kebutuhan atau konsumsi. Ekonomi Islam memberikan gambaran dan pedoman dalam hal konsumsi yang dibenarkan dan disyaratkan dalam ajaran Islam yang berpedoman kepada aturan syariat. Suatu barang atau komoditas yang sebenarnya diperbolehkan untuk digunakan ataupun dikonsumsi bisa menjadi sesuatu yang dapat bertentangan dengan syariat tergantung dengan perilaku dalam menggunakan barang atau komoditas tersebut. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada pembahasan, dimana penelitian ini menjelaskan perilaku konsumen secara mendalam dari segi Ekonomi Islam.

7. Alhassan Haladu (2016) telah melakukan penelitian yang berjudul *“The Influence Of Sosial Norms On The Consumption Pattern Of Hausa-Fulani People In Nigeria”*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai tradisional dan modern memiliki pengaruh signifikan terhadap konsumen *Hausa-Fulani*. Namun, sementara nilai-nilai tradisional memiliki dampak langsung, nilai-nilai modern memiliki efek terbalik. Agama tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi mereka. Hal ini terutama disebabkan oleh tingkat kemiskinan yang tinggi. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian, sedangkan perbedaan dari penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang dilakukan pada kelompok etnis Hausa-Fulani di Nigeria.
8. Tahir Ahmad Wani (2015) telah melakukan penelitian yang berjudul *“Buying Behaviour-An Islamic Perspective An analysis of an Ideal Muslim Buying Behaviour”*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa agama Islam mensyaratkan seorang konsumen muslim untuk membeli barang berdasarkan nilai yang meliputi barang yang akan dikonsumsinya, karena Islam mendorong perilaku konsumsi yang bernilai pada setiap Muslim. Islam menuntut seorang Muslim untuk menjauhkan diri dari mengonsumsi barang yang haram dan memberikan madharat yang lain. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian. Perbedaan pada penelitian ini terdapat

pada objek penelitian, objek penelitian ini yaitu di *Hailey College of Commerce, University of the Punjab, Pakistan*.

9. Volkan (2016) telah melakukan penelitian yang berjudul “*Dismantling The Relationship Between Materialism, Consumption Status And Attitude Towards Debt: The Role Of Islamic Religiosity*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai materialistik secara positif mempengaruhi konsumsi status bagi para Islami. Penelitian ini menyimpulkan bahwa religiusitas Islam tidak hanya tidak menolak konsumsi tetapi juga menambah hubungan antara konsumsi status dan sikap konsumen terhadap hutang. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian. Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada tujuan penelitian, dimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana religiusitas mempengaruhi hubungan-hubungan ini di Turki dimana konsumsi terdestigma di kalangan elit ekonomi.
10. Yazid, Fikri Farhan, dan Yuli Ardiansyah (2015) telah melakukan penelitian dengan judul “*Factors Affecting Muslim Students Awareness of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keyakinan agama, identitas diri dan paparan media mempengaruhi kesadaran konsumen Muslim tentang produk halal secara parsial atau bersamaan. Penelitian ini mengumpulkan data dari responden yang merupakan mahasiswa dari tiga Universitas Islam di Yogyakarta dengan sebagian besar dari

mereka berada di pertengahan tahun pendidikan. Persamaan dalam penelitian ini terdapat pada topik penelitian, sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada objek penelitian yang berada di tiga Universitas Islam di Yogyakarta.

Penelitian ini memiliki persamaan dan perbedaan dari penelitian terdahulu, dimana persamaan dari penelitian terdahulu adalah membahas perilaku konsumsi yang berdasarkan hukum dan aturan-aturan dalam syariat Islam untuk mengatur konsumsi seseorang, sedangkan perbedaan dari penelitian terdahulu lebih menjurus kepada faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi masyarakat itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu faktor religiusitas, faktor pemahaman mengenai teori konsumsi Islam, faktor ekonomi, faktor iklan dan diskon harga, faktor tradisional dan modernisasi, dan faktor kebiasaan atau budaya.

## **B. Landasan Teori**

### **1. Pemahaman Konsumsi Islam**

Dalam penelitian ini, pemahaman yang dimaksud adalah pemahaman seorang Muslim terhadap teori konsumsi Islam (sebagai bagian dari ajaran agama Islam). Pemahaman konsumsi Islam tidak terlepas dari pemahaman seorang Muslim mengenai ajaran agama Islam itu sendiri. Allah SWT memberikan petunjuk kepada orang-orang yang mau memahami dan mengamalkan ajaran agama Islam terutama dalam hal berkonsumsi yang tidak boleh berlebih-lebihan,

makan makanan yang halal, sederhana, dan memprioritaskan kebutuhan. Berikut ini adalah penjelasan dari unsur pemahaman konsumsi Islam adalah (Al-Haritsi, 2006:141):

a. Konsumsi Produk Halal

Mengonsumsi produk-produk yang halal, baik halal zatnya, cara pengelolannya dan cara memperolehnya. Karena konsumsi produk yang halal akan mendatangkan *maslahah* dan berkah yang tidak didapat dari konsumsi produk yang haram (Hidayat, 2010: 232). Allah telah berfirman d Al-Qur'an mengenai konsumsi produk halal. Adapun firman-firman Allah antara lain:

Allah berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah:

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

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu” (Q.S Al-Baqarah, 2:168)

Allah menjelaskan bahwa Dia maha pemberi rezeki kepada seluruh makhluk-Nya. Dia menganugerahkan kepada mereka kebolehan memakan makanan yang halal lagi baik, serta melarang mereka memakan makanan yang diharamkan kepadanya (Al-Rifa'i, 1999:267). Allah menyuruh hamba-Nya yang beriman memakan yang baik-baik dari rezeki yang telah dianugerahkan kepada mereka. Oleh karena itu, hendaklah mereka bersyukur kepada-Nya jika mereka mengaku sebagai hamba-Nya. Memakan

makanan halal merupakan sarana untuk diterimanya do'a dan ibadah.

