

BAB I

PENDAHULUAN

A. KONTEKS PENELITIAN

Jual beli merupakan sebuah transaksi ekonomi yang dianjurkan dalam Islam. Dalam Hadits:

سُئِلَ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ فَقَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلِّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ

“Nabi Muhammad SAW pernah ditanya, pekerjaan apa yang baik (suci)? Nabi menjawab segala pekerjaan laki-laki dengan tangannya sendiri dan semua jual beli yang baik (tak ada cacat dan tipu daya).”¹

Banyak definisi yang diungkapkan ilmuwan dan ulama’ tentang syarat jual beli dianggap *mabrur* (baik). Salah satunya adalah kehalalan barang yang diperjual-belikan. Artinya, ketika suatu barang diharamkan maka transaksinya diharamkan. Termasuk dalam jenis barang tersebut adalah minuman keras.²

Minuman keras disebutkan dalam Al-Qur’an dan Hadits dengan redaksi yang berbeda-beda. Diantaranya adalah *khamr* dan *muskir*. *Khamr* adalah minuman yang merupakan hasil fermentasi dari perasan anggur, sedang *muskir* berarti sesuatu yang memabukkan. Larangan mengonsumsi *khamr* berulang kali disebutkan dalam Al-Qur’an dan Hadits, diantaranya dalam hadits Nabi:

كُلُّ شَرَابٍ أَسْكِرَ فَهُوَ حَرَامٌ (رواه البخاري عن عائشة)

“Segala minuman yang memabukkan maka (hukumnya) haram (HR Bukhari dari ‘Aisyah)”³

¹Al-Hafidz Ibn Hajr Al-‘Asqalani, *Bulugh Al-Maram* (Surabaya: Al-Hidayah, t.t),158

²Zain Al-Din Ibn Abd Al-Aziz, *Fath Al-Mu’in* (Jeddah: Al-Haramain, t.t), 69

³Majelis Ulama Indonesia, *Himpunan Fatwa Majelis Ulama Indonesia*, Hukum Alcohol, 684

Minuman keras/alkohol termasuk dalam kategori narkoba (narkotika dan obat-obat terlarang), yang diperkenalkan oleh pemerintah melalui Kementerian Kesehatan Republik Indonesia dengan istilah NAPZA (narkotika, psikotropika dan zat-zat adiktif). Menurut WHO yang dimaksud dengan pengertian definisi narkoba ini adalah suatu zat yang apabila dimasukkan ke dalam tubuh akan mempengaruhi fungsi fisik dan atau psikologi (kecuali makanan, air, atau oksigen). Sedangkan berdasarkan pada Undang-Undang No 27/1997 yang dimaksud dengan Narkotika adalah zat atau obat-obatan yang berasal dari tanaman atau bukan tanaman baik sintesis maupun sistematis, yang dapat menurunkan atau merubah kesadaran, hilangnya rasa, mengurangi sampai menghilangkan rasa nyeri dan dapat menimbulkan ketergantungan/kecanduan/adiksi (*addiction*).

Hal-hal tersebut menunjukkan bahwa alkohol bukan untuk konsumsi secara bebas. Pemerintah Indonesia sendiri telah melakukan penanggulangan terhadap narkoba mulai tahun 1971 melalui instruksi presiden (inpres) nomor 6 tahun 1971 kepada Badan Koordinasi Intelijen Nasional (BAKIN). BAKIN kemudian membentuk BAKOLAK yang berfungsi menanggulangi bahaya narkoba namun tak mempunyai wewenang operasional dan tak mendapat alokasi anggaran sendiri dari APBN. Krisis narkoba kemudian meledak pada tahun 1997 seiring dengan krisis mata uang regional. Saat itu, BAKOLAK diganti menjadi BKNN dengan keputusan presiden (Kepres) nomor 116 tahun 1999. BKNN kemudian diubah menjadi BNN berdasarkan kepres nomor 17 tahun 2002 dengan tugas dan fungsi: 1) mengkoordinasi instansi pemerintah

dalam perumusan dan pelaksanaan kebijakan nasional penanggulangan narkoba, 2) mengkoordinasi pelaksanaan kebijakan nasional penanggulangan narkoba.

Campur tangan pemerintah mengakibatkan tingginya harga penjualan minuman keras dengan adanya penambahan pajak tambahan pada setiap penjualannya. Pada tahun 2008, harga minuman keras botolan hanya berada dalam kisaran harga Rp. 18.000. Kenaikan harga dirasa sangat pesat jika melihat harganya sekarang yang mencapai Rp. 35.000. Sehingga terdapat perbedaan yang signifikan antara minuman keras yang legal di pasaran dan yang tak boleh dijual (belum terkena pajak).

Normalnya, tingginya harga mendongkrak kurva penawaran apabila harga tersebut merupakan profit yang bisa diperoleh penjual. Di sisi lain, naiknya harga menekan kurva permintaan. Tetapi sifat permintaan pasar atas minuman keras adalah inelastik. Artinya tak terjadi perubahan signifikan pada permintaan dan volume yang terjual meski harga berubah.

Untuk memenuhi permintaan yang terus naik maka dibutuhkan barang pengganti,⁴ dalam bentuk obat-obatan terlarang baik penyalahgunaan resep dokter maupun obat yang khusus diracik untuk disalahgunakan. Naiknya permintaan akan minuman keras dibuktikan dengan bertambahnya pemakai dan pecandu yang tertangkap polisi dan kasus-kasus overdosis.

