

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Kebutuhan adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya. Di dalam kehidupan manusia, kebutuhan manusia dapat dikelompokkan menjadi tingkat kepentingannya, yaitu ¹:

- a. Kebutuhan Primer, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang harus dan wajib terpenuhi di dalam kehidupan. Kebutuhan primer dapat dikatakan sebagai kebutuhan pokok yang harus terpenuhi seperti makanan, pakaian dan tempat tinggal.
- b. Kebutuhan Sekunder, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang tidak harus dipenuhi tetapi apabila mampu memenuhinya tidak apa-apa dengan syarat kebutuhan primernya sudah terpenuhi. Misalnya membeli televisi atau kulkas di dalam rumah.
- c. Kebutuhan Tersier, kebutuhan ini adalah kebutuhan yang bersifat mewah. Pada umumnya, kebutuhan ini dilakukan oleh orang-orang yang berpenghasilan tinggi misalnya mobil dan perhiasan.

¹ Eng Ahman, *Membina Kompetensi Ekonomi*, (Bandung : Grafindo Media Pratama, 2007), 3.

Konsumsi secara umum dapat diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia.² Untuk memenuhi kebutuhan konsumsinya, seseorang harus mempunyai pendapatan.

Pemenuhan di dalam sebuah kebutuhan hidup, manusia sering merasa kurang puas dengan apa yang telah dinikmatinya. Semakin besar materi yang didasari karena adanya kebutuhan tapi karena adanya keinginan. Tindakan seperti ini adalah perilaku konsumtif. Menurut Sarwono, perilaku adalah segala sesuatu yang dilakukan oleh satu individu dengan individu lainnya dan bersifat nyata. Sedangkan konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai sesuatu yang maksimal³. Jadi perilaku konsumtif adalah sesuatu yang dilakukan seseorang dengan mengkonsumsi suatu barang atas dasar keinginan bukan kebutuhan dengan berlebihan. Adapun beberapa pengertian dari para ahli mengenai perilaku konsumtif adalah ⁴:

- a. Menurut Lubis, perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena

² Todaro, *Ekonomi Dalam Pandangan Modern*. Terj. (Jakarta: Bina Aksara, 2002), 213.

³ Nabella Sefina, *Budaya Pop: Perilaku Konsumtif Pengguna Hijab Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Pola Perilaku Konsumsi Pengguna Hijab Di Kalangan Mahasiswa Uns*, Skripsi, 10

⁴ *Ibid*, Hal 11

adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

b. Menurut Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

c. Menurut Anggasari, perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Menurut Lina dan Rosyid, berikut adalah aspek-aspek yang terdapat di dalam perilaku konsumtif ⁵:

a. Pembelian Impulsif (Impulsive Buying)

Menurut kharis, impulsive buying adalah perilaku seseorang yang apabila dalam membeli sesuatu tidak direncanakan terlebih dahulu, sedangkan menurut Rook adalah pembelian yang terjadi ketika konsumen mengalami desakan tiba-tiba, yang biasanya sangat kuat dan menetap untuk membeli sesuatu dengan segera. Dorongan pembelian ini adalah sifat foya-foya dan dapat

⁵ Lina dan Rasyid, H.F, *Perilaku konsumtif berdasarkan locus of control pada remaja putra. Jurnal Psikologika*, 4 (1997), 24-28.

merangsang konflik emosional, sehingga aspek ini mudah terjadi karena adanya keinginan konsumen uang berubah-ubah. Aspek ini menunjukkan bahwa seseorang berperilaku membeli suatu barang hanya didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan yang sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan atau berlebihan

Perilaku konsumtif adalah sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas. Boros adalah membelanjakan sesuatu tidak pada tempatnya ataupun melebihi ukuran yang semestinya.

c. Mencari Kesenangan (Non Rational Buying)

Aspek ini adalah dimana konsumen membeli suatu barang yang sebenarnya bukan untuk kebutuhan namun hanya dilakukan untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana seseorang akan merasa senang apabila menggunakan barang yang dapat membuat dirinya lain daripada yang lain dan akan membuat dirinya lebih trendy. Selain aspek-

aspek yang ada di dalam perilaku konsumtif, terdapat juga karakteristik atau indikator perilaku konsumtif yaitu :

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan gengsi
- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat).
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri
- h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Perilaku konsumtif tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Proses keputusan pembelian proses di mana seseorang akan membeli suatu produk atau jasa dengan dipengaruhi berbagai faktor. Keputusan pembelian tersebut apabila berlebihan dalam pembelian maka akan

menjadi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif menurut Kotler dipengaruhi oleh berbagai faktor yaitu⁶ :

a. Faktor Internal (faktor pribadi)

1. Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah dan menginterpretasikan informasi. Persepsi individu tentang informasi tergantung pada pengetahuan, pengalaman, pendidikan, minat, perhatian dan sebagainya.

2. Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang terdiri atas dua orang atau lebih yang berhubungan melalui darah, perkawinan, adopsi dan tempat tinggal. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Keluarga primer terdiri dari orang tua dan saudara kandung.

⁶ Etta Mamang Sangadji Dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*, (Yogyakarta : Cv Andi Offset, 2013), 41-49

Dari orang tua individu mendapatkan orientasi atas agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3. Motivasi dan keterlibatan

Sumarwan menyimpulkan bahwa motivasi muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen. Kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidaknyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan itu.

4. Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Himpunan bagian dari informasi total yang relevan dengan fungsi konsumen di dalam pasar disebut pengetahuan konsumen. Menurut Engel, pengetahuan konsumen dibagi dalam tiga bidang umum, yaitu pengetahuan produk (*product knowledge*), pengetahuan

pembelian (*purchase knowledge*), dan pengetahuan pemakaian (*usage knowledge*).

5. Sikap

Sikap merupakan kecenderungan faktor motivasional yang belum menjadi tindakan. Sikap merupakan hasil belajar. Sikap merupakan nilai yang bervariasi (suka-tidak suka). Sikap ditujukan terhadap suatu objek, bisa personal atau nonpersonal.

6. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan proses yang dilakukan secara sadar yang berdampak terhadap adanya perubahan kognitif, afektif dan psikomotor secara konsisten dan relatif permanen.

7. Kelompok usia

Usia mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan. Anak-anak mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Berbeda dengan halnya remaja, mereka cenderung mulai mempertimbangkan beberapa hal seperti mode, desain, warna dan sebagainya. Berbeda halnya dengan orang tua atau dewasa, mereka akan

mempertimbangkannya dengan matang dengan beberapa hal seperti harga, manfaat, dan lain-lain.

8. Gaya hidup

Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang”, yang berinteraksi dengan lingkungannya.

9. Keadaan Ekonomi.

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva (presentase yang lancar atau *likuid*), hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap atas belanja dan menabung. Pemasar barang-barang yang peka terhadap harga terus memperhatikan *trend* penghasilan pribadi, tabungan, dan tingkat bunga. jika indikator ekonomi menandakan *resesi*, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang,

melakukan penempatan ulang, dan menetapkan kembali harga produk sehingga mereka dapat terus menawarkan nilai pada pelanggan sasaran.

b. Faktor eksternal

1. Budaya

Budaya merupakan variabel yang mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan.

2. Kelas social

Kelas sosial mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam pasar. Kelas sosial ditentukan oleh banyak faktor antara lain pekerjaan, prestasi pribadi, interaksi, kepemilikan, orientasi nilai dan kesadaran kelas.

3. Keanggotaan dalam suatu kelompok

Setiap orang akan bergabung dengan kelompok-kelompok tertentu. Alasan bergabungnya seseorang di dalam individu

terkadang dikarenakan misalnya memiliki kesamaan hobi, kesamaan profesi dan sebagainya.

c. Faktor situasional

Situasi dapat dipandang sebagai pengaruh yang timbul dari faktor yang khusus untuk waktu dan tempat yang spesifik yang lepas dari karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Situasi konsumen dapat dipisahkan menjadi tiga yaitu situasi komunikasi, situasi pembelian, dan situasi pembelian.⁷

2. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Belanja dipengaruhi oleh pendapatan. Antara orang miskin dan orang kaya berbeda dalam belanjanya. Daya beli orang kaya lebih besar karena ia memiliki peluang lebih besar dibanding dengan orang miskin yang kadangkala pendapatannya tidak mencukupi untuk memenuhi kebutuhannya⁸. Pendapatan inilah yang juga memengaruhi perilaku seseorang dalam membelanjakan hartanya.

