

## BAB II LANDASAN TEORI

### A. LABEL HALAL

#### 1. Pengertian Label

Label adalah sejumlah keterangan pada kemasan produk. Secara umum, label minimal harus berisi nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluarsa, isi produk, dan keterangan legalitas.<sup>5</sup> Adapun sejumlah keterangan yang dapat dimanfaatkan untuk mengetahui apakah produk yang dibeli mengandung unsur-unsur yang diharamkan atau membahayakan bagi kesehatan adalah sebagai berikut:<sup>6</sup>

##### a. Keterangan bahan tambahan

Bahan tambahan adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi. Banyak produsen tidak merinci jenis bahan-bahan tambahan yang digunakan. Biasanya digunakan istilah-istilah umum kelompok seperti *stabilizer* (jenis bahan seperti bubuk pati dan *dextrin* dan lainnya yang dapat menstabilkan dan mengentalkan makanan dengan suhu kelembaban yang lebih tinggi), pewarna, *flavor*, *enzim* (senyawa protein yang digunakan untuk *hydrolysis* atau *sintetis* bahan-bahan organik yang digunakan untuk bahan makanan), *antoi*

---

<sup>5</sup>Anton Apriyantono dan Nurbowo, *Panduan Belanja dan Konsumsi Halal*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), 68-69.

<sup>6</sup>DEPAG RI. *Tanya Jawab Seputar Produksi Halal*, (Jakarta: Bagian Proyek Sarana Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggara Haji Departemen Agama, 2003), 12.

*foaming, gelling agent*, atau hanya menyantumkan kode Internasional E untuk bahan tambahan makanan padahal, bahan-bahan tersebut rawan haram.

b. Komposisi dan nilai gizi

Secara umum informasi gizi yang diberikan adalah kadar air, kadar protein, kadar lemak, vitamin dan mineral.

c. Batas kadaluarsa

Sebuah produk harus dilengkapi dengan tanggal kadaluarsa yang menyatakan umur pemakaian dan kelayakan pemakaian atau penggunaan produk. Menurut PP No. 69 tahun 1999 tentang Label dan Iklan Pangan Pasal 27 Ayat 2 berbunyi: “ Baik digunakan sebelum tanggal sesuai dengan jenis dan daya tahan produk yang bersangkutan ”. Sedangkan Ayat 3 berbunyi “ Dalam hal produk pangan yang kadaluarsa lebih dari tiga bulan dibolehkan hanya mencantumkan bulan dan tahun kedarluarsa saja”.<sup>7</sup>

d. Keterangan legalitas

Keterangan legalitas memberikan informasi bahwa produk telah terdaftar dibadan pengawasan obat dan makanan (Badan POM), berupa kode nomor registrasi. Kode MD dan SP adalah untuk makanan lokal dan ML untuk makanan impor. Namun masih banyak produk yang berlabel halal, akan tetapi tidak terdaftar sebagai produk yang telah disertifikasi halal, hal ini khususnya

---

<sup>7</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, ( Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), 77-79.

produk yang berkode SP atau tidak berkode sama sekali. Untuk produk-produk yang demikian, maka pengetahuan konsumen yang menentukan apakah diragukan kehalalannya atau tidak, jika ragu-ragu maka sikap yang terbaik adalah tidak membeli produk yang diragukan kehalalannya. Di samping itu ada beberapa macam label secara spesifik yang mempunyai pengertian berbeda antara lain:

- 1) Label produk adalah bagian dari pengemasan sebuah produk yang mengandung informasi mengenai produk atau penjualan produk.
- 2) Label merek adalah nama merek yang diletakkan pada pengemasan produk.
- 3) Label tingkat mengidentifikasi mutu produk, label ini bisa terdiri dari huruf, angka atau metode lainnya untuk menunjukkan tingkat kualitas dari produk itu sendiri.
- 4) Label diskriptif mendaftarkan isi, menggambarkan pemakaian dan mendaftarkan ciri-ciri produk yang lainnya. Pemberian label merupakan elemen produk yang sangat penting yang patut memperoleh perhatian seksama dengan tujuan untuk menarik para konsumen.

## **2. Pengertian Halal**

Islam datang ketika umat manusia dalam keadaan yang tidak stabil (zaman jahiliyah) dalam mengkonsumsi makanan secara berlebihan dan tidak teratur serta tidak tahu apa hukumnya, pada saat itu umat manusia

dalam kebodohan oleh karena itu Allah menurunkan agama Islam untuk mengatur kehidupan umat manusia di bumi (mengatur makanan yang halal dan yang dilarang oleh Allah).<sup>8</sup> Halal adalah sesuatu yang diperbolehkan menurut ajaran Islam.<sup>9</sup> Seperti yang telah terkandung dalam firman Allah Surah Al-maidah 88:

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



Artinya: Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.(Qs.Al-maidah :88)

Sedangkan yang dimaksud dengan makanan halal menurut Himpunan Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah makanan yang dibolehkan memakanya menurut ajaran Islam.<sup>10</sup> Adapun syarat-syarat produk makanan halal menurut syari'at Islam antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Halal zatnya artinya halal dari hukum asalnya misalkan sayuran.
- 2) Halal cara memperolehnya artinya cara memperolehnya sesuai dengan syari'at Islam misalkan tidak dengan mencuri.
- 3) Halal dalam memprosesnya, misalkan proses menyembelih binatang dengan syari'at Islam misalkan dengan membaca basmalah.