Dampak-dampak tersebutlah yang menjadi alasan dibalik pengharaman alkohol dan minuman keras sebagai salah satu benda yang memabukkan di

⁴Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi, Teori Pengantar*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), 75

dalam Islam. Seorang ulama', yakni Imam Sya'roni sebagaimana yang dikutip oleh Syaikh Muhammad al-Nawawi berpendapat bahwa memakan makanan yang haram atau syubhat menyebabkan hati menjadi gelap dan menghalangi sampainya hamba kepada Allah.⁵ Sedangkan Imam Suyuthi berkata dalam kitab *al-Naqayah* bahwa mu'min yang sempurna adalah mu'min yang sempurna dalam setiap cabang-cabang keimanan. Kurang sedikit saja cabang keimanan tersebut maka berkuranglah iman itu sesuai dengan kadar kurangnya. Hal ini sesuai ijma'nya para ulama' salaf bahwa sesungguhnya iman itu berkurang dan bertambah. Bertambah sesuai dengan ketaatannya dan berkurang dengan ma'siatnya,⁶ dan hitam atau gelapnya hati adalah sebab dari lemahnya iman.

Akan tetapi pada prakteknya di Kediri, masih banyak transaksi jual beli minuman keras yang dilakukan oleh orang yang beragama Islam. Tidak hanya sebelum dilakukannya penertiban penjual minuman keras, ketika minuman keras bisa ditemukan di supermarket. Juga setelah pembatasan penjualan minuman keras diberlakukan, hanya pada kafe atau diskotik terdaftar. Sesuatu yang janggal, mengingat Islam telah dengan tegas melarang konsumsi minuman keras, baik dalam Al-Qur'an Hadits, maupun dalam Ijma' para Ulama'.

Hal tersebut kemudian menimbulkan pertanyaan mengenai religiusitas (pemahaman terhadap agama) yang seharusnya menjadi pondasi dasar kebutuhan manusia, sebagaimana pendapat yang dirumuskan oleh Abraham

⁵Muhammad Ibn Umar Al-Nawawi Al Bantani, *Syarhu Miraqi Al-Ubudiyyah Ala Matni Bidayatu Al-Hidayah*, (Surabaya: Alhidayah, t.t), 72

⁶Muhammad Ibn Umar Al-Nawawi Al Bantani, *Tanqiihul Qoul Al-Hadits Fi Syarhi Lubaabi Al-Hadits*, (Semarang: Kriyato Putera, t.t), 14

Maslow dalam hierarki kebutuhan (*Hierarchy of Needs*). Dalam teori itu, manusia mempunyai kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, ego dan aktualisasi diri secara berurut. Untuk memenuhi kebutuhannya, perilaku manusia tak lepas dari perbedaan individu yaitu motivasi, kepribadian, konsep diri, pengolahan informasi dan persepsi, proses belajar, pengetahuan, sikap, dan agama.⁷

Teori psikologi perilaku (*behavioral psychology*) yang menyatakan bahwa perilaku manusia didorong oleh motivasi dari dalam dirinya maupun dorongan dari lingkungannya, mendasari teori-teori perilaku konsumen. Berangkat dari teori ini, seharusnya seorang individu akan mengurangi konsumsi apabila ada larangan dalam agama dan akan menambah konsumsi bila dianjurkan dalam agama. Namun faktanya, pelanggaran terhadap keharaman transaksi minuman keras ternyata juga dilakukan oleh beberapa pengunjung Kafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri.

Praktek di lapangan yang berbeda dari teori menimbulkan pertanyaan pengetahuan seputar minuman keras dalam agama menurut pemahaman pelaku jual beli minuman keras di tempat penelitian. Ini disebabkan ketaatan terhadap agama juga menuntut pada keterlibatan, minat dan partisipasi dalam keagamaan (religiusitas).

Penelitian dengan tujuan untuk mengetahui religiusitas pelaku jual beli minuman keras ini dilakukan pada Kafe di Kelurahan Mojoroto Kota Kediri. Di kota Kediri terdapat berbagai macam kafe (bisnis hiburan dengan surat izin

⁷Ujang Sumarwan. *Perilaku Konsumen, Teori Dan Penerapannya*. (Bogor: Ghalia Indonesia, t.t),
6

usaha kafe) diantara lain adalah bengkel, idealis, red kafe, dermaga kafe dan seterusnya. Tetapi penjualan minuman keras secara legal hanya terdapat di dua tempat yaitu pandan kafe di semen kediri dan red kafe di mojoroto. Pemilihan tempat didasarkan pada dua hal yaitu apakah ada penjualan minuman keras legal di lokasi penelitian dan cakupan objek penelitian. Di pandan meskipun menjual minuman keras secara legal tetapi ada anggapan bahwa pengunjung pandan hanya dari golongan elit. Karenanya, lokasi penelitian yang dipilih adalah kelurahan mojoroto dimana terdapat red kafe yang juga menjual minuman keras. Apabila fokus penelitian hanya pada konsumsi dan tidak pada perilaku jual belinya, maka penelitian tidak dilakukan pada bisnis hiburan kafe tetapi pub seperti metro, skydisc.

