

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Tinjauan Tentang Perilaku Konsumsi

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Konsumen adalah salah satu unit pengambil keputusan dalam ekonomi yang bertujuan untuk memaksimalkan kepuasan dari barang dan jasa yang dikonsumsinya.<sup>1</sup> Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi setiap pelaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya.<sup>2</sup>

Pendapat Suwarman yang dikutip oleh Budhi menyatakan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta prosespsikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan kegiatan diatas atau kegiatan mengevaluasi.<sup>3</sup>

Konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat. Kalau produksi diartikan “menciptakan *utility*” dalam bentuk barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, maka konsumsi berarti memakai/menggunakan *utility* itu untuk memenuhi suatu kebutuhan.<sup>4</sup>

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua

---

<sup>1</sup> Made Kembar Sri Budhi, *Teori Ekonomi Mikro*, (Bali: Udayana University Press, 2009), 27.

<sup>2</sup> Muhammad Daud Ali, *Sistem Ekonomi Zakat dan Wakaf*, (Jakarta: UII Press, 1998), 18.

<sup>3</sup> Ibid., 5.

<sup>4</sup> T Gilars, *Pengantar Ilmi Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Kanisus, 2009), 89.

penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani.<sup>5</sup>

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumsi adalah bentuk kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh konsumen untuk menggunakan jasa atau memanfaatkan barang atau jasa.

## 2. Konsumsi Mahasiswa

Mahasiswa adalah peserta didik yang terdaftar di perguruan tinggi dan telah memenuhi syarat lain yang ditetapkan oleh perguruan tinggi yang bersangkutan. Seperti halnya masyarakat ataupun rumah tangga, mahasiswa juga melakukan aktivitas ekonomi setiap harinya termasuk konsumsi. Konsumsi mahasiswapun dapat digolongkan dalam dua jenis yaitu konsumsi makanan dan bukan makanan. Konsumsi bukan makanan di kalangan mahasiswa biasanya berpusat pada keperluan seputar perkuliahan seperti membeli buku, foto kopi, akses internet, dan sebagainya. Konsumsi bukanmakanan bagi mahasiswa juga meliputi konsumsi akan alat transportasi seperti

---

<sup>5</sup> <http://digilib.uinsby.ac.id/1000/5/Bab%202.pdf> diakses 28 Mei 2017.

biaya kendaraan umum dan bahan bakar kendaraan pribadi, komunikasi seperti biaya pulsa, dan entertainment seperti untuk membeli pakaian, handphone, laptop, dan aksesoris. Sementara itu konsumsi makanan di kalangan mahasiswa ada pada seputar konsumsi makanan pokok dan jajanan sehari-hari.<sup>6</sup>

Mahasiswa tergolong bukan angkatan kerja karena mahasiswa termasuk kelompok yang tidak bekerja/mencari kerja (pengangguran) ataupun kelompok yang sedang bekerja. Mahasiswa termasuk pada kelompok yang bersekolah dan penerima pendapatan sehingga mahasiswa tidak memiliki pendapatan permanen sendiri. Pendapatan mahasiswa bisa berasal dari uang saku dari orang tua dan beasiswa (jika penerima beasiswa). Uang saku dari orangtua adalah uang yang diterima setiap bulan setiap minggu atau setiap periode yang disepakati oleh orangtua dengan mahasiswa bersangkutan.

Dewasa ini konsumsi mahasiswa untuk keperluan bukan makanan semakin beraneka ragam, seiring perkembangan jaman. Sebagian mahasiswa mulai menggeser penggunaan pendapatan (uang saku) bulanan mereka untuk membeli barang atau jasa bukan makanan seperti pakaian, karaoke atau barang simbol-simbol tren masa kini lainnya agar tidak dikatakan ketinggalan tren. Disinilah pergeseran pola konsumsi mahasiswa bisa dilihat, yaitu seberapa banyak mereka menggunakan pendapatan mereka untuk memenuhi

---

<sup>6</sup> <http://eprints.uny.ac.id/16813/1/skripsi%20full.pdf> diakses 11 Desember 2016.

hasrat berbelanja mereka dan seberapa banyak yang mereka gunakan untuk kebutuhan yang benar-benar harus dipenuhi.

Latar belakang ekonomi keluarga mahasiswa juga berpengaruh dalam perilaku konsumsi mereka. Pada umumnya mahasiswa yang berasal dari keluarga kaya akan mengkonsumsi lebih banyak daripada mahasiswa yang berasal dari keluarga yang sederhana.<sup>7</sup>

### 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi

#### a. Pendapatan

Semakin besar pendapatan seseorang maka jumlah konsumsi cenderung semakin besar.

#### b. Harga barang dan jasa

Secara normal jika harga naik, maka permintaan terhadap barang tersebut akan turun dan jika harga barang turun maka permintaan barang tersebut akan naik kecuali barang tersebut merupakan barang kebutuhan pokok.

