

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah

1. Definisi Bank Syariah

Kata bank berasal dari kata *banque* dalam bahasa Perancis, *banco* dalam bahasa Italia, yang berarti peti atau lemari atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga seperti peti emas, peti berlian, peti uang dan sebagainya.¹ Yang dimaksud dengan bank syariah adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa lain dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang beroperasi disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu, usaha bank akan selalu berkaitan dengan masalah uang sebagai dagangan utamanya.²

Perbankan Islam memberikan layanan bebas bunga kepada nasabahnya. Pembayaran dan penarikan uang dilarang dalam semua bentuk transaksi. Islam melarang kaum muslim menarik atau membayar bunga (riba) berdasarkan Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ

¹Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 27

² Ibid.

اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.”

Riba secara bahasa berarti tumbuh dan membesar, bertambah banyak. Sedangkan menurut istilah, riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara *bathil*.³ Makna sesungguhnya dari riba telah menjadi bahan perdebatan sejak zaman kaum Muslim yang paling awal.⁴

Sedangkan menurut Qardhawy, “sesungguhnya riba yang diharamkan oleh Allah dan Rasul-Nya ialah riba konsumsi. Riba ini khusus bagi orang yang berhutang untuk kebutuhan pribadinya, untuk dimakan, diminum dan dipakai dirinya serta keluarganya.⁵ Dalam Al-qur’an diartikan sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya satu transaksi pengganti atau penyeimbang yang dibenarkan oleh syariah, seperti melalui transaksi jual beli, sewa menyewa atau

³Abdul Ghofur Anshori, *Perbankan Syariah di Indonesia*,(Yogyakarta: Gadjah Mada University Press,2009),12.

⁴Mervyn K. Lewis, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Serambi Ilmu Indonesia,2001),56.

⁵Yusuf Qordhowi dkk, *Haruskah Hidup dengan Riba* (Jakarta: Gema Insani Press, 1991), 35.

bagi hasil.⁶ Pelarangan inilah yang membedakan sistem perbankan Islam dengan sistem perbankan konvensional.⁷

2. Produk-Produk Bank Syariah

a. Sumber Dana

Sumber dana bank syariah dapat diperoleh dari :

1) *Wadiah*

Dari segi bahasa berarti meninggalkan atau melataknkan suatu barang kepada orang lain untuk dipelihara dan dijaga. Dari aspek teknis wadiah berarti titipan murni dari satu pihak ke pihak lain, baik individu maupun badan hukum, yang harus dijaga dan dikembalikan kapan saja si penitip kehendaki.

Landasan hukum akad ini adalah Al-Qur'an yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا (٥٨)

“Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.” (QS. An-nisaa’: 58).

2) Investasi

⁶Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2012),18.

⁷Ibid, 215

Investasi dapat berupa a) *mudharabah*, yaitu menyimpan atau deposit bertindak sebagai *shohibul maal* (pemilik modal) dan bank sebagai *mudharib* (pengelola). Dana tersebut digunakan oleh bank untuk melakukan pembiayaan *mudharabah*. Hasil usaha ini akan dibagihasilkan berdasarkan nisbah yang disepakati, b) *mudharabah mutlaqah*, yaitu tabungan dan deposito sehingga terdapat dua jenis himpunan dana yaitu tabungan *mudharabah* dan deposito *mudharabah*.