⁷ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 130

⁸ Misbahul Munir, *Ekonomi Qur'ani Doktrin Reformasi Ekonomi Dalam Al-Qur'an*, (Malang: Uin Maliki Press, 2014), 108.

Perilaku konsumtif terkadang membuat seseorang jauh lebih mementingkan atau mendahulukan keinginan dari pada kebutuhan. Padahal, hal seperti itu tidaklah benar, seharusnya seseorang mendahulukan kebutuhan yang jauh lebih penting dari pada keinginan yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan.

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun factor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna.

Di sisi lain, keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Keinginan terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang dan jasa, hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antarsatu orang dengan orang lainnya.⁹

Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1¹⁰

Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan

⁹ Pusat Pengkajian Dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3ei), *Ekonomi Islam*, (Depok: Pt Raja Grafindo Persada, 2013), 130.

¹⁰ *Ibid*, 131.

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

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Namun manusia diperintahkan untuk mengonsumsi barang/jasa yang halal dan baik saja secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan *madharat*.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya perilaku konsumtif, diantaranya¹¹:

- 1) Pendapatan: Semakin tinggi pendapatan seseorang, maka semakin tinggi pula tingkat konsumsinya, begitu juga sebaliknya, semakin rendah pendapatan seseorang maka semakin rendah pula tingkat konsumsinya.

¹¹ [Http://Www.Kompasiana.Com/Adealfibadriawan/Perilaku-Konsumtif](http://Www.Kompasiana.Com/Adealfibadriawan/Perilaku-Konsumtif) Diakses Pada 20 Januari 2018

- 2) Harga-harga barang atau jasa yang dikonsumsi: Jika harga barang atau jasa relatif rendah, maka pada umumnya orang-orang akan menambahkan jumlah barang atau jasa yang akan dikonsumsi.
- 3) Ikut-ikutan: Kebanyakan orang terkadang ikut-ikutan dengan orang lain dengan membeli barang yang sama agar terlihat lebih trendy dan up to date dalam mengikuti perkembangan jaman.
- 4) Ingin dipuji dan ingin tampil beda: Ada segelintir orang yang ingin dipuji dan ingin tampil beda dengan membeli barang-barang yang cukup mahal dan terbatas, padahal sebenarnya dia tidak begitu membutuhkan barang tersebut.

Terkadang seseorang tidak menyadari akan kegunaan atau manfaat barang ataupun jasa yang ia konsumsi. Karena dipengaruhi oleh beberapa faktor tersebut maka seseorang tidak terlalu menghiraukan kegunaan atas apa yang ia konsumsi, karena yang terpenting baginya adalah rasa puas atau kepuasan yang telah didapatkan dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi.

3. Dampak Perilaku Konsumtif

Setiap manusia selalu berusaha mendapatkan penghasilan sebanyak-banyaknya dan berharap penghasilan tersebut dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

Tujuan jangka pendek memenuhi segala macam kebutuhannya, sedangkan tujuan jangka panjang meningkatkan kesejahteraan atau paling tidak dapat hidup layak.

Dalam upaya mengejar kehidupan yang layak, perilaku konsumtif setiap manusia berbeda-beda. Ada yang suka membelanjakan seluruh penghasilannya untuk konsumsi, adapula yang menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung. Suatu keadaan atau kecenderungan untuk membelanjakan seluruh pendapatan pada barang konsumsi disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan aspek negatif. Berikut dampak positif dan negatif¹²:

a. Dampak positif perilaku konsumtif

- 1) Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi dalam jumlah besar.
- 2) Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan agar bisa membeli barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis yang beraneka ragam.
- 3) Menciptakan pasar bagi produsen, karena bertambahnya jumlah barang yang dikonsumsi

¹² [Http://Idkf.Bogor.Net/Yuesbi/E-Du.Ku/Edukasi.Net/Smp/Ekonomi/Konsumsi/Materi04.Html](http://Idkf.Bogor.Net/Yuesbi/E-Du.Ku/Edukasi.Net/Smp/Ekonomi/Konsumsi/Materi04.Html)
Diakses Pada 5 Februari 2018

masyarakat maka produsen akan membuka pasar-pasar baruguna mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat.

b. Dampak negatif perilaku konsumtif

- 1) Pola hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan soisal, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.
- 2) Mengurangi kesempatan untuk menabung, karena orang akan lebih banyak membelanjakan uangnya dibanding untuk menabung dan investasi.
- 3) Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang, orang akan mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa mendatang.