Dalam hadits yang shahih juga terdapat seruan untuk mengkonsumsi barang yang halal dan menjauhi barang yang haram.

عَنْ أَبِي عَبْدِ اللَّهِ التُّعْمَانِ بْنِ بَشِيرٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: إِنَّ الْحَلَالَ بَيِّنٌ وَإِنَّ الْحَرَامَ بَيِّنٌ وَبَيْنَهُمَا أُمُورٌ مُشْتَبِهَاتٌ لَا يَعْلَمُهُنَّ كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ، فَمَنْ اتَّقَى الشُّبُهَاتِ فَقَدْ اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعَرْضِهِ، وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ وَقَعَ فِي الْحَرَامِ، كَالرَّاعِي يَزْعَى حَوْلَ الْحِمَى يُوشِكُ أَنْ يَرْتَعَ فِيهِ، أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمَى أَلَا وَإِنَّ حِمَى اللَّهِ مُحَارِمُهُ أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ أَلَا وَهِيَ الْقَلْبُ [رواه البخاري ومسلم]

*"Dari Abu Abdillah Nu'man bin Basyir rodhiyallohu'anhu, dia berkata, Saya pernah mendengar Rosululloh shallallohu 'alaihi wasallam bersabda: "Sesungguhnya sesuatu yang halal telah jelas serta yang haram juga telah jelas dan diantara keduanya terdapat perkara-perkara syubhat (yang masih samar/tidak jelas), yang kebanyakan manusia tidak mengetahui (hukum)nya. Barangsiapa yang berhati-hati terhadap perkara syubhat, maka sesungguhnya dia telah menyelamatkan agama dan kehormatannya. Dan barangsiapa yang terjerumus kepada perkara syubhat, pasti akan terjerumus kepada yang haram. Seperti halnya seorang penggembala yang menggembala di sekitar daerah larangan, sehingga dikhawatirkan hampir-hampir (menggembala) di dalamnya. Ingatlah bahwa tiap-tiap raja mempunyai larangan. Ingatlah bahwa larangan Allah adalah apa-apa yang diharamkan-Nya. Ingatlah bahwa di dalam tubuh ada segumpal daging, jika baik, maka baiklah seluruh tubuhnya, jika ia rusak maka rusaklah seluruh tubuhnya. Ingatlah, ia adalah jantung." (HR. Bukhori dan Muslim).*

b. Konsumsi Proporsional

Konsumsi Proporsional atau tidak mengonsumsi produk-produk secara berlebih-lebihan, pelarangan untuk berkonsumsi secara berlebih-lebihan juga dilarang dalam Islam. *Isrâf* atau berlebih-lebihan dalam Islam didefinisikan sebagai kegiatan konsumsi yang melebihi kebutuhan diri seseorang. Untuk menghindari *isrâf*, Imam Al-Ghazali seperti yang dikutip oleh Karim (2010: 62) mengemukakan bahwa membuat skala prioritas konsumsi merupakan salah satu upaya untuk mengurangi *isrâf* dalam berkonsumsi bagi seorang Muslim. Allah telah berfirman dalam Al-Qur'an mengenai larangan berlebih-lebihan bagi umat manusia, firman Allah antara lain:

Allah berfirman dalam Q.S Al-A'râf:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-A'râf, 7:31)

Ayat ini merupakan bantahan terhadap kaum musyrikin yang melakukan thawaf di Baitullah sambil telanjang secara sengaja; laki-laki berthawaf pada siang hari dan perempuan pada malam hari. Maka Allah SWT berfirman: “Hai anak Adam, pakailah perhiasanmu ketika memasuki masjid”. Yang dimaksud “perhiasan” di sini ialah pakaian untuk menutupi aurat. Kaum

musrikin disuruh mengenakan baju setiap kali mau memasuki masjid. Berdasarkan ayat ini dan sunnah yang semakna dengan ayat itu, maka disunahkan untuk mempercantik diri setiap kali melakukan shalat, terutama shalat Jum'at, shalat Jama'ah dan shalat Idul Fitri. Memakai parfum dan bersiwak merupakan pelengkap dalam menghias diri. Selain itu, ayat ini juga merupakan anjuran untuk tidak berlebih-lebihan dalam berkonsumsi.

Allah berfirman dalam Q.S Al-Mā'idah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas*” (Q.S Al-Mā'idah, 5:87)

Arti penting ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebihan tentu akan ada pengaruhnya pada perut. Pemanfaatan konsumsi secara berlebih-lebihan merupakan ciri khas masyarakat yang disebut dalam Islam dengan istilah *Isrâf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghabur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyipuan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tidak sesuai dengan aturan syari'at.

Mengenai larangan berlebih-lebihan dalam berkonsumsi tidak hanya terdapat pada Al-Qur'an melainkan juga dalam hadits. Berikut beberapa hadits yang melarang sikap berlebih-lebihan, antara lain:

Sabda Nabi saw dari Ibnu Abbas: *“Jauhkanlah diri kamu dari berlebih-lebihan dalam agama karena orang-orang sebelum kamu hancur hanya sebab berlebih-lebihan dalam agama”*. (H.R Ahmad)

c. Konsumsi Sosial

Konsumsi sosial atau menafkahkan sebagian hartanya di jalan Allah, seorang muslim yang hartanya telah mencapai nisab, diwajibkan untuk menunaikan zakat maal. Selain zakat maal, dalam Islam juga dikenal bentuk konsumsi sosial atau redistribusi lainnya seperti infaq, sedekah, dan hibah. Seorang Muslim yang menunaikan ZIS (Zakat, Infaq, Sedekah), akan memperoleh keberkahan pada hartanya. Penunaian ZIS juga merupakan bentuk menjaga tali persaudaraan melalui pengurangan kesenjangan antara si miskin dan si kaya yang berimplikasi pada peredaman kecemburuan sosial yang marak terjadi karena adanya kesenjangan kekayaan di masyarakat (Muflih, 2006:127). Allah telah berfirman dalam Al-Qur'an mengenai konsumsi sosial, firman Allah antara lain:

Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ  
الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا  
فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji” (Q.S Al-Baqarah, 2:267).