3) Investasi Khusus

Investasi khusus ini misalnya a) *Mudharabah muqayyadah on balance sheet*, adalah simpanan khusus di mana pemilik dana dapat menetapkan syarat-syarat tertentu yang harus dipatuhi oleh bank, b) *Mudharabah muqayyadah off balance sheet*, adalah penyaluran dana mudharabah langsung kepada pelaksana usahanya, di mana bank bertindak sebagai perantara yang mempertemukan antara pemilik modal dengan pelaksana usaha.⁸

b. Penyaluran Dana

⁸Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, 60

Dalam penyaluran dana pada nasabah, bank syariah memiliki produk sebagai berikut :

1) *Bai'* (jual beli)

Prinsip jual beli dilaksanakan sehubungan dengan adanya perpindahan kepemilikan barang. Tingkat keuntungan bank ditentukan di depan dan menjadi bagian harga atas barang yang dijual. Transaksi jual beli dibedakan berdasarkan bentuk pembayaran dan waktu penyerahan barangnya. Ada tiga jenis jual beli yang dijadikan dasar dalam pembiayaan modal kerja dan investasi perbankan syariah, yaitu a) *Bai' al-murabahah*, yaitu jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati antara pihak bank dengan nasabah, b) *Bai' as-salam*, yaitu akad pemesanan barang yang disebutkan sifat-sifatnya, yang dalam majelis itu pemesan barang menyerahkan uang seharga barang pesanan dan barang pesanan tersebut menjadi tanggung jawab penerima pesanan, c) *Bai' al-istishna'*, yaitu satu jenis khusus dari *bai' as-salam* yang biasa digunakan di bidang manufaktur, sehingga ketentuannya seperti pada *bai' as-salam*.

2) *Ijarah* (sewa)

Al-ijarah berasal dari kata *al-ajru* yang berarti *al-‘iwadu* (ganti). *Ijarah* adalah akad perpindahan hak guna atas

barang dan jasa melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri.⁹ Dalam konteks perbankan syariah, ijarah berarti suatu bank atau lembaga keuangan syariah menyewakan peralatan pada salah satu nasabahnya berdasarkan pembebanan biaya yang sudah ditentukan secara pasti sebelumnya.

3) Bagi Hasil

Produk bank syariah yang didasarkan pada prinsip bagi hasil adalah : a) *al-musyarakah*, yaitu akad kerja sama antara kedua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan, b) *al-mudharabah*, yaitu akad kerja sama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal dan pihak lainnya menjadi pengelola.¹⁰

B. Perilaku Konsumen

1. Definisi Perilaku Konsumen

⁹Ibid, 66

¹⁰Ibid, 68

American Marketing Association mendefinisikan perilaku konsumen (*consumer behavior*) sebagai interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan kejadian di sekitar di mana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.¹¹ Sedangkan Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.¹² Selain itu, Engel, Blackwell dan Miniard (1995) mengartikannya sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.¹³

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen ialah semua kegiatan, tindakan serta proses psikologis yang mendorong tindakan pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan, produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.¹⁴

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

¹¹J. Paul Peter, *Consumer Behavior*, (Jakarta: Erlangga, 1999), 6.

¹²Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002), 4.

¹³Ibid, 4

¹⁴Ibid, 5

Keputusan pembelian dari pembeli sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli. Sebagian besar adalah faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh pemasar, tetapi harus benar-benar diperhitungkan.

a. Faktor kebudayaan

Perilaku nasabah dalam mengambil keputusan memilih jasa perbankan syariah dipengaruhi oleh faktor budaya yang meliputi:

1) Kultur (budaya)

Budaya didefinisikan sebagai sejumlah nilai, kepercayaan dan kebiasaan yang digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen langsung dari masyarakat tertentu (Sciffman dan Kanuk, 2000: 232). Budaya dalam hal ini menunjukkan adanya sekelompok masyarakat yang memiliki karakteristik tertentu yang membatasi mereka untuk bertindak.

2) Sub-Kultur (sub budaya)

Setiap budaya terdiri dari sub-budaya yang lebih kecil. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.¹⁵

3) Kelas sosial

¹⁵Amirullah, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2002), 47.