B. Produk Pakaian Serba 35

Trend fashion merupakan mode pakaian atau perhiasan yang populer selamma waktu tertentu. Sama halnya dengan trend fashion pakaian produk

serba 35 ini. Istilah fashion sering digunakan dalam arti positif yaitu sebagai synonym untuk glamour, keindahan dan gaya atau style yang terus mengalami perubahan dari masa ke masa. Secara etimologis, fashion berasal dari bahasa latin yaitu factio dan facere yang mempunyai pengertian yang sama yaitu membuat atau melakukan. Arti kata fashion di dalam Oxpord English Dictionary (OED) mempunyai beberapa arti yaitu tindakan atau proses membuat, potongan atau bentuk tertentu, bentuk, tata acara atau cara bertindak dan berpakaian mengikuti konvensi. Arti tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua arti utama, yaitu kata kerja dan kata benda, meski sulit untuk dipastikan, kedua arti itu muncul menjadi baku dalam Bahasa Inggris pada pertengahan abad ketujuh belas. Sebagai kata benda, fashion berarti sesuatu seperti bentuk dan jenis atau buatan atau bentuk tertentu. Apabila sebagai kata kerja, fashion dipandang sebagai sinonim dengan kata cara atau perilaku yang ada di dalam ungkapan bahasa prancis “facon de parler”(cara bicara)¹³. Dan di dalam kamus bahasa Inggris Fashion adalah mode, dan mode adalah cara atau bentuk yang terbaru pada suatu waktu

¹³ Malcolm Barnard, *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, Dan Gender*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2011), 12

tertentu yang mengenai hal pakaian, hiasan dan sebagainya.¹⁴ Ada beberapa pengertian fashion menurut para ahli yaitu¹⁵ :

- a. Menurut Polhemus dan Procter, fashion adalah sesuatu bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak. Yang pada masyarakat kontemporer barat, istilah fashion cenderung diartikan sebagai dandanan, gaya dan busana.
- b. Menurut Thomas Carlyle, fashion adalah pakaian yang akan melambangkan jiwa pemakainya. Yang akan mencerminkan gaya hidup dan identitas suatu komunitas atau individu.
- c. Menurut Solomon, fashion adalah proses penyebaran sosial bagi sebuah mode baru untuk diadopsi oleh kelompok konsumen.
- d. Menurut Troxell dan Stone, fashion adalah gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota kelompok dalam satu waktu tertentu.

Fashion berkaitan dengan mode atau gaya yang digemari, kepribadian seseorang dan rentang waktu. Dari beberapa pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa fashion adalah cara seseorang bagaimana ia mendeskripsikan apa yang ada di dalam dirinya atau siapa dirinya seperti cara

¹⁴ Penyusun Kamus Pusat Pembinaan Dan Pengembangan Bahasa, *Kamus Besar Basa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989), 589

¹⁵ Tanny Windawaty, *Definisi Dan Pengertian Fashion*, <http://www.mamacantik.web.id/2015/07/definisi-dan-pengertian-fashion.html?m=1>, diakses pada 26 Februari 2018

berpakaian seorang artis, ia akan menampilkan sisi glamour dengan cara pakaiannya yang akan memperlihatkan siapa dirinya agar orang-orang tahu bahwa dia adalah seorang artis terkenal.

Pakaian adalah bahan tekstil dan serat yang digunakan sebagai penutup tubuh. Produk pakaian yang ada pada gerai pakaian serba 35 beraneka ragam.. Antara lain :

1. Rok

Salah satu produk yang disediakan gerai produk pakaian serba 35 adalah rok. Rok adalah sejenis [pakaian](#) dengan bentuk [pipa](#) atau [kerucut](#) yang cara pemakaiannya dimulai dari [pinggul](#) dan menutupi sebagian atau seluruh bagian [kaki](#). Berbeda dengan [celana](#), bagian dari rok tidak dibagi menjadi bagian kaki kiri dan bagian kaki kanan tetapi langsung menjadi satu bagian yang menutupi sebagian atau seluruh bagian kaki. Biasanya pakaian ini dipakai oleh [wanita](#), meskipun di beberapa [budaya](#) ada juga yang digunakan oleh kaum [pria](#) seperti di [Skotlandia](#).¹⁶ Rok adalah bagian busana khususnya busana wanita mulai dari batas pinggang ke bawah melalui panggul sampai panjang yang diinginkan. Rok dibuat terpisah dengan busana bagian atasnya dan dikenakan oleh wanita sebagai pasangan blus.