Ayat ini menyerukan pada orang-orang yang beriman kepada Allah dan mengikuti Rasul-Nya untuk menginfakkan sebagian harta yang halal dan baik yang telah di peroleh. Orang-orang diperintahkan agar berinfak dari tumbuh-tumbuhan bumi yang telah Allah anugerahkan, dan janganlah kita sengaja memilih harta yang jelek untuk diinfakkan. Allah memerintahkan untuk memilih yang baik dari itu semua dan tidak memilih yang buruk, yaitu yang jelek lagi hina untuk mereka sedekahkan, seandainya mereka memberikan barang yang seperti itu kepada orang-orang yang berhak mereka berikan, pastilah merekapun tidak akan meridhainya, mereka tidak akan menerimanya kecuali dengan kedongkolan. Maka yang seharusnya adalah mengeluarkan yang tengah-tengah dari semua itu, dan yang lebih sempurna adalah mengeluarkan yang paling baik. Sedang yang dilarang adalah

mengeluarkan yang jelek, karena yang ini tidaklah memenuhi infak yang wajib dan tidak akan memperoleh pahala yang sempurna dalam infak yang sunnah

Adapun beberapa hadits mengenai keutamaan zakat, infaq dan sedekah, antara lain:

*“Hadis riwayat Abu Hurairah ra., ia berkata, Rasulullah saw. bersabda: Tidaklah seorang yang bersedekah dengan harta yang baik, Allah tidak menerima kecuali yang baik, kecuali (Allah) Yang Maha Pengasih akan menerima sedekah itu dengan tangan kanannya. Jika sedekah itu berupa sebuah kurma, maka di tangan Allah yang Maha Pengasih, sedekah itu akan bertambah sampai menjadi lebih besar dari gunung, sebagaimana seseorang di antara kalian membesarkan anak kudanya atau anak untanya.”* (Shahih Muslim No.1684)

d. Prioritas Kebutuhan

Prioritas kebutuhan, Islam mengajarkan bahwa pemenuhan kebutuhan merupakan hal yang penting dalam kehidupan manusia. Bahkan Islam telah memberikan *konfigurasi* (bentuk atau wujud) kebutuhan manusia menjadi tiga tingkatan, dimulai dari yang paling utama adalah *dharūriyāt* (primer), *ḥājjiyāt* (sekunder), dan *taḥsīniyāt* (tersier). Sepintas *konfigurasi* tersebut tidak berbeda dengan *konfigurasi* kebutuhan manusia dalam ekonomi sekuler. Namun sebenarnya terdapat hal yang membedakan kebutuhan primer dalam ekonomi Islam dengan ekonomi sekuler. Kebutuhan primer dalam ekonomi Islam mencakup agama dengan kata lain beribadah kepada Allah, kehidupan, pendidikan, keturunan, dan harta (Muflih, 2006: 66).

Allah berfirman dalam Q.S. Az-Dzāriyāt:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya: “Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka beribadah kepada-Ku.” (Q.S Az-Dzāriyāt, 51:56)

Makna dari ayat ini adalah ibadah merupakan bukti rasa syukur manusia kepada Allah SWT yang telah menciptakan manusia dengan sebaik-baik bentuk dan yang dengan kemurahan-Nya Allah memberikan fasilitas hidup. Sikap tersebut sudah seharusnya dimiliki oleh setiap manusia, apabila manusia mempunyai kesadaran akan hak itu. Maka dari itu, kita hidup harus mengutamakan ibadah, sebagaimana yang telah diperintahkan oleh Allah.

## 2. Teori Konsumsi Islam

Konsumsi bagi seorang Muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam menaati Allah, hal ini memiliki indikasi positif dalam kehidupan. Seorang Muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan di akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini (Abdul, 2013: 160).

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep *utilitas* (kesenangan atau kepuasan) melainkan kemaslahatan (*maslahah*). Pencapaian *maslahah* tersebut merupakan tujuan dari *Maqāṣid al-*

*Sharī'ah*. Konsep *utilitas* sangat subjektif karena bertolak belakang pada pemenuhan kepuasan atau *wants*, dan konsep *maslahah* relatif lebih objektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau *needs*. *Maslahah* di penuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki *maslahah* ataupun tidak. Adapun *utilitas* ditentukan lebih subjektif karena akan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya (Fauzia dan Riyadi, 2014: 165).

Teori konsumsi Islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah, *dharūriyāt* (primer), *ḥājjiyāt* (sekunder), dan *taḥsīniyāt* (tersier) (Muflih, 2006: 66-70). Kebutuhan *dharūriyāt* mencakup agama (*al-Dîn*), kehidupan (*al-nafs*), pendidikan (*al-'aql*), keturunan (*al-nasl*), dan harta (*al-mâl*). Tingkatan kebutuhan manusia menurut Islam selanjutnya adalah kebutuhan *ḥājjiyāt*. Kebutuhan ini berfungsi sebagai pelengkap kebutuhan *dharūriyāt*. Kebutuhan *ḥājjiyāt* hanya bisa dipenuhi apabila kebutuhan *dharūriyāt* sudah terpenuhi. Tidak terpenuhinya kebutuhan *ḥājjiyāt* sebenarnya tidak mengancam aspek *dharūriyāt* selama kebutuhan *dharūriyāt* masih terpenuhi. Tingkatan kebutuhan selanjutnya adalah *taḥsīniyāt*, tingkatan kebutuhan ini memiliki fungsi sebagai penambah keindahan dan kesenangan hidup. Kebutuhan *taḥsīniyāt* hanya boleh dipenuhi setelah kebutuhan *dharūriyāt* dan *ḥājjiyāt* terpenuhi lebih dulu (Muflih, 2006: 66-70).