Pertanyaan tentang bagaimana perilaku seseorang yang melakukan jual-beli minuman keras selanjutnya akan dijabarkan dalam skripsi yang berjudul “RELIGIUSITAS PELAKU JUAL BELI MINUMAN KERAS (STUDI KASUS KAFE DI KELURAHAN MOJOROTO KOTA KEDIRI KOTA KEDIRI)”

B. FOKUS PENELITIAN

Dari uraian latar belakang dan judul di atas dapat disimpulkan bahwa fokus dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh religiusitas pada perilaku mengkonsumsi minuman keras?
2. Bagaimanakah religiusitas pelaku jual beli minuman keras?

C. TUJUAN PENELITIAN

Sedangkan tujuan penelitiannya adalah:

1. Mengetahui tingkat pengaruh religiusitas pada perilaku mengkonsumsi minuman keras
2. Mengetahui deskripsi dan penggambaran religiusitas pada pelaku jual beli minuman keras

D. KEGUNAAN PENELITIAN

1. Bagi Partisipan

Penelitian ini diharapkan menjadi masukan dalam meningkatkan religiusitasnya maupun mengurangi konsumsi narkoba

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Untuk memberi masukan yang bersifat ilmiah, dan menambah khazanah kepustakaan Islam dalam pembahasan mengenai hubungan antara religiusitas dan konsumsi minuman keras

3. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara religiusitas dan konsumsi minuman keras

4. Bagi lembaga terkait

Penelitian ini diharapkan menjadi titik tolak dalam perumusan kebijakan dalam menangani konsumsi minuman keras dan penanggulangan serta pencegahannya

5. Bagi da'i atau pendakwah

Penelitian ini selanjutnya bisa menjadi masukan bagi para pemuka agama atau penyeru kebajikan agar menyesuaikan strategi/ cara yang akan dipraktekkan sehingga dapat membantu pelaku jual beli minuman keras dalam menghentikan konsumsi dan transaksi minuman keras.

E. TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka menerangkan teori-teori dasar yang berkaitan erat, tetapi tidak menjadi dasar pedoman wawancara. Diantaranya adalah penelitian yang menekankan pada perilaku konsumen, yakni

Pertama, Pengaruh Labelisasi Halal Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Anggota Forum Studi Ekonomi Islam Stain Kediri (FORSEISK)) yang ditulis oleh Mohammad Hanafi Muslim tahun 2014 dengan pendekatan kuantitatif. Skripsi ini membandingkan antara labelisasi dan perilaku konsumen. Labelisasi mempunyai kegunaan untuk menunjukkan informasi dari produk. Dengan demikian labelisasi produk merupakan kebijakan produsen. Kebijakan ini dibandingkan dengan perilaku konsumsi. Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan karena religiusitas dan perilaku konsumen merupakan konsep teoritis dari segi konsumen dan sama sekali tak menyinggung produsen.

Kedua, Religiusitas pada Wanita Tuna Susila di Lokalisasi Guyangan Nganjuk yang ditulis oleh Fahyudi, S.PA tahun 2012 dengan pendekatan kualitatif. Penelitian tersebut berangkat dengan asumsi bahwa wanita tuna susila tetap memiliki religiusitas untuk mencari teori baru berupa bentuk/

tingkat religiusitas. Perbedaan mendasar pada penelitian yang akan dilakukan adalah pada pengujian teori. Skripsi di atas memunculkan teori baru, dengan pijakan religiusitas saja sedang penelitian yang akan dilakukan membandingkan teori yang ada yaitu religiusitas dan perilaku konsumen.

Dan penelitian-penelitian lain yang berkaitan dengan religiusitas atau perilaku jual beli serta motivasi yang mendorongnya, yang berasal baik dari dalam maupun luar Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kediri. Adapun teori yang harus diketahui untuk menyamakan kerangka pemikiran adalah:

1. Regulasi Minuman keras

Peraturan Menteri Kesehatan menyebut minuman keras sebagai minuman beralkohol, sedang MUI menyebut minuman keras sebagai *khamr*. minuman beralkohol ataupun *khamr* mengandung etanol/C₂H₅OH baik hasil rekayasa fermentasi dengan kadar di bawah 1% ataupun secara kimia di atas 1%.⁸ Sifat dasar alkohol adalah beracun, dengankadar terendah pada etanol karena dapat diuraikan dengan cepat dalam tubuh.⁹ Konsumsi etanol pada kadar tertentu tak memabukkan, tetapi bila lebih banyak maka dapat memabukkan.

⁸Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standarisasi Fatwa Halal*

⁹Jeffery S. Nevid, Spencer A. Rathus, Dan Beverly Greene, *Psikologi Abnormal* (Erlangga, Jakarta, 2003), 10

Berikut adalah penyebutan hukum yang berkaitan dengan alkohol secara terperinci:

a. Al-Quran

1) An Nisa' ayat 43

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَقْرَبُوا الصَّلَاةَ وَأَنتُمْ سُكَرَىٰ حَتَّىٰ تَعْلَمُوا
مَا تَقُولُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu shalat, sedang kamu dalam Keadaan mabuk, sehingga kamu mengerti apa yang kamu ucapkan, (jangan pula hampiri mesjid) sedang kamu dalam Keadaan junub, terkecuali sekedar berlalu saja, hingga kamu mandi....”¹⁰

2) Al Maidah ayat 90-91

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ
عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿٩٠﴾ إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ
يُوقِعَ بَيْنَكُمْ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَيَصُدَّكُمْ عَن ذِكْرِ اللَّهِ
وَعَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ ﴿٩١﴾

“Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan”.