¹⁶ <https://id.wikipedia.org/wiki/Rok>, diakses pada 24 Maret 2018

Fungsi rok yaitu untuk menutup dan melindungi tubuh bagian bawah dari sengatan matahari, udara dingin, debu, dan untuk memenuhi syarat kesusilaan dan kesopanan.¹⁷

Banyak jenis bahan dari rok yang ada pada produk pakaian serba 35, antara lain spandek, katun, baloteli, kanvas sampai satin. Modelnya pun bermacam-macam, yakni rok span, rok plisket, rok payung, dan rok *skiny*.

2. Pakaian Dres

Pakaian Dres adalah Pakaian terusan yang terdiri dari atasan dan bawahan (rok) yang menyatu. Jadi bukan berdiri sendiri yang terdiri dari satu atasan dan satu bawahan (Rok).

Dan pada dasarnya Pakaian dres merupakan pakaian (Atasan) dan rok yang menjadi satu kesatuan atau tidak berdiri sendiri-sendiri.

Dari segi ukuran panjang, Dress terdiri dari mini dress/short dress, Midi dress dan long dress. Untuk dres muslim (Pakaian muslim) ada tunic. Pembagian ini berdasarkan panjang pendeknya Bagian bawah (rok). Selain sebutan diatas masih ada beberapa sebutan lainnya, Misal Party dress, Dress pesta, Dress malam (Sesuai situasi).

¹⁷ <https://viaparay.wordpress.com/2010/05/18/macam-macam-rok/>, diakses pada 24 Maret 2018

Pakaian dress yang disediakan pada produk pakaian serba 35 ini bermacam macam, ada minidress, longdress, bahkan daster. Mulai dari bahan spandek, katun, dan baloteli.

3. Blus

Blus adalah pakaian dengan model bagian atas longgar dan bagian bawahnya menggantung. Dan tidak jarang menggunakan ikat pinggang atau sabuk. Ukuran panjang Blus pendek hanya sampai kurang lebih pinggang (Atau hanya atasan saja).

4. Kemeja

Kemeja adalah sebuah pakaian dengan lengan panjang atau pendek, Berkrah, Menutup bagian tubuh atas, dan cenderung berkancing penuh.

Seiring perkembangan jaman, Dimana ide-ide cemerlang desainer fashion dunia selalu baru dan fashionable. Ini menyebabkan adanya perkembangan terhadap model dress, blus dan kemeja yang membuat penampilan busana atau fashion semakin menarik.¹⁸

Pada produk pakaian serba 35 ini menyediakan kemeja dengan berbagai model yang *up to date* dan dengan berbagai model dan bahan. Mulai dari bahan katun rayon, katun polylester, balotely, dan wolfish.

¹⁸ <https://goklatenjualango.blogspot.co.id/2014/10/Arti-baju-dres-blus-kemeja-dan-perbedaan-dress-blouses-hem.html> ,diakses pada 24 Maret 2018

5. Celana

Celana adalah [pakaian](#) luar yang menutup [pinggang](#) sampai mata kaki, kadang-kadang hanya sampai lutut, yang membungkus batang kaki secara terpisah, terutama merupakan pakaian lelaki.¹⁹

Salah satu produk yang disediakan gerai produk pakaian serba 35 adalah celana. Banyak jenis celana yang ditawarkan baik untuk laki-laki maupun perempuan, antara lain celana jogger, celana pendek, celana panjang, celana sepan, celana jeans, sampai celana kolor pun ada. Bahannya pun bermacam macam, mulai dari katun streench, balotely, jeans, katun, dan spandek.

6. Kaos

Kaos oblong atau disebut juga sebagai *T-shirt* adalah jenis pakaian yang menutupi sebagian lengan, seluruh dada, bahu, dan perut. Kaus oblong biasanya tidak memiliki kancing, kerah, ataupun saku. Pada umumnya, kaus oblong berlengan pendek (melewati bahu hingga sepanjang siku) dan berleher bundar. Bahan yang umum digunakan untuk membuat kaus oblong adalah katun atau poliester (atau gabungan keduanya).