Prioritas konsumsi seorang Muslim harus mengutamakan kebutuhan *dharūriyāt* dibandingkan dengan kebutuhan *ḥājjiyāt* dan *taḥsīniyāt*. Kebutuhan *ḥājjiyāt* dan *taḥsīniyāt* hanya boleh dipenuhi setelah semua kebutuhan *dharūriyāt* terpenuhi. Sepintas, prioritas pemenuhan kebutuhan tersebut tidak berbeda dengan prioritas pemenuhan kebutuhan yang ada di dalam teori konsumsi ekonomi sekuler, namun jika diperhatikan lagi, kebutuhan *dharūriyāt* mengandung unsur-unsur yang berbeda dengan kebutuhan primer yang ada di teori konsumsi ekonomi sekuler. Perbedaan tersebut adalah kebutuhan seseorang untuk beribadah. Teori konsumsi ekonomi sekuler hanya mencakup kebutuhan sandang, pangan, papan, dan pendidikan. Islam mengajarkan umatnya untuk hidup selaras, yaitu dengan terpenuhinya kebutuhan *duniawi* dan *ukhrawi*. Sehingga kebutuhan untuk beribadah termasuk dalam kebutuhan *dharūriyāt* (primer).

Islam mengajarkan bahwa pembelanjaan uang tidak hanya sebatas pada pemenuhan kebutuhan materi saja, tapi juga dalam bentuk kebutuhan spiritual atau bathin dengan melakukan konsumsi sosial atau menafkahkan sebagian harta yang dimiliki dalam bentuk zakat, infaq, dan sedekah. Konsumsi sosial mendapat perhatian penting dalam Islam karena konsumsi tersebut dapat berkontribusi secara langsung membantu dalam memenuhi kebutuhan sarana dan prasarana jasmani maupun rohani (Muflih, 2006:17).

Ada beberapa aspek tentang konsumsi dalam perspektif Islam seperti hal berikut:

a. Halal

Halal memiliki definisi yaitu tindakan yang dibenarkan untuk dilakukan oleh *syara'* (Sholihin, 2010: 301). Halal dibagi menjadi tiga, antara lain (Kasmawati, 2014: 50-55):

- 1) Halal menurut sifat zatnya, yaitu makanan yang bendanya jelas halal, baik, bermanfaat bagi kesehatan, tidak merusak badan dan akal pikiran, serta tidak kotor dan tidak menjijikkan.
- 2) Halal menurut cara memperolehnya, yaitu makanan yang diperoleh dengan cara-cara yang dihalalkan atau sesuai dengan ketentuan *syara'*, tidak dengan cara yang haram seperti perjudian, mencuri, menipu, riba, dan lain sebagainya.
- 3) Halal menurut cara pengelolannya, yaitu makanan yang semula halal dan akan menjadi haram apabila cara pengelolannya tidak sesuai dengan syariat Islam, contohnya seperti coklat yang dicampur dengan minyak babi, dan anggur yang diolah menjadi minuman keras.

Allah SWT berfirman dalam Q.S Al-Baqarah:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُلْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ  
فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ عَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang ia tidak menginginkannya dan*

*tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S Al-Baqarah, 2:173)*

Pada bidang konsumsi, etika Islam berarti seseorang ketika mengonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT. Karena itu, orang-orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan mentaati perintah-perintah Allah dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah-anugrah yang diciptakan Allah untuk umat manusia.

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *isrâf* (pemborosan) atau *tabdzîr* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabdzîr* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni, untuk tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Setiap katagori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar

dan berimbang, bukan pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan (Monzer, 1997: 28).

Mengonsumsi produk-produk haram, baik berupa pangan (makanan dan minuman), obat-obatan, dan kosmetika, adalah sesuatu yang harus dihindari oleh setiap Muslim. Hal itu karena mengonsumsi produk-produk haram tidak hanya akan membahayakan secara fisik bagi yang bersangkutan, tetapi juga membawa konsekuensi *ukhrawi* (kehidupan akhirat).

Ketika Allah menghalalkan hal-hal yang baik kepada manusia, tidak ada maksud di balik penghalalan tersebut kecuali untuk kemaslahatan bersama, dan ketika Allah mengharamkan hal-hal yang *khabaits* (buruk) kepada manusia, tidak ada maksud di balik pengharaman tersebut kecuali untuk kemaslahatan bersama pula.

Setelah penjelasan di atas mengenai halal menurut Al-Qur'an dan Sunnah, maka di sini akan dijelaskan metode *Istinbâthî*. *Istinbâthî* merupakan mengeluarkan hukum dari sumbernya atau upaya mengeluarkan hukum dari Al-Qur'an dan as-Sunnah dengan jalan *Ijtihâd* (Efendi, 2005: 177), untuk mengetahui status kehalalan sebuah produk, barang, perilaku atau tindakan.