#### c. Kebiasaan konsumen

Perilaku konsumtif seseorang yang mempunyai kebiasaan belanja secara berlebihan yang belum tentu diperlakukannya akan meningkatkan gejala konsumerisme dimasyarakat.

---

<sup>7</sup> Ibid.,

d. Adat istiadat

Pada acara tertentu yang merupakan adat istiadat masyarakat disuatu daerah akan membutuhkan barang-barang tertentu yang mungkin tidak sama ditiap-tiap daerah.

e. Barang substitusi

Jika harga suatu barang naik, maka banyak konsumen akan beralih kebarang substitusi untuk memenuhi kebutuhannya.

f. Selera konsumen

Setiap konsumen mempunyai selera yang berbeda satu dengan yang lain dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga selera akan mempengaruhi tingkat konsumsi seseorang.<sup>8</sup>

## **B. Tinjauan Tentang *Online Shop***

### **1. Pengertian *Online Shop***

*Online Shop* merupakan proses pembelian barang/jasa oleh konsumen ke penjual real-time dengan menggunakan internet sebagai medianya. Secara prinsip, bisnis toko *online* tidak berbeda jauh dengan toko *offline*. Hanya saja yang digunakan oleh kedua tipe bisnis toko tersebut berbeda. Bisnis toko *online* menggunakan jaringan internet dan jasa perbankan sebagai media transaksinya, sedangkan

---

<sup>8</sup> Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), 187-188.

toko *offline* transaksinya dilakukan dengan bertatap muka secara langsung.<sup>9</sup>

*Online shop* atau belanja online via internet, adalah suatu proses pembelian barang atau jasa dari mereka yang menjual melalui internet, atau layanan jual-beli secara online tanpa harus bertatap muka dengan penjual atau pihak pembeli secara langsung. Online shop bukan hanya sekedar dianggap sebagai pemilihan dalam berbelanja, melainkan telah menjadi bagian dari adanya perubahan sosial budaya dalam masyarakat. Pada *online shop* konsumen bisa melihat barang-barang berupa gambar atau foto-foto atau bahkan juga video. Tuntutan gaya hidup saat ini telah memiliki makna lain terkait dengan identitas diri yang bersifat prestisius.<sup>10</sup>

## 2. Sarana yang digunakan *Online Shop*

### a. Facebook

Tidak bisa dipungkiri kan, kalau Facebook masih menjadi pilihan utama untuk promosi bisnis selain di website. Selain memang sudah akrab dengan masyarakat sebagai sosial media, Facebook dinilai sangat mudah untuk digunakan berbisnis. Tidak sedikit toko online yang aktif menggunakan website juga aktif promosi di Facebook, bahkan sebagian besar dari mereka memulai bisnis online dari sosial media yaitu Facebook. Facebook juga menyediakan fasilitas Facebook Ads bagi para

---

<sup>9</sup> Asrie Nanditha, *Membangun toko online laris pake blog*, (Jakarta: MediaKom, 2013), 10.

<sup>10</sup> <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-auna97cbdaabbfull.pdf> Diakses 24 Februari 2017.

pebisnis online. Mereka yang ingin lebih mudah ditemukan di Facebook, bisa langsung menggunakan fasilitas ini. Berbayar memang, tapi akan dimudahkan untuk penargetan pasar hingga waktu berpromosi di Facebook.

b. Twitter

Salah satu situs yang hanya menampilkan pesan sebanyak 140 karakter atau kurang. Menggunakan situs ini untuk mempromosikan acara, berita, membangun basis pelanggan dengan mengembangkan percakapan. Orang yang menggunakan Twitter biasanya hanya beberapa jam per minggu untuk membaca, mengirim dan mencari pesan. Untuk memaksimalkan jangkauan, maka dapat menggunakan simbol hashtag atau pilihan pencarian lanjutan untuk menemukan pertanyaan yang berhubungan dengan bisnis. Twitter juga baik untuk mengumumkan kesepakatan khusus dan penawaran. Selain itu, hati-hati dengan waktu karena itu mudah hilang.

c. Instagram

Selain mudah digunakan, Instagram juga mendekatkan kita dengan target pasar kita. Melalui foto yang diunggah dan detail produk yang dituliskan, pelanggan mereka lebih dekat dengan pemilik toko online. Sedangkan bagi mereka yang memulai bisnis online dari website, Instagram dijadikan sebagai teman atau bahkan media pendukung untuk promosi produk mereka. Menurut

data SumAll, pendapatan yang dihasilkan oleh pengikut Instagram adalah 10 kali lebih besar daripada yang dihasilkan oleh seorang pengikut Twitter.