¹⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Celana>, diakses pada 24 Maret 2018

Mode kaus oblong meliputi mode untuk wanita dan pria, dan dapat dipakai semua golongan usia, termasuk bayi, remaja, ataupun orang dewasa. Kaus oblong pada mulanya digunakan sebagai pakaian dalam. Sekarang kaus oblong tidak lagi hanya digunakan sebagai pakaian dalam tetapi juga sebagai pakaian sehari-hari.²⁰

7. Piyama

Kata "piyama" berasal dari [bahasa Bengali](#) *pajama*, yang pada gilirannya berasal dari [bahasa Persia](#) *پايجاما* *Payjama*. Piyama adalah sejenis pakaian malam. Piyama biasanya terdiri dari dua potong pakaian, walaupun ada juga yang terdiri dari satu potong. Biasanya digunakan oleh anak-anak, namun juga orang dewasa, terutama di musim dingin.²¹

Pada produk pakaian serba 35 ini model dan gaya nya selalu *up to date* mengikuti perkembangan zaman. Hal inilah salah satu sebab mengapa produk ini laris manis di banding dengan produk pakaian lainnya.

C. Konsumsi dalam Islam

Prinsip ekonomi dalam Islam yang disyariatkan adalah agar tidak hidup bermewah-mewah, tidak berusaha pada kerja-kerja yang dilarang, membayar zakat dan menjauhi riba, merupakan rangkuman dari akidah,

²⁰ https://id.wikipedia.org/wiki/Kaus_oblong, diakses pada 24 Maret 2018

²¹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Piyama>, diakses pada 24 Maret 2018

akhlak dan syariat Islam yang menjadi rujukan dalam pengembangan sistem ekonomi Islam. Nilai-nilai moral tidak hanya bertumpu pada aktifitas individu tapi juga pada interaksi secara kolektif, bahkan keterkaitan antara individu dan kolektif tidak bisa didikotomikan. Individu dan kolektif menjadi keniscayaan nilai yang harus selalu hadir dalam pengembangan sistem, terlebih lagi ada kecenderungan nilai moral dan praktek yang mendahulukan kepentingan kolektif dibandingkan kepentingan individual.²²

Al-Qur'an menetapkan satu jalan tengah (sikap wajar) antara dua cara hidup yang ekstrim, yaitu antara paham materialisme dan kezuhudan. Disatu sisi melarang membelanjakan harta secara berlebih-lebihan semata-mata menuruti hawa nafsu, sementara di sisi lain juga mengutuk perbuatan menjauhkan diri dari kesenangan menikmati benda-benda yang baik dan halal dalam kehidupan.²³

1. Definisi Konsumsi

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumsi diartikan sebagai pemakaian barang hasil produksi berupa pakaian, makanan dan lain sebagainya. Atau barang-barang yang langsung memenuhi kebutuhan hidup manusia, dengan kata lain, konsumsi adalah suatu kegiatan manusia yang secara langsung menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi

²² Umer Chapra, *Masa Depan Ilmu Ekonomi*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) 202-206.

²³ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), 22.

kebutuhannya dengan tujuan untuk memperoleh kepuasan yang berakibat mengurangi ataupun menghabiskan nilai guna suatu barang/jasa.²⁴

Dalam pendekatan ekonomi Islam, konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penawaran atau penyediaan. Perbedaan ilmu ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi konvensional.

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan- kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al- Qur'an dan as-Sunnah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.

Syari'at Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya. Imam Shatibi menggunakan istilah *Maslahah*, yang maknanya lebih luas dari sekedar utility atau kepuasan dalam

²⁴ Dewan Pengurus Nasional FORDEBI & ADESY, *Ekonomi dan Bisnis Islam Konsep dan Aplikasi dan Bisnis Islam*, 317.

terminologi ekonomi konvensional. Masalah merupakan sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan-tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.²⁵

2. Landasan Hukum Perilaku Konsumtif dan Konsumsi dalam Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan Islam mengenai aktivitas konsumsi terdapat dalam al-Qur'an dan as-Sunnah.

a. QS. Al-'An'am [6] : 141

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوشَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوشَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ مُخْتَلِفًا
أَكْلُهُ وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَّانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ ۚ كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا
حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ ۚ وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Dan Dialah yang menjadikan kebun-kebun yang berjunjung dan yang tidak berjunjung, pohon korma, tanam-tanaman yang bermacam-macam buahnya, zaitun dan delima yang serupa