<sup>8</sup> Jurnal Halal LPPOM MUI , no 74 bulan Oktober 2008 th XI 2008, *Bagian info pengkajian pangan dan gizi: Artikel Praktis dengan Bumbu dan Tepung Isntan*, ( Jakarta: lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika MUI),18

<sup>9</sup>Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam* , (Surakarta: Era Intermedia, 2000), 72.

<sup>10</sup>[http://www.halalmui.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=175&Itemid=320&lang=in](http://www.halalmui.org/index.php?option=com_content&view=article&id=175&Itemid=320&lang=in), diakses tanggal 18 Mei 2014.

- 4) Halal dalam penyimpanannya, tempat penyimpanannya tidak mengandung barang yang diharamkan seperti, babi dan anjing (binatang yang diharamkan oleh Allah).
- 5) Halal dalam pengangkutannya misalkan binatang yang mati dalam pengangkutan sekalipun baru sebentar, tidak boleh ikut disembelih dan dikonsumsi oleh manusia.
- 6) Halal dalam penyajiannya artinya dalam penyajian tidak mengandung barang yang diharamkan menurut syari'at Islam.

Dalam Al-Qur'an, Allah memerintahkan agar manusia mengkonsumsi makanan dan minuman yang sifatnya halal dan thayyiban.

Firman Allah dalam surat Al-Baqoroh :168

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ  
 إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ

Artinya: "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)

Kata halal berasal dari akar kata yang berarti lepas atau tidak terikat.

Sesuatu yang halal artinya sesuatu yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi.<sup>11</sup> Dalam bahasa hukum, kata halal juga berarti boleh.<sup>12</sup> Kata thayyib dari segi bahasa berarti lezat, baik, sehat, menentramkan dan yang paling utama. Konteks makanan, thayyib artinya makanan yang tidak kotor dari segi dzatnya atau kadarluarsa (rusak) atau dicampuri benda najis.

<sup>11</sup>Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007),51.

<sup>12</sup>Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram Dalam Islam*, (Semarang: PT. Bina Ilmu, 1993), 60.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa makanan thayyib adalah makanan yang sehat, proporsional dan aman (halal).<sup>13</sup> Untuk dapat menilai suatu makanan itu thayyib (bergizi) atau tidak harus terlebih dahulu diketahui komposisinya. Bahan makanan yang thayyib bagi umat Islam harus terlebih dahulu memenuhi syarat halal, karena bahan makanan yang menurut ilmu pengetahuan tergolong baik, belum tentu termasuk makanan yang halal. Adapun persyaratan makanan yang thayyib (bergizi) menurut ilmu gizi adalah yang memenuhi fungsi-fungsi sebagai berikut:

- 1) Memberi kepuasan jiwa meliputi:
  - a. Memberi rasa kenyang
  - b. Memenuhi kebutuhan naluri dan kepuasan jiwa
  - c. Memenuhi kebutuhan sosial budaya
- 2) Memenuhi fungsi fisiologis meliputi:
  - a. Memberikan tenaga
  - b. Mendukung pembentukan sel-sel baru untuk pertumbuhan badan
  - c. Mendukung pembentukan sel-sel atau bagian sel-sel untuk menggantikan yang rusak
  - d. Mengatur metabolisme zat-zat gizi dan keseimbangan cairan serta asam basa
  - e. Berfungsi dalam pertahanan tubuh

---

<sup>13</sup>Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2000), 72.

Agama Islam merupakan agama yang sangat bijak dalam mengatur umatnya agar tidak memakan makanan yang haram dengan menjelaskan semua yang halal dimakan maupun yang diharamkan. Allah telah menciptakan bumi lengkap dengan isinya agar manusia dapat memilih dan tidak mengikuti langkah-langkah syaitan yang selalu menggoda umat manusia untuk mengikuti jalanya.

### 3. Pengertian Label Halal

Label Halal adalah pencantuman tulisan atau pernyataan halal pada kemasan produk untuk menunjukkan bahwa produk yang dimaksud berstatus sebagai produk halal.<sup>14</sup> Produk halal adalah produk pangan, obat, kosmetik dan produk lain yang tidak mengandung unsur atau barang haram dalam proses pembuatannya serta dilarang untuk dikonsumsi umat Islam baik yang menyangkut bahan baku, bahan tambahan, bahan pembantu lainnya termasuk bahan produksi yang diolah melalui proses rekayasa *genetika* dan *iradiasi* yang pengolahannya dilakukan sesuai dengan syari'at Islam serta memberikan manfaat yang lebih daripada madharat (efek).