Stratifikasi kelas sosial merupakan istilah umum yang digunakan untuk menunjukkan tingkatan-tingkatan orang dalam suatu masyarakat dengan anggota masyarakat lain. Tingkatan ini nantinya akan menghasilkan suatu hirarki berupa kelompok status sosial yang tinggi dan rendah.¹⁶

Kotler menunjukkan beberapa karakteristik kelas sosial :

- a) Orang-orang yang berada dalam satu kelas sosial cenderung berperilaku sama.
- b) Posisi seseorang cenderung dipandang dari kelas sosialnya.
- c) Kelas sosial seseorang dipandang dari tingkat pendidikan, pendidikan, pekerjaan, dan orientasi terhadap nilai (gaya hidup).

b. Faktor Sosial

Selain dipengaruhi oleh faktor budaya perilaku nasabah juga dipengaruhi oleh faktor sosial yang meliputi :

1) Kelompok acuan (referensi)

Kelompok dapat didefinisikan sebagai dua atau lebih orang yang saling berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan kelompok referensi dapat diartikan sejumlah orang yang bertindak sebagai pembanding terhadap individu dalam setiap bentuk nilai, sikap, perilaku, dan kepercayaan

¹⁶Ibid,48

konsumsi individu.¹⁷ Ada tiga cara bagaimana kelompok referensi mempengaruhi keputusan seseorang : 1) pengaruh utilitarian, yaitu tekanan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok dalam berfikir dan berperilaku 2) Pengaruh nilai ekspresif yang mencerminkan keinginan serta ketersediaan untuk menerima nilai dari orang lain tanpa tekanan 3) Pengaruh informasi di mana kepercayaan dan perilaku orang lain diterima sebagai realita.

2) Keluarga

Peran keluarga sangat berpengaruh dalam keputusan konsumen atau nasabah, di mana setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda atas suatu produk. Namun. Setiap anggota dapat mempengaruhi anggota yang lain dalam keputusan memilihnya.

3) Peranan dan status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. masing-masing peran menghasilkan status. Orang memilih produk yang dapat mengkomunikasikan peran.¹⁸

c. Faktor Kepribadian

¹⁷Ibid, 50

¹⁸Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Prehallindo, 2002), 191.

Keputusan pemilihan juga dipengaruhi oleh faktor kepribadian, diantaranya :

1) Usia dan tingkat kehidupan

Orang membeli barang dan jasa yang berbeda sepanjang hidupnya karena kebutuhan mereka tidak akan selalu sama sepanjang usia.

2) Jabatan (pekerjaan dan lingkungan ekonomi)

Pekerjaan seseorang mempengaruhi minat dan perilakunya.

3) Kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi dapat berupa penghasilan yang bisa dibelanjakan atau tingkat pendapatan, tabungan dan aktiva, hutang, kemampuan untuk meminjam dan sikap.¹⁹

4) Gaya hidup

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.²⁰

5) Kepribadian dan konsep diri

¹⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 43.

²⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, 192.

Kepribadian dan konsep diri memungkinkan terbentuknya sebuah alasan yang berasal dari dirinya sendiri untuk melakukan suatu tindakan.

d. Faktor Kejiwaan (Faktor Psikologis)

Faktor kejiwaan meliputi :

1) Motivasi

Motivasi adalah dorongan untuk melakukan suatu tindakan yang berasal dari proses rangsangan yang kuat dari kebutuhan seseorang. Motivasi berasal dari kata dasar motif yang artinya sebab-sebab yang menjadi dorongan tindakan seseorang, dasar fikiran atau pendapat, sesuatu yang menjadi pokok.²¹ Sedangkan motivasi adalah proses yang menjelaskan intensitas, arah dan ketekunan seorang individu untuk mencapai tujuannya.²²

2) Pembelajaran

Saat seseorang bertindak, mereka bertambah pengetahuannya, pembelajaran merupakan perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman.

3) Pandangan

Pandangan atau persepsi adalah proses yang digunakan oleh seorang individu untuk memilih, mengorganisasi dan

²¹Muhammad Ali, *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Moderen* (Jakarta: Pustaka Amani),257.

²²<http://id.m.wikipedia.org/wiki/motivasi>.

mengintegrasikan masukan-masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti.