“Sesungguhnya syaitan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebencian di antara kamu lantaran (meminum)

¹⁰Riwayat yang berkaitan dengan ayat ini diantaranya adalah riwayat Abu Daud, Tirmidzi, Nasa’i, Al-Hakim yang bersumber dari ‘Ali. Dikemukakan bahwa Abdurrahman bin Auf mengundang ‘Ali dan kawan-kawannya. Kemudian dihidangkan *khamr* sehingga terganggu otak mereka. Ketika tiba waktu shalat, orang-orang menyuruh ‘Ali jadi imam dan ketika beliau membaca surat Al-Kafirun beliau salah mengucapkan pada lafadz :*laa a’budu ma ta’buduun, wanahnu na’budu maa ta’buduun* (saya tak menyembah apa yang kalian sembah, dan kita menyembah apa yang kalian sembah) maka turunlah ayat ini sebagai larangan shalat pada waktu mabuk. Ditariklah kesimpulan bahwa keharaman *khamr* adalah pada saat shalat saja. Dahlan, *Asbabun Nuzul Latar Belakang Historis Turunnya Ayat-ayat Al-Qur’an*, (Bandung: Diponegoro, t.t), hal 128

khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; Maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu)”.(QS Almaidah:90-91)¹¹

b. Hadits

Alkohol atau minuman keras termasuk barang konsumsi yang dijual belikan sejak masa lampau. Karenanya, larangan terhadap minuman keras di dalam Hadits Nabi secara spesifik terbagi menjadi 2 yaitu larangan konsumsi dan larangan jual beli. Larangan konsumsi minuman keras antara lain:

ابن عمر يقول قال رسول الله صلى الله عليه وسلم لعن الله الخمر وشاربها وساقيتها وبائعها ومبتاعها وعاصرها ومعتصرها وحاملها والمحمولة اليه
(رواه هبي داوود في كتاب الأشرطة)

“Ibn Umar berkata: Rasulullah bersabda “ Allah melaknat (mengutuk) khamr, peminumnya, penyajinya, pedagangnya, pembelinya, pemerasbahannya, penyimpannya, pembawanyadanpenerimanya” (HR. Abi Daud dalam kitab Al-Asyribat)¹²

¹¹ Ada sebuah ungkapan yang mengatakan bahwa *khamr* itu suci dan Allah menghalalkan segala sesuatu yang suci. Maka turunlah ayat ini sebagai penegas bahwa *khamr* bukan termasuk sesuatu yang suci sehingga tak diharamkan. Dalam sebuah riwayat oleh Imam Nasa’i dan Baihaqi yang bersumber dari Ibnu Anas dikemukakan bahwa ayat ini melukiskan berhasilnya syaitan mengganggu dan mengadu domba orang yang beriman sebab minum arak dan bermain judi. Riwayat ini berkaitan dengan peristiwa yang terjadi di antara dua suku dari golongan sahabat Anshor yang hidup rukun. Tetapi apabila mereka minum sampai mabuk, mereka saling mengganggu dan meninggalkan bekas sehingga pudarlah rasa kekeluargaan mereka. Hal itulah yang menimbulkan permusuhan di antara mereka¹¹. Karenanya ‘Umar ibn Khattab menghadap Nabi dan memohon:

اللهم بين لنا في الخمر بيانا شافيا

“Semoga Allah menjelaskan tentang khamr dengan kejelasan yang pasti”. Setelah turun ayat ini ‘Umar berdoa, *“telah engkau larang, ya rabb”*

Dalam riwayat lain dari Imam Ahmad yang bersumber dari Abu Hurairah, diterangkan bahwa ayat ini turun sebagai peringatan keras yang memberi kepastian tentang keharamannya setelah dua ayat di atas diturunkan. Sehingga kemudian para peminum minuman keras di zaman Rasulullah tersebut berkata :”cukuplah, kami akan berhenti”. Ibid, hal 190

¹² Abi Daud Sulaiman ibn Al-Asy‘Ats Al-Sujastani Al-Azdi, *Sunan Abi Daud*, (Beirut: Dar Al-Jil, 1992), 323

عن ابن عمر قال قال رسول الله صلى الله عليه وسلم كل مسكر خمر وكل مسكر حرام, ومن شرب الخمر في الدنيا فمات وهو يدمنها لم يتب لم يشربها في الآخرة (رواه مسلم في كتاب الأشربة)

“Dari ibn ‘Umar berkata: Rasulullah bersabda: Segala yang memabukkan (dinamakan) khamr, dan segala yang memabukkan (itu) haram. Barang siapa meminum khamr di dunia kemudian mati dan saat dimakamkan ia belum bertobat maka ia tak akan meminumnya (khamr) di surga” (HR Muslim dalam kitab Al-Asyribat)¹³

Sedang larangan dalam jual beli khamr antara lain :

عن ابن وعلة المصري أنه سأل ابن عباس عما يعصر من العنب قال ابن عباس اهدى رجل لرسول الله صلى الله عليه وسلم رواية خمر فقال له النبي صلى الله عليه وسلم هل علمت أن الله عز وجل حرمها فسار ولم أفهم ما سار كما أردت فسألت إنسانا إلى جنبه فقال له النبي صلى الله عليه وسلم بم سرته قال أمرته أن يبيعها فقال النبي صلى الله عليه وسلم إن الذي حرم شربها حرم بيعها ففتح المزدين حتى ذهب ما فيهما