#### 1. Proses Pembuatan

Proses pembuatan atau proses produksi suatu perusahaan yang sudah menggunakan label halal hendaknya harus tetap menjaga hal-hal sebagai berikut:

- a. Binatang yang hendak dibersihkan, binatang yang sudah mati setelah disembelih .

---

<sup>14</sup>Yusuf Qardhawi, *Halal Haram dalam Islam*, (Surakarta: Era Intermedia, 2000), 72

- b. Bahan campuran yang digunakan dalam proses produksi tidak terbuat dari barang-barang atau bahan yang haram dan turunannya.
- c. Air yang digunakan untuk membersihkan bahan hendaklah air mutlak atau bersih dan mengalir .
- d. Dalam proses produksi tidak tercampur atau berdekatan dengan barang atau bahan yang najis atau haram.

## 2. Bahan Baku Utama

Bahan baku produk adalah bahan utama yang digunakan dalam kegiatan proses produksi, baik berupa bahan baku, bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Sedangkan bahan tambahan produk adalah bahan yang tidak digunakan sebagai bahan utama yang ditambahkan dalam proses teknologi produksi.

## 3. Bahan Pembantu

Bahan pembantu atau bahan penolong adalah bahan yang tidak termasuk dalam kategori bahan baku ataupun bahan tambahan yang berfungsi untuk membantu mempercepat atau memperlambat proses produksi termasuk proses rekayasa.

Rekayasa genetika adalah suatu proses yang melibatkan pemindahan gen pembawa sifat dari suatu jenis hayati ke jenis hayati lain yang berbeda atau sama untuk mendapatkan jenis baru yang mampu menghasilkan produk pangan yang lebih unggul. Sedangkan *Iradiasi* pangan merupakan metode penyinaran

terhadap pangan, baik dengan menggunakan zat radioaktif maupun akselerator untuk mencegah terjadinya pembusukan dan kerusakan serta membebaskan pangan dari jasad renik patogen (UU No. 7 Th. 1996 Ps. 1 huruf 11) . Efek Makanan yang halal tidak boleh terlepas dari tujuan syari'at Islam yaitu: mengambil maslahat dan menolak madharat atau bahaya. Jika menurut kesehatan, suatu jenis makanan dapat membahayakan jiwa, maka makanan tersebut haram dikonsumsi. Untuk menentukan hukum makanan yang tidak terdapat dalam nash maka menggunakan prinsip atau dalil Qawaid , yaitu: "Tidak boleh membahayakan diri sendiri dan orang lain". (HR. Ahmad Bin Hanbal).<sup>15</sup>

Allah sang pencipta dan pemberi nikmat yang tiada terhingga kepada manusia. Menghalalkan dan mengharamkan sesuatu karena alasan yang masuk akal, jelas dan kuat demi kemaslahatan manusia itu sendiri, karena Allah tidak menghalalkan kecuali yang baik-baik dan tidak mengharamkan kecuali yang buruk (membawa madharat ).

Sertifikat halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal. Sertifikasi dan labelisasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum dan perlindungan terhadap konsumen, serta

---

<sup>15</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Al-Sunah*, (Beirut: Dar Al-Kitab Al-Arobiyyah, 1973), 532.

meningkatkan daya saing produk dalam negeri dalam rangka meningkatkan pendapatan Nasional.<sup>16</sup> Tiga sasaran utama yang ingin dicapai adalah

- a. Menguntungkan konsumen dengan memberikan perlindungan kepastian hukum.
- b. Menguntungkan produsen dengan peningkatan daya saing dan omset produksi dalam penjualan.
- c. Menguntungkan pemerintah dengan mendapatkan tambahan pemasukan terhadap kas Negara.

Keputusan Menteri Pertanian dalam Undang-Undang Pangan tentang Label Pasal 30 Ayat 2 berbunyi: Label sebagaimana yang dimaksud Ayat 1 sekurang-kurangnya mengenai beberapa hal yang terkandung:

1. Nama produk
2. Daftar bahan yang digunakan
3. Berat bersih atau isi bersih
4. Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau memasukkan pangan kewilayah Indonesia
5. Keterangan tentang halal
6. Tanggal, bulan dan tahun kadaluwarsa.

---

<sup>16</sup>Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), 79-80.