*Ijtihâd* adalah upaya untuk menggali suatu hukum yang sudah ada pada zaman Rasulullah SAW. Hingga dalam

perkembangannya, *Ijtihâd* dilakukan oleh para sahabat, *tabi'in* serta masa-masa selanjutnya hingga sekarang ini. Menyangkut *Ijtihâd* pun, tidak semua orang mampu melakukannya, orang-orang yang berhak melakukan *Ijtihâd* adalah ahli fiqih, para ulama-ulama yang mengerti secara mendalam mengenai Al-Qur'an dan as-Sunnah (Ahmad, 2007: 87).

*Ijtihâd* secara umum memang memiliki makna yang begitu luas, mencakup segenap pencurahan daya intelektual dan bahkan spiritual dalam menghadapi suatu kegiatan atau permasalahan yang sukar, dari hal tersebut, upaya pengerahan kemampuan dalam berbagai lapangan ilmu, seperti ilmu kalam, falsafah, tasawuf, fiqih dan sebagainya merupakan suatu bentuk *Ijtihâd* dan pelakunya disebut *Mujtahid* (Harun, 1994: 108).

Sesungguhnya bagi seorang *Mujtahid* dalam melakukan *Ijtihâd*, harus mempraktekkan *Ijtihâd*-nya dan bersifat konsisten atasnya, dengan tahap awal hendaklah ia melihat *nash-nash* Al-Qur'an dan as-Sunnah, jika *nash-nash* itu ditemukan, maka harus didahulukannya dari pada yang lain. Akan tetapi, jika tidak ditemukannya, maka ia harus berpegang dengan *dzahir* dari keduanya dan menggunakan *manthuq* dan *mafhum*-nya. Jika itu pun tidak ditemukannya kembali, hendaklah ia memperhatikan perbuatan-perbuatan Nabi SAW, sesudah itu *taqrir* beliau bagi segelintir umatnya. Setelah itu ia melihat *ijmâ'*, jika memandang

*ijmâ'* dapat dijadikan *hujjah* (alasan), maka ia harus memperhatikan *qiyâs* dengan menggunakan ketentuan '*illat*, baik secara keseluruhan atau sebagian sesuai yang dibutuhkan oleh *Ijtihâd*-nya (Kholik, 2013: 142).

Di antara metode *Ijtihâd* yang digunakan oleh para ulama atau *Mujtahid* adalah, metode *bayânî* (kajian semantik, metode yang menggunakan pendekatan kebahasaan), metode *qiyâsî* (penentuan rasionalistik, metode penetapan hukum yang menggunakan pendekatan penalaran), metode *istihsânî* (mendahulukan suatu ketentuan hukum dari ketentuan hukum lain), metode *isitshlâhî* (filosofis, metode penetapan hukum yang menggunakan pendekatan kemaslahatan), dan metode *sadd al-dzarî'ah* (menutup jalan ke arah terjadinya kemudharatan yang pada asalnya boleh) (Al-Dawalibi, 1965: 405).

#### 1) Metode *Bayânî*

Metode *bayânî* yaitu metode yang menggunakan pendekatan kebahasaan. Dalam metode ini, dimasukkan semua kegiatan yang berkaitan dengan kebahasaan (semantik), kapan suatu lafadz diartikan secara majaz, bagaimana memilih salah satu arti dari lafadz *musytarak* (ketidak jelasan), mana ayat yang umum yang diterangkan (*am, mubayyan, lex generalis*), mana pula yang khusus, yang menerangkan (*khash, mubayyin, lex specialist*), mana ayat yang *qath'î* (yang artinya tidak

berubah), dan mana pula yang *zhannî* (yang artinya masih mungkin untuk dikembangkan), kapan suatu perintah dianggap wajib dan kapan dianggap sunnah, kapan larangan itu dianggap haram dan kapan makruh. Metode ini berijtihad dengan cara memahami *nash*, baik Al-Qur'an maupun hadits yang *nah*-nya masih diperdebatkan (Hasbi, 1987: 70).

## 2) Metode *Qiyâsî*

Metode *qiyâsî* yaitu metode penetapan hukum dengan menggunakan pendekatan penalaran dengan cara meneliti '*illat*. Dalam metode ini, dimasukkan semua penalaran yang menjadikan '*illat* (keadaan atau sifat yang menjadi tambatan hukum) sebagai titik tolaknya. Di sini, dibahas cara-cara menemukan '*illat* di dalam *qiyâs* dan *istihsânî* serta pengubahan hukum itu sendiri, sekiranya ditemukan '*illat* baru (sebagai pengganti yang lama) (al-Qardhawi, 1980: 350).

## 3) Metode *Istihsânî*

Metode *istihsânî* merupakan penetapan hukum yang mendahulukan suatu ketentuan hukum dengan ketentuan hukum lain. Dalam metode ini, seorang *Mujtahid* dalam melakukan *Ijtihâd* untuk menemukan dan menetapkan suatu hukum, biasanya tidak jadi menggunakan suatu dalil, baik dalil itu menggunakan *qiyâs*, dalam bentuk hukum *kullî* atau dalam kaidah umum, sebagai gantinya ia menggunakan dalil lain

dalam bentuk *qiyās* lain yang dinilai lebih kuat (Sulaiman, 1995:130). Alasannya adalah karena dengan cara itulah seorang *Mujtahid* menganggapnya sebagai cara terbaik yang lebih banyak mendatangkan kemaslahatan.

#### 4) Metode *Istishlâḥî*

Metode *istishlâḥî* yaitu metode penetapan hukum yang menggunakan pendekatan kemaslahatan. Dalam metode ini, ayat-ayat umum dikumpulkan guna menciptakan beberapa prinsip umum yang digunakan untuk melindungi atau mendatangkan kemaslahatan (Amir, 2001: 64). Prinsip-prinsip tersebut disusun menjadi tiga tingkatan, yaitu *dharūriyāt* (kebutuhan primer), *ḥājjiyāt* (kebutuhan sekunder), dan *taḥsīniyāt* (kebutuhan tersier). Prinsip umum ini dideduksikan kepada persoalan yang ingin diselesaikan.