“Dari ibn Wa’lah yang berkebangsaan Mesir, menerangkan bahwa sesungguhnya ia bertanya pada ibn ‘Abbas tentang sesuatu yang diperas dari anggur. Ibn ‘Abbas berkata: “sesungguhnya ada seorang laki-laki memberi hadiah pada Nabi satu jerigen khamr. Kemudian Nabi bersabda: “apakah kau tidak tahu bahwa Allah telah mengharamkan khamr?” Laki-laki itu kemudian berbisik pada temannya dan saya (ibn ‘Abbas) tidak paham apa yang dibisikkan karenanya saya bertanya pada seseorang disebelahnya. Nabi kemudian bertanya: “apa yang kau bisikkan?” Laki-laki itu menjawab: “saya menyuruh teman saya untuk menjualnya”. Nabi kemudian bersabda “semua yang diharamkan meminumnya maka haram pula menjualnya.” Mendengar hal itu laki-laki itu langsung

¹³Redaksi kata ‘tak akan meminumnya diakhirat’ menunjukkan ketiadaan masuk surga karena semua orang yang masuk surga meminum khamr tersebut di surga. Menurut Imam Zarqani dalam syarah kitab Muwatho’ bahwa haram mempercepat setiap perkara yang diperintahkan untuk diakhirkan dan dijanjikan diberikan pada waktunya nanti. Hal ini disamakan pada usaha pembunuhan oleh ahli waris agar mendapat warisan. Abi Husain Muslim ibn Hajjaj Al-Qusyairi Al-Naisaburiy, *Shahih Muslim* (Beirut: Dar Al-Fikr, t.t) Jilid 3 Hal. 99-100

*membuka dua jerigen yang dibawanya dan menumpahkannya sampai tak bersisa.*¹⁴

عن أبي سعيد الخدري قال سمعت رسول الله صلى الله عليه وسلم يخطب بالمدينة فقال يا أيها الناس إن الله تعالى يعرض بالخمر و لعل الله سيتزل فيها أمرا فمن كان عنده منها شيء فليبعه وليتتفع به قال فما لبثنا إلا يسيرا حتى قال النبي صلى الله عليه وسلم إن الله تعالى حرم الخمر فمن أدركته هذه الآيات وعنده منها شيء فلا يشرب ولا يبع قال فاستقبل الناس بما كان عنده منها في طريق المدينة فسفكوها

*Dari Abi Sa'id Al-Khudriy, beliau berkata: saya mendengar Rasulullah SAW berkhutbah di Madinah dan beliau bersabda: "hai manusia, sesungguhnya Allah menyinggung masalah khamr dan kemungkinan Allah akan menurunkan keputusan tentangnya. Karenanya, siapa saja yang mempunyai khamr, juallah dan carilah kemanfaatan darinya". Tidak lama berselang Nabi Muhammad SAW bersabda: "sesungguhnya Allah telah melarang khamr. Barang siapa menemukan ayat ini (Al-Maidah ayat 90) dan mempunyai khamr meski sedikit maka jangan diminum ataupun dijual".Kemudian orang-orang dimadinah membawa khamr yang ada padanya kejalanan dan menumpahkannya.*¹⁵

c. Ijma' para 'ulama

Hukum *khamr* dalam jual beli dijelaskan secara berbeda-beda dalam fiqh empat madzhab. Namun secara umum, *khamr* dinyatakan haram dan termasuk barang yang tak layak diperjualbelikan karena tak memenuhi syarat barang dagangan. Perbedaan yang diungkap dalam berbagai madzhab adalah sebagai berikut:

1) Madzhab Hanafi

¹⁴Abu Abd Al-Rahman Ahmad ibn Syu'aib ibn 'Ali ibn Bahri Al-Nasa'i, *Sunan Nasa'i Bisyarhi Al-Suyuthi Wa Hasyiyat Al Imam Al-Sanadi* (Beirut: Dar-Al Kutub Islamiyyah) Juz 4 Hal 308

¹⁵Abi Husain Muslim ibn Hajjaj Alqusyairi Al-Naisaburiy, *Shahih Muslim*

... Minuman keras dan babi tidak sah diperjualbelikan karena tak bisa dimanfaatkan secara syari'ah.¹⁶

2) Madzhab Maliki

Syarat untuk barang dagangan harus bersih (suci) sehingga tidak sah jual beli barang najis seperti bir atau babi.¹⁷

3) Madzhab Syafi'i

Barang harus bersih, karena itu tidak sah menjual anjing, minuman keras, dan barang yang terkena najis yang tidak bisa dibersihkan...¹⁸

4) Madzhab hanbali

... Tidak sah (memperdagangkan benda) bila tidak ada manfaat seperti serangga, bermanfaat tapi haram seperti minuman keras, bermanfaat dan boleh tetapi dalam waktu butuh seperti anjing.¹⁹

Secara eksplisit Imam Jalil Abu Muhammad Ali Ibn Ahmad Ibn Sa'id menjelaskan dalam keharaman jual beli *khamr* bahwa apapun yang diharamkan maka penjualannya akan *fasakh* (rusak) selamanya. Dari sini diterangkan bahwa sesungguhnya selama sesuatu diharamkan maka kepemilikannya, jual belinya, *mentasarrufkannya*, dan memakannya adalah haram kecuali jika ada kekhususannya dalam