²⁵ Afzalur al Rahman, Doktrin Ekonomi Islam, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995), 17

(bentuk dan warnanya) dan tidak sama (rasanya). Makanlah dari buahnya (yang bermacam-macam itu) bila dia berbuah, dan tunaikanlah haknya di hari memetik hasilnya (dengan disedekahkan kepada fakir miskin); dan janganlah kamu berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan”.

b. QS. Al-'A`raf [7] : 31

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

“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”.

c. QS. Al-'Isra' [17] : 26

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تَبْذُرْ تَبْذِيرًا

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros”.

d. Hadist

عن المقدم بن معدي كرب سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يقول ما

نألا آدمي وعاء شرا من بطن بحسب ابن آدم أكلا لا يقمن صلبه فإن كان

لَا مَحَالَةَ فَثُلُثٌ لِّطَعَامِهِ وَثُلُثٌ لِّشَرَابِهِ وَثُلُثٌ لِّنَفْسِهِ قَالَ أَبُو عِيسَى هَذَا

حَدِيثٌ حَسَنٌ صَحِيحٌ

“dari Miqdam bin Makdi Karib berkata; “saya mendengar Rasulullah saw bersabda: “tidak ada tempat yang paling jelek untuk dipenuhi isinya dari perut Anak Adam beberapa suap makanan yang bisa meluruskan punggungnya. Apabila ia harus mengisi perutnya, maka sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk rongga bernafas.”

Hadis diriwayatkan oleh Tirmidzi: 2302, Ibnu Majah: 3340 dan

Ahmad: 16556.

3. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Tujuan konsumsi yang disebutkan oleh Monzer Khaf dalam Nur Rianto dan Euis Amalia ada tiga yaitu konsumsi untuk kemashlahatan diri sendiri dan keluarga; kemashlahatan di masa mendatang dengan menabung; dan kemashlahatan sosial.²⁶

a. Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga

Tidak dibenarkan konsumsiyang dilakukan seseorang berakibat pada penyengsaraan diri sendiri dan keluarga karena kekikirannya.Allah SWT melarang pula perbuatan kikir

²⁶Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, Teori Mikroekonomi..., 92-93.

sebagaimana Allah SWT telah melarang perbuatan boros dan berlebih-lebihan.

b. Konsumsi untuk tabungan

Manusia harus menyiapkan masa depannya, karena masa depan merupakan masa yang tidak diketahui keadaannya. Dalam ekonomi penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan.

c. Konsumsi sebagai tanggung jawab sosial

Menurut ajaran Islam, konsumsi yang ditujukan sebagai tanggung jawab sosial ialah kewajiban mengeluarkan zakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga stabilitas dan keseimbangan ekonomi. Islam sangat melarang pemupukan harta, yang akan berakibat terhentinya arus peredaran harta, merintangai efisiensi usaha, dan pertukaran komoditas produksi dalam perekonomian.

4. Etika Konsumsi dalam Islam

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia meliputi; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah dan sederhana.

Islam adalah agama yang sarat etika. Pembicaraan mengenai etika Islam banyak dikemukakan oleh ilmuwan. Sebagaimana etika konsumsi dalam Islam, dijabarkan sebagai berikut:

a. Tauhid

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintahNya dan memuaskan diri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk manusia.

b. Adil

Pemanfaatan atas karunia Allah harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Qur'an secara tegas menekankan norma perilaku ini baik untuk hal-hal yang bersifat materiil maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah.

c. Kehendak bebas (free will)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhlukNya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari *qadha* dan *qadar* yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktivitas haruslah tetap memiliki batasan agar tidak menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.

d. Amanah (responsibility/pertanggungjawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanah Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun di akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang

muslim bukan hanya kepada Allah SWT namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi konvensional, baru mengenal istilah *corporate social responsibility*, maka ekonomi Islam telah mengenalnya sejak lama.

e. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menimbulkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta yang menimbulkan mashlahat untuk umat baik secara materiil maupun spiritual.