## **B. LABEL HALAL LPPOM MUI**

### **1. Jaminan Halal dari Produsen**

Masa berlaku Sertifikat Halal adalah 2 (dua) tahun, sehingga untuk menjaga konsistensi produksi selama berlakunya sertifikat, LPPOM MUI memberikan ketentuan bagi perusahaan sebagai berikut:

- a) Sebelum produsen mengajukan sertifikat halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal. Penjelasan rinci tentang Sistem Jaminan Halal dapat merujuk kepada Buku Panduan Penyusunan Sistem Jaminan Halal yang dikeluarkan oleh LP POM MUI.
- b) Berkewajiban mengangkat secara resmi seorang atau tim Auditor Halal Internal (AHI) yang bertanggungjawab dalam menjamin pelaksanaan produksi halal.
- c) Berkewajiban menandatangani kesediaan untuk diinspeksi secara mendadak tanpa pemberitahuan sebelumnya oleh LPPOM MUI.
- d) Membuat laporan berkala setiap 6 bulan tentang pelaksanaan Sistem Jaminan Halal. Jutaan produsen makanan, minuman, obat, kosmetik dan produk lainnya baru sebagian kecil pelaku usaha yang menerapkan sistem jaminan produksi halal dan menggunakan tanda halal. Peraturan Pemerintah tentang jaminan produk halal ini memberikan kebebasan bagi produsen untuk menerapkan sistem jaminan produksi halal atau tidak. Tetapi bagi produsen yang menerapkan sistem jaminan produksi halal dan mengedarkan produk

makanan, minuman, obat, kosmetik dan produk lainnya yang digunakan oleh orang Islam wajib diperiksa oleh lembaga pemeriksa halal dan mendapat sertifikat halal dari MUI yang dikukuhkan oleh Menteri serta mencantumkan tanda halal resmi dari pemerintah. Untuk menjamin kehalalan suatu produk yang telah mendapat sertifikat halal, MUI menetapkan dan menekankan bahwa jika sewaktu-waktu ternyata diketahui produk tersebut mengandung unsur-unsur barang haram, MUI berhak mencabut sertifikat halal produk bersangkutan.<sup>17</sup>

## **2. Prosedur Sertifikasi Halal**

Kelemahan utama program labelisasi halal dan sertifikasi halal selama ini adalah lemahnya sosialisasi baik pada lingkungan pemerintah, produsen atau pengusaha dan masyarakat sehingga menghambat program tersebut. Demi kelancaran proses sertifikasi dan labelisasi halal, maka penulis menjabarkan alur proses pelaksanaan sertifikasi dan labelisasi halal melewati beberapa prosedur antara lain:

- a) Setiap produsen yang mengajukan sertifikat halal bagi produknya, harus mengisi formulir yang telah disediakan dengan melampirkan:
  1. Spesifikasi dan sertifikasi halal bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta bagan alur proses produksi.
  2. Sertifikat halal atau surat keterangan halal dari MUI daerah (produk lokal) atau sertifikat halal dari lembaga Islam yang telah

---

<sup>17</sup> Badan Pembinaan Hukum Nasional, <http://www.halalguide-info>, diakses tanggal 23 Juli 2014.

diakui oleh MUI (produk impor) untuk bahan yang berasal dari hewan dan turunanya.

3. Sistem jaminan halal yang diuraikan dalam panduan halal beserta prosedur baku pelaksanaannya.

- b) Tim auditor LP POM MUI melakukan pemeriksaan atau audit ke lokasi produsen setelah formulir beserta lampiran-lampirannya dikembalikan ke LP POM MUI dan diperiksa kelengkapannya.
- c) Hasil pemeriksaan atau audit dan hasil laboratorium dievaluasi dalam rapat tenaga ahli LP POM MUI. Jika telah memenuhi persyaratan, maka dibuat laporan hasil audit untuk diajukan kepada Sidang Komisi Fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.
- d) Sidang Komisi Fatwa MUI dapat menolak laporan hasil audit jika dianggap belum memenuhi semua persyaratan yang telah ditentukan.
- e) Sertifikat halal dikeluarkan oleh majelis ulama Indonesia setelah ditetapkan status kehalalnya oleh Komisi Fatwa MUI.
- f) Perusahaan yang produknya telah mendapat sertifikat halal, harus mengangkat auditor halal internal sebagai bagian dari sistem jaminan halal. Jika kemudian ada perubahan dalam penggunaan bahan baku, bahan tambahan atau bahan penolong pada proses produksinya, auditor halal internal diwajibkan segera melaporkan untuk mendapat “ketidakberatan penggunaannya”. Bila ada perusahaan yang terkait dengan produk halal hasil dikonsultasikan dengan LP POM MUI oleh auditor halal internal.

### 3. Prosedur Perpanjangan Sertifikat Halal

Prosedur perpanjangan sertifikat halal antara lain:

- a) Produsen yang bermaksud memperpanjang sertifikat yang dipegangnya harus mengisi formulir pendaftaran yang telah tersedia.
- b) Pengisian formulir disesuaikan dengan perkembangan terakhir produk.
- c) Perubahan bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong serta jenis pengelompokan produk harus diinformasikan kepada LP POM MUI.
- d) Produsen berkewajiban melengkapi dokumen terbaru tentang spesifikasi, sertifikat halal dan bagan alur proses produksi.