¹⁶Wahbah.Al-Zuhaili, Fiqh Al-Islam wa Adillatuhu, (Depok: Gema Insani, 2011), 59

¹⁷Ibid, 60

¹⁸Ibid, 65

¹⁹Ibid, 68

nash. Jika diterangkan kekhususannya, maka pembahasannya dihentikan (dicukupkan). Allah telah mengharamkan *khamr*, babi, bangkai dan darah. Maka sesuai dengan dalil tersebut di atas, haram memiliki, meminum dan mencari manfaat serta menjual atau membelinya.²⁰

Syarat dari barang yang diperjualbelikan adalah suci dhohirnya. Karena itu tak diperbolehkan menjual barang-barang yang jelas najisnya seperti anjing, *khamr*, dan lain-lain.²¹ Lebih lanjut, dalam *Qulyubi wa Amirah*, disebutkan bahwa penjualan anggur dan gandum kepada pembuat *khamr* ketika diduga tujuannya adalah produksi *khamr*, hukumnya makruh. Tetapi apabila jelas untuk membuat *khamr* maka hukumnya haram.

Sedang dalam kitab *Raudlah*, masalah keharaman ini lebih diberatkan (*ashah*). Ini disebabkan oleh adanya tanda-tanda yang jelas akan menimbulkan maksiat dalam pemanfaatannya. Menurut kebanyakan ulama, keharaman ini *diqiyaskan* dengan menjual pedang untuk pembunuh atau perampok.²²

d. Undang-undang

²⁰ Abu Muhammad Ali ibn Ahmad ibn Sa'id ibn Hazm Al-Andalusy, *Mahalli bi Al-Atsar*, (Beirut: Dar Al-Fikr, t.t) Juz 7 Hal 490

²¹ Shihab Al-Din Al-Qulyubi, 'Amirah, *Hasyiyataani Qulyubi wa 'Amirah 'ala Syarhi Al-Mahalli 'ala Minhaj Al-Thalibin fi Fiqhi Madzhab Al-Imam Al-Syafi'i*, (Semarang: Kriyato Putera, t.t) Juz 2 Hal 158

²² Ibid, 184

Undang-undang yang secara eksplisit mengatur regulasi konsumsi, produksi dan penyaluran/ penganjaraan alkohol adalah Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 86/men.kes/per/IV/77, yang mengklasifikasikan minuman keras menjadi tiga golongan yaitu;

Pertama, Golongan A (dengan kadaretanol/C₂H₅OH sebanyak 1%-5%) yang dapat diiklankan dan dijual secara bebas tanpa izin dan dapat diecer secara bebas. *Kedua*, Golongan B (5%-20%) yang membutuhkan izin untuk mengedarkan dan mengecer, dan *ketiga*, Golongan C (20%-55%) yang tidak boleh diiklankan dan penjualannya harus disertai keterangan lengkap pembeli mulai dari tanggal penyerahan, nama dan alamat penerima, nomor passport atau kartu tanda penduduk serta jenis dan jumlah minuman yang bersangkutan.

Selain pengklasifikasian alkohol, di dalam undang-undang tersebut juga diatur tempat penjualan minuman keras, pemberian izin dan pelaporan berkala oleh penjual ataupun produsen.

e. Fatwa MUI

Fatwa MUI yang memuat tentang minuman keras adalah nomor 4 tahun 2003 tentang standarisasi fatwa halaldan fatwa nomor 11 tahun 2009 tentang alkohol. Fatwa nomor 4 tahun 2003 menerangkan tentang keharaman minuman yang mengandung etanol/C₂H₅OH atas dasar 'memabukkan.' Secara global, minuman keras disebut *khamr*.

Kemudian dibedakan antara hasil rekayasa fermentasi dengan kadar di bawah 1% ataupun secara kimia di atas 1%.²³

Keharaman penggunaan selanjutnya diperjelas dengan Fatwa MUI Nomor 11 Tahun 2009. Dalam fatwa tersebut diperinci penggunaannya baik dalam konsumsi maupun dalam medis. Dalam konsumsi, dinyatakan haram dan diperjelas statusnya sebagai sesuatu yang najis. Sedang penggunaannya selain untuk konsumsi semisal kedokteran atau kosmetik dianggap mubah/ boleh selama tidak membahayakan secara medis.²⁴

2. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

Religi berasal dari bahasa Inggris "*religion*" atau bahasa Belanda "*religie*". Akar dari kedua kata tersebut adalah "*relegare*" yang mempunyai arti melakukan sesuatu perbuatan dengan penuh penderitaan, yakni jenis lakuperibadatan yang dikerjakan berulang-ulang dan tetap.

Sedang religiusitas yang biasa diartikan sebagai keagamaan adalah keterlibatan, minat atau partisipasi di dalam keagamaan, mengacu pada tingginya taraf keterlibatan seseorang dalam agama. Namun secara persis ia mengacu pada taraf partisipasi berkelanjutan di dalam ritual/ praktik keagamaan²⁵. Dalam pengertian Glock, agama adalah sistem simbol, sistem keyakinan, sistem nilai, sistem perilaku yang

²³Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa MUI Nomor 4 Tahun 2003 Tentang Standarisasi Fatwa Halal*

²⁴Majelis Ulama Indonesia, *Fatwa MUI Nomor 11 Tahun 2009 Tentang Hukum Alkohol*

²⁵Arthur S.Reber, Emily S. Reber, *Kamus Psikologi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010)

terlembagakan yang semuanya terpusat pada persoalan yang dihayati sebagai yang paling maknawi (*ultimate meaning*).