4) Keyakinan dan sikap

Melalui bertindak dan belajar, orang mendapatkan keyakinan dan sikap, keduanya kemudian mempengaruhi perilaku nasabah.

3. Proses Perilaku Pengambilan Keputusan Konsumen

Proses pembelian yang spesifik terdiri dari urutan kejadian berikut:

Pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.²³



Ada lima tahap dalam pengambilan keputusan pembelian yang digambarkan oleh Kotler dan model pembanding dari James F. Angel yaitu :

a. Menganalisis keinginan dan kebutuhan

Untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi, maka konsumen akan segera memahami adanya kebutuhan yang belum segera terpenuhi atau masih bisa ditunda

²³ Nugroho J Setiadi, *Perilaku Konsumen*, 16.

memenuhannya. Serta kebutuhan-kebutuhan yang harus terpenuhi.²⁴

b. Pencarian informasi dan penilaian sumber-sumber

Pencarian informasi dapat bersifat aktif atau pasif, internal atau eksternal. Bersifat aktif dapat berupa kunjungan langsung untuk membandingkan harga, sedangkan bersifat pasif hanya dengan membaca suatu iklan tanpa mempunyai tujuan khusus tentang gambaran produk yang diinginkan.²⁵ Konsumen mencari informasi yang disimpan di dalam ingatan atau mendapatkan informasi yang relevan dengan keputusan dari lingkungan.²⁶

c. Penilaian dan seleksi terhadap alternatif pembelian

Tujuan pembelian bagi masing-masing konsumen tidak selalu sama, tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya. Ada konsumen yang mempunyai tujuan pembelian untuk meningkatkan *prestice*. Ada yang sekedar memenuhi kebutuhan jangka pendeknya. Setelah pembelian ditetapkan konsumen perlu mengidentifikasi alternatif-alternatif pembeliannya. Alternatif yang telah diidentifikasi dinilai dan diseleksi menjadi alternatif pembelian yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.

²⁴ Basu Swasta dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Moderen* (Yogyakarta: Liberti, 1986), 104.

²⁵ Ibid, 108.

²⁶ James F. Angel, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 31.

d. Keputusan untuk membeli

Keputusan untuk membeli merupakan proses dalam pembelian yang nyata. Jadi setelah tahap-tahap di muka dilakukan, maka konsumen harus mengambil keputusan apakah membeli ataukah tidak. Bila konsumen memutuskan untuk membeli, konsumen akan menjumpai serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut jenis produk, merek, penjual, kuantitas, waktu pembelian dan cara pembayarannya. Konsumen memperoleh alternatif yang dipilih atau mengganti yang dapat diterima bila perlu.²⁷

e. Perilaku sesudah membeli

Kegiatan pembelian tersebut merupakan salah satu tahap dari keseluruhan proses pembelian pada suatu periode dan pemenuhan kebutuhan tertentu. Bagi perusahaan, perasaan dan perilaku konsumen atau nasabah setelah pembelian juga sangat penting. Tugas para pemasar belum selesai setelah produk dibeli oleh konsumen, namun akan berlangsung hingga periode setelah pembelian.²⁸

4. Konsep Konsumsi dalam Islam

Dalam Islam, terdapat beberapa perintah yang mengatur cara dan batasan manusia mengkonsumsi sebuah barang atau jasa. Etika Islam dalam hal konsumsi antara lain :

²⁷Ibid, 32.

²⁸Basu Swasta, *Manajemen Pemasaran*, 208.

a. Tauhid

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ٥٦

“Dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.”(QS.Adz-Dzaariyat: 56).

Dalam Islam kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum syariah. Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya.

b. Adil

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

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

Pemanfaatan karunia Allah SWT harus dilakukan dengan adil sesuai dengan syariah. Sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, manusia sekaligus juga akan merasakan kepuasan spiritual. Dalam Islam, konsumsi tidak hanya terhadap barang-barang yang bersifat duniawi saja tetapi juga untuk kepentingan di jalan Allah SWT.