### 4. Tata Cara Pemeriksaan (*Audit*) di Lokasi Produsen (*Perusahaan*)

- a) Surat resmi akan dikirim oleh LP POM MUI ke perusahaan yang akan diperiksa, yang memuat jadwal audit pemeriksaan dan persyaratan administrasi lainnya.<sup>18</sup>
- b) LP POM MUI menerbitkan surat perintah pemeriksaan yang berisi:
  1. Nama ketua tim dan anggota tim
  2. Penetapan hari dan tanggal pemeriksaan
- a) Pada waktu yang telah ditentukan tim auditor yang telah dilengkapi dengan surat tugas dan identitas diri, akan mengadakan pemeriksaan (*auditing*) ke perusahaan yang mengajukan permohonan sertifikat halal. Selama pemeriksaan berlangsung, produsen diminta bantuannya untuk memberikan informasi yang jujur dan jelas.

---

<sup>18</sup> Badan Pembinaan Hukum Nasional, <http://www.halalguide-info>, diakses tanggal 23 Juli 2014.

d) Pemeriksaan (*audit*) produk halal mencakup:

1. Manajemen produsen dalam menjamin kehalalan produk.
2. Observasi lapangan .
3. Pengambilan contoh hanya untuk bahan yang dicurigai mengandung babi atau turunannya, yang mengandung alkohol dan yang dianggap perlu.

### **5. Sistem Pengawasan**

Pengawasan adalah kegiatan yang dilaksanakan instansi atau badan untuk melindungi konsumen agar makanan selama produksi, penanganan, penyimpanan, pengelolaan, pendistribusian, aman, sehat, layak dan halal untuk dikonsumsi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Perusahaan harus mengikuti alur sistem pengawasan yang telah ditentukan oleh pemerintah persyaratan tersebut meliputi:

- a) Perusahaan wajib menandatangani perjanjian untuk menerima tim sidik LP POM MUI .
- b) Perusahaan berkewajiban menyerahkan laporan audit internal setiap enam bulan setelah terbitnya sertifikat halal.
- c) Perubahan bahan, proses produksi dan lainnya perusahaan wajib melaporkan dan mendapat izin dari LPPOM MUI.

Pelaksanaan pengawasan oleh pemerintah dilakukan dengan cara preventif dan pengawasan khusus dengan penjelasan sebagai berikut:

- a) Pengawasan preventif adalah pengawasan yang dilakukan secara dini terhadap makanan halal, antara lain berupa kegiatan pendaftaran.

- b) Pengawasan khusus adalah pengawasan aktif terhadap kasus makanan halal yang dapat mengakibatkan dampak yang luas, selain dari segi kesehatan tetapi juga dari segi sosial dan ekonomi.<sup>19</sup>

## C. KEPUTUSAN KONSUMEN

### 1. Pengertian Keputusan Konsumen

Pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) adalah suatu proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Hasil dari proses pengintegrasian ini adalah suatu pilihan (*choice*) yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku. Semakin meningkatnya persaingan bisnis mendorong produsen untuk lebih berorientasi pada konsumen atau pelanggan. Untuk mendukung upaya tersebut diperlukan pengetahuan mengenai konsumen terutama mengenai perilakunya.<sup>20</sup> Perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang (*konsumen*) berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan

---

<sup>19</sup>[http://www.halalmui.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=175&Itemid=320&lang=in](http://www.halalmui.org/index.php?option=com_content&view=article&id=175&Itemid=320&lang=in), diakses tanggal 18 Mei 2014.

<sup>20</sup> Sutisna, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, (bandung: PT remaja rodaskarya, 2003), 3.

pertimbangan yang matang. Perilaku konsumen yang loyal terhadap suatu produk tentu saja menguntungkan bagi produsennya, karena konsumen akan terus berusaha mencari produk yang diinginkannya. Namun demikian, jika konsumen terus-menerus kesulitan mencari produk yang diinginkannya, maka lama-lama konsumen akan mencoba merek yang lain. Sementara itu, perilaku konsumen yang tidak loyal atau dengan perkataan lain membeli sebuah produk hanya karena kebiasaan saja, perlu memperhatikan aspek-aspek lain secara lebih serius.

## 2. Tipe Perilaku Konsumen Dalam Mengambil Keputusan

Perilaku konsumen dalam pembelianya dapat dikelompokkan menjadi Empat tipe perilaku antara lain:

- 1) Konsumen yang melakukan pembelianya dengan pembuatan keputusan (timbul kebutuhan, mencari informasi, mengevaluasi merek, serta memutuskan pembelian) dan dalam pembelianya memerlukan keterlibatan tinggi.<sup>21</sup> Dua interaksi ini menghasilkan tipe perilaku pembelian yang kompleks (*complex decision making*).<sup>22</sup>
- 2) Perilaku konsumen yang melakukan pembelian terhadap satu tahap tertentu secara berulang-ulang dan konsumen mempunyai keterlibatan tinggi dalam proses pembelianya. Perilaku konsumen seperti ini menghasilkan tipe perilaku konsumen yang loyal terhadap merek (*brand loyalty*).