Religiusitas dalam Islam diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia secara vertikal (حبل من الله) atau secara horisontal (حبل من الناس). Dalam pencapaian kedua hubungan ini, diperlukan motivasi untuk memulai juga tujuan yang akan dicapai dalam keyakinan beragama.

Sesuai dengan pandangan Islam, Glock berpendapat bahwa kepercayaan keagamaan/teologi adalah jantungnya dimensi keyakinan. Teologi terdapat seperangkat kepercayaan mengenai kenyataan terakhir, mengenai alam dan kehendak-kehendak supernatural, sehingga aspek lain dalam agama menjadi koheren. Ritual menunjukkan ketaatan seperti dalam sembahyang tak dapat dipahami kecuali dalam kerangka kepercayaan dimana terdapat dalil bahwa ada suatu kekuatan besar yang mengatur alam semesta.

Perumusan Glock inilah yang menjadi penjabaran ungkapan/perintah untuk memeluk Islam secara *kaffah*, karena ia mampu melihat agama bukan sebagai dimensi ritual atau keyakinan saja. Tetapi juga pada dimensi yang lain.

b. Fungsi agama

Kebanyakan teori antropologi melihat agama sebagai suatu entitas yang mengalami perkembangan secara evolusioner. Terdapat

perbedaan pandang besar terhadap peran agama dalam sosiologi yang dibagi menjadi tiga perspektif.

Satu, perspektif konflik yang menekankan terhadap peran agama dalam terjadinya perubahan sosial di masyarakat. *Dua*, perspektif interaksionisme, yaitu peran agama sebagai penyedia kelompok referensi untuk membantu orang menemukan jati dirinya sendiri. *Tiga*, perspektif fungsionalisme yang menekankan terhadap fungsi integratif agama bagi kesejahteraan masyarakat.²⁶ Perspektif ketiga, perspektif fungsionalisme atau agama menurut fungsinya, adalah makna agama yang ditegaskan dalam penelitian ini.

3. Teori Permintaan dan Perilaku Konsumen

Dalam penelitian ini, teori permintaan digunakan untuk menjelaskan reaksi konsumen/pembeli atas faktor yang mempengaruhinya secara umum, dan perilaku konsumen sebagai alat untuk menemukan hal-hal lain yang mempengaruhi keputusan pembelian diluar bahasan teori permintaan.

a. Teori Permintaan

Ekonomi adalah studi mengenai cara-cara manusia dalam menentukan pilihannya untuk memanfaatkan sumber-sumber produksi agar mencapai kegunaan yang diinginkan berdasar biaya yang akan di keluarkan.²⁷ Sedang dalam studi Islam, ekonomi berarti madzhab yang

²⁶Sindung Hariyanto. *Sosiologi Agama dari Klasik hingga Posmodern*. (Yogyakarta: Arruzz Media, 2015), 21-26

²⁷Eli Masykuroh, *Pengantar Teori Ekonomi Pendekatan pada Teori Ekonomi Mikro Islam* (Ponorogo: Stain Ponorogo, 2008), 9

mengatur tentang kehidupan perekonomian menurut Islam. Di dalamnya mempelajari perilaku manusia muslim didasarkan atas dalil naqli berfokus pada kesejahteraan (human falah dengan sumberdaya yang ada). Artinya, ekonomi Islam adalah pengetahuan dan aplikasi dari aturan syari'ah untuk mencegah ketidakadilan dan melaksanakan perintah Allah swt.

Sistem ekonomi Islam mempunyai dua pokok yang menjadi keunggulannya. Pertama, bagian yang berisi hukum pokok, umum dan tetap yang jumlahnya terbatas dan berkaitan dengan hajat hidup orang banyak tanpa terpengaruh oleh kondisi perekonomian apapun seperti larangan jual beli *khamr*, larangan riba, larangan zina, adil dalam timbangan, dan lain-lain. Kedua bagian yang tidak tetap dan berubah-ubah sesuai kondisi perekonomian yang ada sehingga memberi peluang untuk berjihad.²⁸

b. Perilaku konsumsi

Secara bahasa, perilaku diartikan sebagai tanggapan/ reaksi individu yang terwujud dari gerakan/sikap²⁹ sedang konsumsi berarti pemakaian barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.³⁰ Konsumsi juga dapat didefinisikan sebagai kegiatan usaha manusia agar dapat memenuhi kebutuhan barang atau bahkan juga kebutuhan jasa. Atau kegiatan manusia untuk menggunakan barang

²⁸Ibid, 16

²⁹Tim Penyusun, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta: Balai Pustaka, 1993) , 671

³⁰Ibid, 458

maupun jasa secara berangsur-berangsur atau sekaligus habis dipakai untuk memenuhi kebutuhan. Misalnya membeli pakaian karena ingin menjaga tubuh, menjauhkan rasa malu, dan ingin memperoleh kepuasan.