#### 5) Metode *Sadd al-Dzari'ah*

Metode *sadd al-dzari'ah* yaitu menutup jalan ke arah terjadinya *mafsadat* (kemudaratan) yang pada asalnya boleh. Sebagaimana kita ketahui bahwa pembentuk hukum itu ada yang ditentukan oleh *maqāṣid* dan ada pula yang ditentukan oleh *wasīlah*. yang pertama diterapkan pada suatu perbuatan yang secara zatnya mengandung kemaslahatan atau kemudaratan. Apabila tidak demikian, maka hukumnya ditentukan berdasarkan *wasīlah*-nya dengan cara

memperhatikan media-media yang dapat membawa kepada maksud hukum (Mustafa, 1993: 566). Dengan demikian, yang terakhir ini selalu memperhatikan pada konsekuensi atau akibat suatu perbuatan. Ada yang membawa kemaslahatan dan ada pula yang membawa kemudaratan (*mafsadat*). Apabila membawa kemudaratan meskipun perbuatan tersebut pada asalnya boleh maka berubah status hukumnya menjadi haram. Inilah yang dimaksud *sadd al-dzari'ah* (Zuhaili, 1997:873).

b. Sertifikasi Halal

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat Islam. Sertifikat Halal MUI ini merupakan syarat untuk mendapatkan ijin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (LPPOM MUI, 2019).

Tujuan Sertifikasi Halal MUI adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal (LPPOM MUI, 2019).

Setiap konsumen punya hak untuk memperoleh jaminan bahwa produk-produk yang dikonsumsinya adalah halal. Sementara tidak semua konsumen seiring dengan rumitnya

masalah teknologi pangan yang terus berkembang, dapat mengetahui kehalalan produk makanan.

Oleh sebab itu, MUI, melalui LPPOM dan Komisi Fatwa telah berikhtiyar untuk memberikan jaminan makanan halal bagi konsumen Muslim melalui instrumen sertifikat halal. Namun, karena sifatnya suka rela, tidak semua produsen makanan, minuman dan obat-obatan mau melakukan sertifikasi, sebagaimana mestinya.

c. Konsep Islam tentang Kebutuhan

Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Dimana setiap individu mempunyai kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginan-keinginan mereka. Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh *maslahah*. Penulisan kebutuhan dalam Islam tidak bisa dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *Maqāṣidal-Sharī'ah*. Di mana tujuan syariah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen (Syarif, 2012: 161-162).

Berdasarkan hal di atas perilaku konsumsi Islami berbeda dengan konvensional. Konsumsi Islami akan selalu memperhatikan maslahat, dan maslahat yang paling utama adalah tujuan syariat Islam (*Maqāṣid al-Sharī'ah*). Sebagai tujuan utama dalam Islam yang mengarah pada perlindungan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Untuk lebih lanjutnya akan digambarkan tentang

konsumsi Islam dengan penjelasan yang terdapat dalam tabel berikut (Ikhawan, 2013: 158-159):

**Tabel 2.1 Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan**

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

Sumber: Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2015

Teori konsumsi Islami berbeda dengan konvensional.

Perbedaan ini dilihat dari karakteristik nilai konsumsi di atas.

- 1) Konsumsi dalam Islam bersumber dari fitrah manusia yang suci yang didasari oleh aturan-aturan agama. Aturan-aturan ini mengatur apa yang dibolehkan dan apa yang dilarang, bukan berdasarkan hasrat atau nafsu. Jika manusia melakukan kegiatan konsumsi berdasarkan nafsu maka nafsu akan cenderung untuk mendorongnya kepada kejelekan, sebaliknya ketika apabila berdasarkan fitrah maka fitrah akan mendorongnya kepada kebaikan.
- 2) Dari segi hasil yang akan dicapai dalam teori konsumsi Islami adalah manfaat dan berkah, berbeda dengan konvensional yang dituju adalah kepuasan. Perbedaannya ketika kepuasan menjadi sasaran utama terkadang mengabaikan manfaat dan berkah, sebaliknya ketika manfaat dan berkah yang menjadi hasil, maka kepuasan akan mengikutinya setelah itu. Kepuasan ini

terkadang hanya berasal dari keinginan yang mengikuti nafsu, sehingga terkadang sesuatu yang dikonsumsi tersebut sebenarnya bukanlah berasal dari kebutuhan.

- 3) Ukuran dari konsumsi Islami berbeda dengan konvensional, teori konsumsi Islam menjadikan fungsi sebagai ukuran, bukan preferensi atau selera. Kebutuhan akan sesuatu berdasarkan fungsinya bukan berdasarkan preferensi atau selera, sehingga pemenuhannya asal sesuai fungsi atau tepat guna maka sudah tepat ukurannya. Berbeda jika ukurannya adalah selera, selera akan membuka pintu untuk bermewah-mewahan, boros dan mubazir, sehingga ukurannya menjadi tidak stabil.
- 4) Sifat dari konsumsi juga berbeda, ketika konsumsi berdasarkan sifatnya maka keinginan akan menjadi sangat subjektif karena masing-masing orang akan sangat berbeda keinginannya, sementara jika sifatnya adalah kebutuhan maka lebih objektif, karena kebutuhan akan memiliki standar dan strata tersendiri, mulai dari yang paling pokok sampai dengan kebutuhan yang tersier atau mewah.
- 5) Dari segi tuntunan Islam atau etika Islam keinginan harus dibatasi, karena keinginan manusia tidak akan ada batasnya kalau tidak dibatasi, sementara kebutuhan harus dipenuhi. Setiap manusia secara pribadi wajib untuk berusaha, bekerja dan bertanggung jawab memenuhi kebutuhannya terutama

kebutuhan pokoknya. Kalau ia tidak sanggup maka negara melalui pemimpin wajib bertanggung jawab terhadap terpenuhinya kebutuhannya. Kewajiban ini adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia, dan bukan keinginan. Kebutuhan standar masing-masing manusia memiliki kriteria yang sama dalam Islam yang terangkum dalam *Maqāṣidal-Sharī'ah*.