---

<sup>21</sup> Kotler Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1997), 177.

<sup>22</sup> Ahmadi Miru, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2007), 27.

- 3) Perilaku konsumen yang melakukan pembelianya dengan pembuatan keputusan dan pada proses pembelianya konsumen merasa kurang terlibat. Perilaku pembelian seperti ini menghasilkan tipe perilaku konsumen (*limited decision making*).
- 4) Perilaku konsumen yang dalam pembelian atas suatu merek produk berdasarkan kebiasaan dan pada saat melakukan pembelian konsumen merasa kurang terlibat. Perilaku seperti ini menghasilkan perilaku konsumen tipe Inertia merupakan perilaku konsumen yang berulang kali dilakukan, tetapi sebenarnya konsumen ini tidak loyal karena mudah mengubah pilihan mereknya jika ada stimulus yang menarik. Misalkan orang akan mengubah pilihan mereknya jika merek lain melakukan potongan harga atau memberikan kupon belanja.

### **3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen**

Keputusan pembelian dari konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor penting. Faktor-faktor ini sangat penting untuk diketahui bagi pemasar agar dapat menentukan strategi yang akan diterapkan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler, bahwa perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Masing-masing dari faktor-faktor tersebut memiliki subfaktor yang menjadi elemen pembentuknya. Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen antara lain ada empat yakni:

1) Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang sangat luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen, mencakup budaya, sub budaya, dan kelas sosial konsumen. Budaya adalah suatu nilai-nilai dasar, persepsi, keinginan dan tingkah laku dari keluarga dan institusi lainnya. Setiap perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai sistem nilai dan norma budaya yang berlaku pada suatu daerah tertentu, untuk itu perusahaan harus tahu produknya itu dipasarkan pada suatu daerah yang berkebudayaan seperti apa dan bagaimana (*conditional*). Sub-budaya adalah kelompok orang yang mempunyai sistem nilai yang sama berdasarkan pada pengalaman hidup dan situasi. Sub budaya meliputi nasionalis, agama, kelompok ras dan wilayah geografis. Bagian pemasaran harus merancang produk dan program pemasaran yang disesuaikan dengan kebutuhan mereka (konsumen). Kelas sosial adalah divisi atau bagian-bagian masyarakat yang relatif permanen dan teratur dengan para anggotanya yang mengikuti nilai-nilai, kepentingan dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh satu faktor saja, misalnya pendapatan, tetapi ditentukan sebagai suatu kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan dan kekayaan.

## 2) Faktor Sosial

Selain faktor-faktor budaya, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial konsumen. Kelompok acuan adalah kelompok yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau tingkah laku seseorang. Seperti teman, saudara, tetangga dan rekan kerja. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat dan anggota keluarga sangat mempengaruhi perilaku pembelian. Sedangkan peran status seseorang yang berpartisipasi diberbagai kelompok akan membawa pada posisi tertentu. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Seseorang sering kali memilih produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat. Pemasar menyadari potensi simbol status dari produk dan merek.

## 3) Faktor Pribadi

Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi dan gaya hidup, serta kepribadian dan konsep diri pembeli.<sup>23</sup> Usia berhubungan erat dengan perilaku dan selera seseorang, dengan bertambahnya usia seseorang diikuti pula dengan berubahnya selera terhadap produk begitu juga dengan

---

<sup>23</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1999), 6.

faktor pekerjaan dan keadaan ekonomi. Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Bila indikator ekonomi menunjukkan resesi, pemasar dapat mengambil langkah-langkah untuk merancang ulang, memposisikan kembali dan mengubah harga produk. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diwujudkan dalam aktivitas, interes dan opininya yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Sedangkan kepribadian adalah karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lain yang menyebabkan respons yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungan disekitarnya.

#### 4) Faktor Psikologis

Faktor psikologis yang mempengaruhi pilihan pembelian terdiri dari empat faktor, yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Motivasi adalah kebutuhan yang cukup mendorong seseorang untuk bertindak, dengan memuaskan kebutuhan tersebut ketegangan akan berkurang, sedangkan persepsi adalah proses yang digunakan seseorang dalam memilih, mengatur dan menginterpretasikan masukan informasi untuk menciptakan gambaran yang berarti. Seseorang yang termotivasi siap untuk bertindak, bagaimana seseorang termotivasi bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap situasi tertentu.