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidak 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 jangan sampai menzalimi pihak lain.

d. Amanah

Manusia sebagai pengembal amanah diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifahan dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempetanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak.

e. Halal

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ
بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ
اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ١٧٣

“*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*”(QS.Al Baqarah: 173).

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 materiil maupun spiritual. Sebaliknya, benda-benda yang buruk, tidak suci yang akan menimbulkan kemadlaratan maka haram untuk dikonsumsi.

f. Sederhana

﴿يَبْنَىءَآءَآءَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا
وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ۝۳۱﴾

“*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.*”(QS.Al-A’raaf: 31).

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan, yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah dan manfaat serta hanya menuruti hawa nafsu belaka.²⁹

5. Perilaku Konsumen Muslim dalam Keputusan Pembelian Produk

²⁹ Nur Rianto Al Arif, Teori Mikroekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional) (Jakarta: Kencana, 2010), 87-91.

Konsumen muslim berbeda dengan konsumen yang lain. Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari mengkonsumsi *output* dan memegang barang modal. Perilaku ekonominya berputar pada pencapaian atas ridla Allah.

Selain itu, komoditas dari konsumen muslim berbeda pula dengan konsumen non muslim, meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia. Karena Islam melarang seorang muslim mengkonsumsi beberapa komoditas. Seorang muslim dilarang mengkonsumsi alkohol, daging babi, riba dan lain-lain. Dalam hal menggunakan lembaga keuangan, seorang muslim dilarang untuk membayar atau menerima bunga pinjaman dalam bentuk apapun.

Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk konsumsi adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat. Mereka harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.³⁰ Hal di atas jika digambarkan secara rinci adalah sebagai berikut :

- a. Konsumsi bukanlah aktivitas tanpa batas melainkan terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara'
- b. Konsumen yang rasional senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani dan rohani

³⁰ Ibid, 95-96.

- c. Memperhatikan prioritas konsumsi antara dharuriyat, hajjiyat dan tahsiniyat.

Perintah untuk berperilaku seperti di atas bertujuan untuk memperoleh *kemaslahatan*. Sedangkan *kemaslahatan* menurut Shatibi adalah pemilikan atau kekuatan dari barang atau jasa yang memelihara prinsip dasar dan tujuan hidup manusia di dunia. Shatibi telah mendeskripsikan lima kebutuhan dasar yang harus dipenuhi bagi eksisnya kehidupan manusia di dunia, yaitu :

- a. Kehidupan (*Al nafs*)
- b. Kekayaan (*Al maal*)
- c. Keimanan (*Ad diin*)
- d. Akal (*Al 'aql*)
- e. Keturunan (*Al nasl*)

Seluruh barang dan jasa yang akan mempertahankan kelima elemen ini disebut *masalahah* bagi manusia. Seluruh kebutuhan tidak sama pentingnya. Ada tiga tingkatan kebutuhan :

- a. Tingkatan di mana kelima elemen di atas mendasar untuk dilindungi (*dharuriyat*)
- b. Tingkatan di mana kelima elemen tersebut adalah pelengkap yang menguatkan perlindungan mereka (*hajjiyat*)
- c. Tingkatan di mana kelima elemen tersebut merupakan kesenangan atau keindahan (*tahsiniyat*)

Seluruh barang dan jasa yang mendorong dan berkualitas dalam memelihara kelima elemen tersebut disebut *masalah*. Seorang muslim didorong oleh keberagamannya memerlukan atau memproduksi seluruh barang dan jasa yang merupakan masalah bergantung kepada barang dan jasa yang cenderung mempertahankan elemen mendasar. Barang atau jasa yang dilindungi elemen ini akan lebih bermaslahah diikuti oleh barang atau jasa yang akan meningkatkan dan barang-barang yang sekedar memperindah kebutuhan dasar.³¹

³¹ Ibid, 98.