Seperti yang telah disinggung pada latar belakang permasalahan, konsumsi pada dasarnya dibangun atas dua hal, yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan atau kepuasan (manfaat). Karena secara rasional seseorang tidak pernah mengonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dalam perspektif ekonomi Islam, dua unsur ini mempunyai kaitan yang erat (*interdependensi*) dengan konsumsi itu sendiri (Chaudhary, 2012: 161-162).

#### 1) Kebutuhan (*hajat*)

Manusia adalah makhluk yang tersusun dari berbagai unsur, baik badan, hati, ruh dan akal. Unsur-unsur ini mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Seperti kebutuhan manusia untuk makan, pada dasarnya bukanlah kebutuhan perut atau jasmani, namun selain akan memberikan pengaruh terhadap kuatnya jasmani, makan juga akan berdampak pada unsur tubuh yang lain seperti ruh, akal dan

hati. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak selamanya sesuatu yang dikonsumsi dapat memenuhi kebutuhan secara hakiki dari seluruh unsur tubuh.

## 2) Kegunaan atau Kepuasan (manfaat)

Konsep manfaat ini sudah tercetak bahkan menyatu dalam konsumsi itu sendiri. Para ekonom menyebutnya sebagai perasaan rela yang diterima oleh konsumen ketika mengonsumsi suatu barang. Dalam hal ini Islam memandang manfaat sebagaimana disaratkan oleh ayat Al-Qur'an bahwa manfaat antonim dari bahaya dan terwujudnya kemaslahatan. Sedangkan dalam pengertian ekonomi, manfaat adalah nilai guna tertinggi pada sebuah barang yang dikonsumsi oleh seorang konsumen pada suatu waktu, bahkan lebih dari itu, barang tersebut mampu memenuhi kebutuhan dasar hidupnya.

Dengan demikian sudah tampak jelas bahwa manfaat adalah terminologi Islam yang mencakup kemaslahatan, faedah dan tercegahnya bahaya. Manfaat bukan sekedar kenikamatan yang hanya bisa dirasakan oleh anggota tubuh manusia, namun lebih dari itu, manfaat merupakan cermin dari terwujudnya kemaslahatan hakiki dan nilai guna maksimal yang tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif di kemudian hari (Abdur, 2013: 95).

### 3. Etika Konsumsi Dalam Islam

#### a. Tauhid (Kesatuan)

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah "Tauhid". Menurut Yusuf Qardawi yang dikutip oleh Muhammad (2004: 168-169) dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: *rabbānīyah ghayah* (tujuan) dan *wijhah* (sudut pandang). Kriteria yang pertama menunjukkan maksud bahwa tujuan akhir dan sasaran Islam adalah jauh kedepan, yaitu menjaga hubungan dengan Allah secara baik dan mencapai ridho-Nya. Sehingga pengabdian kepada Allah merupakan tujuan akhir, sasaran, puncak cita-cita, usaha dan kerja keras manusia dalam kehidupan (*fana*) ini. Kriteria kedua adalah *rabbānīyah mashdar* (sumber hukum) dan *manhaj* (sistem). Kriteria ini mempunyai kaitan dengan kriteria pertama. Artinya, kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran dan tujuan puncak (kriteria pertama) bersumber pada Al-Qur'an dan hadits Rasulullah.

#### b. Keseimbangan (*Equilibrium*)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang telah disediakan Allah SWT. pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara seimbang sesuai dengan Syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan material, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Oleh karenanya dalam Islam konsumsi tidak

hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah (*fi sabilillah*) (Rianto, 2011: 142).

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia merupakan makhluk yang berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah dimengerti bahwa manusia terlepas dari *Qadha* dan *Qadhar* yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Dengan kata lain bahwa *Qadha* dan *Qadhar* merupakan bagian dari kehendak bebas manusia. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktifitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita (Rianto, 2011: 143).

d. Amanah (*Responsibility* atau Pertanggung Jawaban)

Manusia adalah *khalifah* atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhilafahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang Muslim bukan hanya kepada Allah namun juga kepada lingkungan (Rianto, 2011: 143).

a. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara material maupun spiritual. Sebaliknya benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam (Rianto, 2011: 143-144).

b. Sederhana

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang "ekstrim" antara paham materialistis dan *zuhud* (Muhammad, 2004:172). Sifat sederhana, antara lain, adanya rasa malu, tenang (dapat mengendalikan hawa nafsu/keinginan), dermawan, cukup (tidak berlebihan), loyal (tidak kikir), dan berperilaku mulia (Muhammad, 2004: 173).

Etika Islam tentang konsumsi ini lebih diarahkan kepada pihak konsumen bukan pada pihak produsen. Konsumen hendaknya membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhannya tanpa berlebih-lebihan dan menghindari pembelanjaan yang dapat mengakibatkan pemborosan. Selain itu, Islam juga menganjurkan

hidup sederhana dan menjauhi hidup yang mewah (Abdul, 2013: 171).