Dalam perilaku konsumen yang dipengaruhi faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis dapat diambil kesimpulan bahwa dalam pembelian suatu produk khususnya dalam pengambilan keputusan. Para pembeli dipengaruhi oleh empat faktor tersebut, meskipun pengaruhnya pada setiap konsumen berbeda-beda. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen ini akan dapat menghasilkan petunjuk bagaimana meraih dan melayani konsumen secara lebih efektif dan efisien.

#### **4. Proses Keputusan Pembelian Konsumen**

Sebelum konsumen memutuskan untuk menggunakan suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya akan melakukan suatu proses pengambilan keputusan terlebih dahulu. Proses pengambilan keputusan merupakan tahap-tahap konsumen dalam memutuskan suatu produk tertentu yang menurutnya paling baik di antara yang lainnya, sehingga keputusan pembelian dapat diartikan sebagai kekuatan kehendak konsumen untuk melakukan pembelian terhadap sebuah produk apabila konsumen memiliki minat untuk membeli suatu produk.<sup>24</sup> Menurut Philip Kotler untuk menuju kepada proses keputusan konsumen dalam pembelian terdapat 5 tahap, yaitu:

##### **1) Pengenalan kebutuhan**

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari terdapat perbedaan antara kondisi

---

<sup>24</sup> Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 1998), 53.

sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkanya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal dan eksternal.

## 2) Pencarian informasi

Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui lebih banyak produk-produk yang bersaing dan keistimewaan masing-masing produk. Sumber-sumber informasi konsumen terbagi dalam 4 kelompok seperti:

- a) Sumber pribadi, sumber ini didapat oleh konsumen melalui teman, keluarga, tetangga atau kenalan.
- b) Sumber komersial, sumber ini didapat oleh konsumen melalui advertising, tenaga penjual perusahaan, para pedagang atau melihat pameran.
- c) Sumber publik, didapat oleh konsumen melalui publikasi di media massa atau lembaga konsumen.
- d) Sumber pengalaman (*eksperimental*), didapat oleh konsumen melalui penanganan langsung, pengujian atau penggunaan produk tersebut.

## 3) Evaluasi alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, sebagian besar dari proses evaluasi konsumen berorientasi secara kognitif, yaitu mereka menganggap bahwa konsumen sebagian besar melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional.

## 4) Keputusan pembelian

Konsumen membentuk minat pembelian atas dasar faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

#### 5) Perilaku setelah pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan merasakan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen juga akan melakukan tindakan sesudah pembelian dan menggunakan produk tersebut, pemasar harus benar-benar memperhatikan kedua aspek ini. Tugas pemasar tidak berakhir setiap produk dibeli, tetapi terus berlanjut sampai periode sesudah pembelian.

### 5. Klasifikasi Peran Pengambilan Keputusan

Seseorang yang melakukan suatu transaksi pembelian suatu produk atau jasa bisa jadi transaksinya bukan hanya ditujukan untuk dirinya pribadi. Seorang ibu pergi berbelanja ke pasar tidak hanya membeli barang atau jasa untuk kebutuhan pribadinya saja, tetapi juga untuk anggota keluarganya. Pada saat yang bersamaan seseorang dapat memerankan beragam peran yang dapat dilakukannya pada suatu proses pembelian.<sup>25</sup> Peran pembelian yang dapat dilakukan seorang individu dapat terbagi menjadi lima peran, antara lain:

- 1) Pencetus ide seseorang yang pertama kali mengusulkan gagasan untuk membeli produk atau jasa tertentu.
- 2) Pemberi Pengaruh adalah individu yang memberikan saran atau

---

<sup>25</sup> J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 1999), 8.

pengaruh baik langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi proses keputusan pembelian baik melalui tindakan atau ucapannya.

- 3) Pengambil Keputusan seseorang yang memutuskan setiap komponen dari suatu keputusan pembelian, apakah akan membeli, tidak membeli, bagaimana membelinya, kapan, dimana akan membeli.
- 4) Pembeli adalah individu yang secara langsung melakukan transaksi pembelian yang sesungguhnya.
- 5) Pemakai adalah orang yang paling langsung terlibat dalam mengkonsumsi atau menggunakan produk atau jasa yang telah dibeli.

## 6. Teori Konsumsi dalam Islam

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk mengkonsumsi.<sup>26</sup>

Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim:

1. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah

---

<sup>26</sup> Adiwarmarman Karim, *Ekonomi Mikro Islam, edisi ketiga*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2007) 13.

daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption* (karena terdapat balasan surga di akherat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.

2. Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
3. Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.

## 7. Prinsip Konsumsi Dalam Islam

Menurut Manan, ada 5 prinsip konsumsi dalam islam :

1. Prinsip Keadilan, prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum. Firman Allah dalam QS al-Baqarah ayat 173 :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ

فَمَنْ أَضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya: 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.