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Perilaku konsumen dibentuk melalui tahap pencarian informasi (sebelum pembelian), pembelian, dan konsumsi/evaluasi produk dengan standar kepuasan yang diinginkan. Evaluasi ini nantinya akan mempengaruhi perilaku konsumsi di masa yang akan datang. Termasuk di dalamnya adalah proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Dalam melakukan kegiatan konsumsi, Islam memiliki 5 prinsip yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan, dan moralitas. Barang yang diinginkan adalah barang yang sesuai syariah yaitu barang yang diperbolehkan dikonsumsi dan bukan sebagai barang yang dilarang. Peraturan ini menjadi dasar dari prinsip kebersihan. Untuk memperoleh barang tersebut, harus memperhatikan prinsip keadilan. Keadilan berkaitan dengan etika bisnis dimana dalam memperoleh barang dan jasa tidak boleh menimbulkan kezaliman.

Dalam prosesnya, diterapkan 3 prinsip yang lain yaitu tidak boros, berdasar kerelaan dan sesuai norma yang berlaku.³¹

Pengambilan keputusan oleh konsumen didasari oleh perbedaan individu (motivasi, kepribadian, konsep diri, persepsi dan pengolahan info, proses belajar, pengetahuan, sikap dalam beragama) atau faktor lingkungan (yang ditentukan oleh budaya, karakteristik demografi, sosial dan ekonomi, keluarga dan rumah tangga, kelompok acuan, situasi konsumen, dan teknologi)

Adapun beberapa teori perilaku konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Teori Ekonomi Mikro. Teori ini beranggapan bahwa setiap konsumen akan berusaha memperoleh kepuasan maksimal. Mereka akan berupaya meneruskan pembeliannya terhadap suatu produk apabila memperoleh kepuasan dari produk yang telah dikonsumsinya, di mana kepuasan ini sebanding atau lebih besar dengan *marginal utility* yang diturunkan dari pengeluaran yang sama untuk beberapa produk lain;
- 2) Teori Psikologis. Teori ini mendasarkan diri pada faktor psikologis individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan lingkungan. Bidang psikologis ini sangat kompleks dalam menganalisa perilaku konsumen, karena proses mental tidak dapat diamati secara langsung.

³¹Masykuroh, *Pengantar*, 152

3) Teori Antropologis. Teori ini juga menekankan perilaku pembelian dari suatu kelompok masyarakat yang ruang lingkungannya sangat luas, seperti kebudayaan, kelas-kelas sosial dan sebagainya.

4. Keterkaitan antara Religiusitas dengan Teori Konsumsi

Dalam studi yang berkembang, hubungan antara agama dan ekonomi bersifat imbal balik. Agama dapat menjadi variabel independen yang mempengaruhi kinerja ekonomi dan juga dapat menjadi variabel dependen yang dipengaruhi ekonomi. Religiusitas mempengaruhi karakteristik individual seperti etos kerja, kejujuran, dan lain sebagainya yang selanjutnya mempengaruhi ekonomi.

Kepercayaan agama dianggap berhubungan dengan sikap ekonomi yang 'baik' dengan kondisi yang memungkinkan bagi pertumbuhan ekonomi dan pendapatan perkapita.³² Hal ini berdasarkan data yang dikumpulkan dari 90.000 pekerja di India yang menyimpulkan bahwa agama membentuk keputusan entrepreneurial. Secara khusus beberapa agama seperti Islam dan Kristen sangat kondusif bagi kewirausahaan sedang yang lain seperti Hindu dengan sistem kasta, menghalangi keputusan entrepreneurial. Hal itu merupakan bukti empiris yang mendukung fakta bahwa agama maupun tradisi kasta mempengaruhi kewirausahaan.³³

³²Sindung, *Sosiologi Agama*, 132

³³Ibid, 137

Setiap agama menurut Weber, mempunyai etika ekonomi. Yang mungkin diekspresikan dalam kehidupan nyata atau tidak. Hal ini yang menyebabkan perbedaan tingkat perkembangan ekonomi. Di Asia, etika ekonomi pada agama umumnya tidak diterapkan. Sehingga persoalannya bukan pada ada/tidaknya etika ekonominya tetapi bagaimana etika tersebut diimplementasikan menjadi aktifitas nyata di kehidupan sehari-hari³⁴.

Sedang mengenai keterkaitannya dengan teori konsumsi secara khusus, diketahui dari penelitian dan karya-karya yang telah ada sebelumnya, agama hanyalah salah satu faktor yang memotivasi perilaku konsumsi. Dalam beberapa keterangan, disebutkan bahwa agama merupakan subfaktor dari budaya, pernyataan ini mengandung arti tak ada keterkaitan yang signifikan antara agama dan perilaku konsumsi.

Akan tetapi, agama (hukum agama) yang tertuang dalam fatwa MUI sebagai salah satu jenis undang-undang positif mempunyai efek dalam pengaturan pajak. Efek yang juga dimiliki undang-undang lain, seperti undang-undang dari Dinas Kesehatan, dan bea cukai.

Undang-undang positif ini dapat mempengaruhi besaran pajak yang kemudian akan mempengaruhi naik-turunnya kurva permintaan. Semakin tinggi pajak yang dikenakan, akan mengakibatkan harga yang semakin tinggi, sehingga permintaan semakin rendah.

Jikalau hanya melihat undang-undang tersebut maka yang dapat disimpulkan adalah adanya pengaruh pajak dalam minat konsumsi minuman keras, bukan pengaruh religiusitas pada minat konsumsi minuman keras. Perbedaan kesimpulan ini disebabkan bahwa tujuan dikeluarkannya fatwa MUI adalah sebagai himbauan bagi pemerintah untuk mengatur atau melarang peredaran minuman keras dengan regulasi terkait.

³⁴Ibid, 140