#### 4. Teori Perilaku Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumen Muslim sangat berbeda dengan teori perilaku konsumen yang ditemui pada teori perilaku konsumen ekonomi sekuler. Perbedaan tersebut terletak pada nilai dasar teori, motif dan tujuan konsumsi, serta teknik pemilihan dan pengalokasian anggaran untuk berkonsumsi (Wigati, 2011: 31). Terdapat tiga nilai yang menjadi dasar perilaku konsumen Muslim, yaitu:

- a. Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat. Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah:

وَالَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمَا أُنزِلَ مِنْ قَبْلِكَ وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ

Artinya: “Dan mereka yang beriman kepada Kitab (Al Qur'an) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat.” (Q.S Al-Baqarah, 2:4)

Seorang Muslim yang senantiasa beriman pada hari kiamat dan adanya kehidupan akhirat dapat dipastikan akan selalu berusaha menjaga konsumsinya agar tetap sesuai dengan tuntunan Islam.

- b. Tingkat kesuksesan seorang Muslim diukur dengan moral agama yang dimilikinya, bukan dari seberapa banyak harta yang dimilikinya sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al-Hujurat:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ  
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: “Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal.” (Q.S Al-Ḥujurāt, 49:13)

- c. Memiliki kekayaan bukanlah sesuatu yang buruk, namun pemanfaatan kekayaan itu harus sesuai dengan tuntunan Islam sebagaimana dalam Q.S. Al-Baqarah:

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتْبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذَىٰ  
لَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: “Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkan mereka itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati.” (Q.S Al-Baqarah, 2:262)

Dalam teori perilaku konsumen muslim terdapat nilai-nilai yang menjadi dasar seorang berperilaku selayaknya sebagai muslim yang baik, yaitu keyakinan adanya hari kiamat, dimana seorang muslim dituntut untuk meyakini bahwa kehidupan dunia ini hanya sementara dan akan ada kehidupan akhirat yang kekal. Selanjutnya nilai keyakinan tingkat kesuksesan seorang muslim diukur dengan moral agama dan ke imanan yang dimilikinya, karena seorang muslim percaya bahwa ketika mereka memiliki moral agama, maka kesuksesan

yang mereka dapatkan tidak hanya di dunia, melainkan juga di akhirat. Terakhir yaitu memiliki keyakinan bahwa kekayaan bukanlah sesuatu yang buruk, namun pemanfaatan kekayaan itu harus sesuai dengan tuntunan Islam, maksudnya disini adalah ketika seorang muslim memiliki harta kekayaan yang lebih, maka seharusnya mereka memanfaatkan apa yang mereka miliki di jalan Allah, seperti zakat, infaq, dan sedekah.

## **5. Perilaku Konsumtif**

Menurut Simbolon (2010: 11), perilaku konsumtif adalah perilaku pembelian suatu produk secara berlebihan tanpa pertimbangan secara rasional untuk mendapatkan kepuasan sebesar-besarnya secara berlebih-lebihan. Terdapat delapan indikator perilaku konsumtif (Sumartono, 2002: 119), yaitu:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan karena manfaat/kegunaannya).
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklan.
- g. Adanya penilaian bahwa pembelian produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merk berbeda) dalam satu waktu, saat produk yang pertama dibeli belum habis dipakai.

Dari beberapa indikator di atas, dapat disimpulkan bahwa banyak faktor yang mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif, terutama pada remaja. Jatman dalam Fitriyani, dkk (2013:56) mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, yang tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar.

## **6. Teori Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif**

Konformitas adalah perubahan perilaku dan sikap seseorang untuk memenuhi standar yang dibentuk oleh suatu kelompok agar seseorang dapat diterima sebagai bagian dari kelompok tersebut (Simbolon, 2010: 16). Konformitas dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Hal ini diungkapkan oleh Simbolon bahwa untuk mendapatkan pengakuan atau penerimaan oleh suatu masyarakat, seseorang bisa saja akan membeli produk-produk yang tidak terlalu dibutuhkan, namun agar dapat diterima oleh masyarakat atau untuk mendapat pengakuan, seseorang akan tetap membeli produk-produk tersebut (Simbolon, 2010: 24).

Myers juga berpendapat bahwa terdapat dua hal pembentuk konformitas pada diri seseorang (Myers, 2010: 216). Kedua hal tersebut sering terjadi pada individu secara bersamaan dalam kehidupan sehari-hari, kedua hal tersebut adalah:

a. Pengaruh Normatif

Pengaruh ini menjadikan seseorang untuk menyesuaikan dirinya dengan keinginan atau harapan orang lain untuk dapat diterima. Seseorang akan berusaha membuat dirinya patuh pada norma-norma suatu kelompok yang apabila dilanggar, terdapat sanksi berupa penolakan atau pengucilan dirinya dari suatu kelompok.

b. Pengaruh Informasional

Penyesuaian pemikiran atau keinginan yang dilakukan oleh individu karena adanya anggapan bahwa informasi yang berasal dari kelompoknya lebih akurat dibandingkan dengan informasi yang dimilikinya sendiri. Sehingga terdapat kecenderungan bagi individu tersebut untuk konform dalam menyamakan sugesti atau pendapat.

Pengaruh normatif mendorong terjadinya penyesuaian sebagai akibat pemenuhan pengharapan kelompok untuk mendapat persetujuan atau penerimaan, agar disukai dan agar terhindar dari penolakan. Sedangkan pengaruh informasional mendorong individu untuk melakukan penyesuaian akibat dari penerimaan pendapat

kelompok, yang menjadi bukti dalam mendapatkan pandangan akurat sehingga mengurangi ketidak pastian (Myers, 2010:216)

Menurut Carmen (2008), pengaruh normatif dan pengaruh informasional dalam konformitas memiliki peranan dalam diri seseorang disaat melakukan proses konsumsi. Pengaruh normatif memiliki peranan pada proses konsumsi terjadi saat individu mengikuti peraturan kelompok, sedangkan pengaruh informasional memiliki peranan pada proses konsumsi terjadi apabila individu menjadikan kelompok sebagai acuan dalam merekomendasikan produk yang akan dikonsumsi.