2. Prinsip Kebersihan, makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.<sup>27</sup>
3. Prinsip Kesederhanaan, prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan Firman Allah dalam QS al-A'raaf ayat 31:

\* يَبْنِيْ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا  
تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

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.

4. Prinsip kemurahan hati, dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhannya. Firman Allah dalam QS al-Maidah ayat 96:

اُحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُۥ مَتَعًا لَّكُمْ وَلِلسَّيْرَةِ وَحُرْمَ عَلَيَّكُمْ  
صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللّٰهَ الَّذِيْٓ اِلَيْهِ تُحْشَرُوْنَ ﴿٩٦﴾

Artinya: “Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan”.

<sup>27</sup> Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) 29.

5. Prinsip moralitas, seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepadanya setelah makan.

### 8. Konsep Masalah Dalam Prilaku Konsumen Islami

Syariah Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraannya<sup>28</sup>. Imam Shatibi menggunakan istilah “masalahah”, yang maknanya lebih luas dari sekadar utility atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalahah merupakan tujuan hukum *syara'* yang paling utama.

Menurut Imam Shatibi, masalahah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini (Khan dan Ghifari, 1992). Ada lima elemen dasar menurut beliau, yakni: kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya kelima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut masalahah. Kegiatan-kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi dan pertukaran yang menyangkut masalahah tersebut harus dikerjakan sebagai suatu “religious duty” atau ibadah. Tujuannya bukan hanya kepuasan di dunia tapi juga kesejahteraan

---

<sup>28</sup> Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi: Teori Pengantar, edisi ketiga*, (Jakarta: Rajawali Pers, 1997) 45.

di akhirat. Semua aktivitas tersebut, yang memiliki masalah bagi umat manusia, disebut “*needs*” atau kebutuhan. Dan semua kebutuhan ini harus dipenuhi.

Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan/keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islami, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.

Adapun sifat-sifat masalah sebagai berikut:

- a. Masalah bersifat subyektif dalam arti bahwa setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu masalah atau bukan bagi dirinya. Namun, berbeda dengan konsep utility, kriteria masalah telah ditetapkan oleh syariah dan sifatnya mengikat bagi semua individu. Misalnya, bila seseorang mempertimbangkan bunga bank memberi masalah bagi diri dan usahanya, namun syariah telah menetapkan keharaman bunga bank, maka penilaian individu tersebut menjadi gugur.
- b. Masalah orang per seorang akan konsisten dengan masalah orang banyak. Konsep ini sangat berbeda dengan konsep Pareto Optimum, yaitu keadaan optimal di mana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan atau kesejahteraannya tanpa menyebabkan penurunan kepuasan atau kesejahteraan orang lain.
- c. Konsep masalah mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat.

Berdasarkan kelima elemen di atas, masalah dapat dibagi dua jenis: pertama, masalah terhadap elemen-elemen yang menyangkut kehidupan dunia dan akhirat, dan kedua: masalah terhadap elemen-elemen yang menyangkut hanya kehidupan akhirat.

Dengan demikian seorang individu Islam akan memiliki dua jenis pilihan:

1. Berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk masalah jenis pertama dan berapa untuk masalah jenis kedua.
2. Bagaimana memilih di dalam masalah jenis pertama: berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan dunia (dalam rangka mencapai 'kepuasan' di akhirat) dan berapa bagian untuk kebutuhan akhirat.

Pada tingkat pendapatan tertentu, konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat, akan mengkonsumsi barang lebih sedikit daripada non-muslim. Hal yang membatasinya adalah konsep masalah tersebut di atas. Tidak semua barang/jasa yang memberikan kepuasan/utility mengandung masalah di dalamnya, sehingga tidak semua barang/jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep 'kepuasan' dengan 'pemuhan kebutuhan' (yang terkandung di dalamnya masalah), kita perlu membandingkan tingkatan-tingkatan tujuan hukum syara' yakni antara daruriyyah, tahsiniyyah dan hajiyyah. Penjelasan dari masing-masing tingkatan itu sebagai berikut:

- a) Daruriyyah: tujuan daruriyyah merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yaitu mencakup terpeliharanya lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, keyakinan atau agama, akal/intelektual, keturunan dan keluarga serta harta benda. Jika tujuan daruriyyah diabaikan, maka tidak akan ada kedamaian, yang timbul adalah kerusakan (*fasad*) di dunia dan kerugian yang nyata di akhirat.
- b) Hajiyyah: syari'ah bertujuan memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi melainkan menghilangkan kesempitan dan berhati-hati terhadap lima hal pokok tersebut.
- c) Tahsiniyyah: syari'ah menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Terdapat beberapa provisi dalam syariah yang dimaksudkan untuk mencapai pemanfaatan yang lebih baik, keindahan dan *simplifikasi* dari daruriyyah dan hajiyyah. Misalnya dibolehkannya memakai baju yang nyaman dan indah.