Prinsip-prinsip Islam tentang hukum halal dan haram dijelaskan sebagai berikut²⁷:

- 1) Pada dasarnya segala sesuatu boleh hukumnya
- 2) Penghalalan dan pengharaman hanyalah wewenang Allah
- 3) Mengharamkan yang halal dan menghalalkan yang haram itu termasuk perbuatan syirik kepada Allah.
- 4) Sesuatu diharamkan karena ia buruk dan berbahaya.
- 5) Pada sesuatu yang halal terdapat sesuatu yang dengannya tidak lagi membutuhkan yang haram.
- 6) Sesuatu yang mengantarkan kepada yang haram maka haram pula hukumnya.
- 7) Menyiasati yang haram, haram hukumnya.

²⁷Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*. (Solo: Era Intermedia, 2007), 33.

- 8) Niat baik tidak menghapuskan hukum haram.
- 9) Hati-hati terhadap yang syubhat agar tidak jatuh ke dalam yang haram.
- 10) Yang haram adalah haram untuk semua.
- 11) Darurat mengakibatkan yang terlarang menjadi boleh.

f. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya menuruti nafsu semata. Allah sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.

Perilaku membelanjakan harta tidak terlepas dari etika konsumsi dalam Islam. Secara etimologis, *amwal* bentuk jamak dari *mal*, yang berasal dari kata *mala-yamilu* berarti condong atau cenderung. Harta dijadikan yang membuat manusia cenderung baik dari materi maupun manfaat. Kecenderungan pada harta didorong oleh pemenuhan kebutuhan dan pemuasan kebutuhan dan pemuasan keinginan. Namun fokus hukum Islam yaitu pada pemenuhan kebutuhan, karena pemuasan keinginan tak terbatas.²⁸

²⁸Asep Saefuddin Jahar et.al, *Hukum Keluarga, Pidana & Bisnis*, (Jakarta: Kencana, 2013), 232.

Menurut Rahmat Syafei, *amwal*, dalam bahasa Arab disebut *al-mal* yang berarti condong, cenderung dan miring. Manusia cenderung ingin memiliki dan menguasai harta.²⁹

Mengenai pandangan tentang pentingnya kekayaan, Islam memberi banyak penekanan pada pengaturan dan penggunaan kekayaan tersebut. Manusia dianjurkan untuk menjaga harta benda mereka dengan hati-hati dan membelanjakannya secara adil dan bijaksana agar keinginan-keinginan yang dihalalkan itu terpenuhi (terpuaskan).³⁰

Islam juga melarang perbuatan israf dan tabzir, israf adalah mempergunakan sesuatu yang melewati batas-batas yang patut menurut Allah SWT. Orang yang berbuat israf termasuk perbuatan tercela yang mendatangkan kerugian dan tidak disenangi Allah. Sedangkan kata tabzir artinya pemborosan. Orang yang melakukan pemborosan disebut mubazirin atau mubazirun.

5. Batasan Konsumsi dalam Syari'ah

Islam sangat memberikan penekanan tentang cara membelanjakan harta, dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam

²⁹Rahmat Syafei, *Fikih Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 21-22.

³⁰Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 35.

menggunakan.

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 hal-hal sebagai berikut:

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

Kemampuan

barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

- b. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa.

Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dipasar.

- c. Kecenderungan Konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat³¹.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material

³¹ Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomi Mikro Islami*, 125

maupun spiritual.³²

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikan, larangan israf dan larangan bermegah-megahan. Karena Perhitungan antara pendapatan, konsumsi dan simpanan sebaiknya ditetapkan atas dasar keadilan sehingga tidak melampaui batas dengan terjebak pada sifat boros (tabzir) maupun kikir (bakhil), sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an surat ar-Rahman (55) ayat 7-9:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ (٧) أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ (٨)

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ (٩)

“Dan Allah telah meninggikan langit dan Dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”

Adapun yang dimaksud dengan peneracaan adalah sesuatu yang berkaitan dengan keadilan. Jika dikaitkan dengan pengeluaran konsumsi maka maksud dan tujuan dari peneracaan adalah adanya keharusan untuk menjaga keseimbangan antara pendapatan dan konsumsi dalam periode tertentu.

Begitu pula batasan konsumsi dalam syari'ah tidak hanya

³² Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 62.

berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya dikarenakan memiliki keterkaitan langsung yang dapat membahayakan terhadap fisik, moral maupun spiritual, serta keharaman yang disebabkan karena menggunakan cara yang bathil untuk mendapatkannya yang dapat membahayakan dirinya dan merugikan orang lain.

Meskipun demikian ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat mengangkat martabat manusia dan tidak melampaui batas kewajaran. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan.³³

³³ Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), 131.