d. Line

Line merupakan aplikasi chatting yang biasanya digunakan oleh para pebisnis jual beli untuk melakukan transaksi. Dalam line juga ada pilihan untuk membuat grup chat. Bisa membuat grup chat sebagai toko *online*.

e. Whatsapp

Sama halnya seperti aplikasi line, whatsapp biasanya digunakan sebagai aplikasi untuk melakukan transaksi. Aplikasi whatsapp sangat cocok digunakan untuk transaksi setelah pembeli tertarik dan ingin membeli.

f. BBM

Sama halnya seperti line, pada aplikasi BBM ada pilihan untuk membuat grup. Penjual bisa membuat toko *online* dan memasukkan kontak teman pada grup tersebut.<sup>11</sup>

3. Barang Yang Sering Dibeli Melalui *Online Shop*

a. Produk *fashion*

Produk *fashion* menjadi item yang paling digemari para pecinta *online shop*, item-item ini biasanya berupa pakaian, sepatu,

---

<sup>11</sup> <http://www.androidterbaik.com/aplikasi-android-jualan-online.html> diakses 2 februari 2017.



aksesori dan tas. Tak ayal barang-barang tersebut merupakan barang yang paling laris dibeli para konsumen.

Produk *fashion* memang menjadi salah satu pelengkap kebutuhan sehari-hari untuk berpergian ataupun bekerja. Maka dari itu tak hanya para kaum hawa yang menyukai item tersebut, para pria pun bahkan tak mau kalah dalam membeli produk *fashion*. Bahkan, para *e-commerce* mendominasi penjualan mereka dalam produk *fashion* karena lebih banyak peminatnya dan lebih menguntungkan.

b. Gadget

Saat ini peminat gadget sangat tinggi sehingga semakin menjamurnya penjual di situs *online*. Jika membeli secara *online* kemungkinan resiko yang ditanggung lebih besar. Namun, hal tersebut terkadang diabaikan karena publik lebih tertarik membeli via *online*, sebab harga yang ditawarkan *online shop* lebih miring dibandingkan membeli di toko dengan membandrol harga tinggi.

c. Peralatan rumah tangga

Peralatan rumah tangga memang banyak diminati para pecinta *online shopping*. Sebab item ini biasanya sering menawarkan promo-promo yang menarik walaupun bukan di momen spesial seperti Hari Belanja Nasional ini. Harga yang ditawarkan *online shop* untuk peralatan rumah tangga juga lebih

murah dibandingkan harga yang ditawarkan para penjual di toko maupun iklan *home shopping* di televisi.

d. Produk kosmetik

Produk yang satu ini biasanya paling diminati para kaum hawa. Sebab jika membeli di *online shop* kamu disuguhkan beragam produk kosmetik seperti lipstik, *eye liner*, bedak, *eye shadow* dan lainnya dengan bermacam-macam merek yang bisa kamu dapatkan dengan harga miring.

e. Produk video game

Produk *video game* biasanya diincar oleh para *gamers* atau para pecinta *games* yang didominasi kaum pria. Tak hanya para *gamers*, produk *video game* juga banyak diincar para *reseller* di pasar lokal. Mereka biasanya menjalin kerja sama dengan distributor dan pemasok *video game* untuk kembali dijual di negara mereka.<sup>12</sup>

### C. Tinjauan Tentang Konsumsi Dalam Islam

1. Pengertian konsumsi dalam Islam

Konsumsi merupakan salah satu dari kegiatan ekonomi. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah suatu kegiatan mengurangi nilai suatu barang atau jasa. Tujuan manusia melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga manusia dapat terus

<sup>12</sup> <http://citizen6.liputan6.com/read/2146528/5-item-ini-paling-sering-dibeli-netizen-di-online-shop> 2 Des 2015, 15:00 WIB diakses 21 Maret 2017.

melangsungkan hidupnya. Oleh karena itu, konsumsi dapat diartikan sebagai kegiatan seseorang menggunakan nilai suatu barang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku konsumsi seseorang pasti berbeda dengan perilaku konsumsi orang lain. Hal ini terjadi karena perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu. Faktor-faktor ini terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Faktor-faktor inilah yang nantinya akan mempengaruhi perbedaan perilaku konsumsi.<sup>13</sup>

## 2. Etika Konsumsi Dalam Islam

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

Islam agama yang syarat etika. Pembicaraan mengenai etika Islam banyak dikemukakan oleh ilmuwan. Sebagaimana etikan konsumsi dalam Islam.

Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut:

### a. Tauhid (unity/Kesatuan)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa

---

<sup>13</sup> [http://www.kompasiana.com/blankstate/perilaku-konsumsi\\_54f41155745513972b6c85f3](http://www.kompasiana.com/blankstate/perilaku-konsumsi_54f41155745513972b6c85f3), 17 Juni 2015 diakses 18 Oktober 2016

berada dalam hukum Allah (Syari'ah). Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang dicipta (Allah) untuk umat manusia. Adapun dalam pandangan kapitalis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa memerdulikan dimensi spiritual, kepentingan orang lain, dan tanggung jawab atas segala perilakunya, sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *homo economicus*.<sup>14</sup>

b. Adil (Equilibrium/Keadilan)

Islam memperbolehkan untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا  
وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ  
مُبِينٌ

“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)<sup>15</sup>

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syari'ah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan

<sup>14</sup> Ibid., 87-88.

<sup>15</sup> QS. Al-Baqarah:168.

kepuasan spiritual, al-Qur'an secara tegas menekankan norma perilaku ini baik untuk hal-hal yang bersifat materiil maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah (*fi sabilillah*).<sup>16</sup>

Adil merupakan salah satu pokok etika Islam. Kata *al-'adl* berarti sama (rata) sepadan ukuran (takaran), keseimbangan. Salah satu manifestasi keadilan menurut al-Qur'an adalah kesejahteraan.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُونُوا قَوْمِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ  
بِالْقِسْطِ ۖ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلَىٰ ٱلْأَ  
تَعَدِلُوا ۚ اَعْدِلُوا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ ۖ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۚ  
اِنَّ اللَّهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Maidah: 8)

<sup>16</sup> Nur Rianto & Euis, *TEORI MIKRO EKONOMI*, 89.

Berdasarkan rangkaian ayat diatas tampak bahwa keadilan akan mengantarkan manusia kepada ketakwaan dan ketakwaan akan menghasilkan kesejahteraan bagi manusia itu sendiri.<sup>17</sup>

c. Free Will (Kehendak Kebebasan)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhlukNya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas segala karunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah berarti bahwa manusia terlepas dari qadha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktivitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.<sup>18</sup>

d. Amanah (Responsibility/pertanggungjawaban)

Etika dari kehendak bebas adalah pertanggungjawaban. Dengan kata lain, setelah manusia melakukan perbuatan maka ia harus mempertanggungjawabkan perbuatannya. Dengan demikian

---

<sup>17</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004), 170-171.

<sup>18</sup> Nur Rianto & Euis, *TEORI MIKRO EKONOMI*, 90.

prinsip tanggung jawab merupakan suatu hubungan logis dengan adanya prinsip kehendak bebas.<sup>19</sup>

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifahan ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggungjawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri, maupun di akhirat kelak. Pertanggungjawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi konvensional, baru mengenal istilah *corporate social responsibility*, maka ekonomi Islam telah mengenalnya sejak lama.<sup>20</sup>

Demikian halnya dalam melakukan konsumsi, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun di dalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur oleh Islam. Untuk itu etika konsumsi Islam selalu merujuk kepada “*halalan tayyiban*” dan sederhana.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro*, 171.

<sup>20</sup> Nur Rianto & Euis, *TEORI MIKRO EKONOMI*, 89-90.

<sup>21</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro*, 171-172.

e. Halal

Kehalalan merupakan salah satu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Dengan kata lain, kehalalan adalah suatu kendala untuk memperoleh maksimalisasi kegunaan konsumsi dalam kerangka ekonomi Islam. Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antisipasi dari adanya keburukan yang timbul oleh barang tersebut.<sup>22</sup>

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 (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi Islam serta dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi akan dilarang.<sup>23</sup>

كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَلَا تَطْغَوْا فِيهِ  
فَيَحِلَّ عَلَيْكُمْ غَضَبِي <sup>ط</sup> وَمَنْ تَحَلَّى عَلَيْهِ غَضَبِي  
فَقَدْ هَوَىٰ

Makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa

<sup>22</sup> Ibid., 172.

<sup>23</sup> Nur Rianto & Euis, *TEORI MIKRO EKONOMI*, 90.



ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia.  
(QS. Thaahaa: 81)<sup>24</sup>

f. Sederhana

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam konsumsi. Sifat sederhana antara lain: adanya rasa malu, tenang (dapat mengendalikan hawa nafsu/keinginan), dermawan, puas (tidak berlebihan), loyal, (tidak kikir) serta berperilaku mulia.<sup>25</sup>

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya mepertututkan nafsu semata. Allah akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.<sup>26</sup>

﴿ يَبْنِيْ ءَادَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ  
وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ  
الْمُسْرِفِيْنَ ﴾

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah

<sup>24</sup> QS. Thaahaa: 81.

<sup>25</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro*, 172-173.

<sup>26</sup> Nur Rianto & Euis, *TEORI MIKROEKONOMI*, 91.

berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (QS. Al-A'raaf:31)<sup>27</sup>  
Prinsip kesederhanaan ini juga berlaku bagi pembelanjaan.

Orang tidaklah boleh berlaku kikir maupun boros.<sup>28</sup> Al-Qur'an menyatakan:

*“dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”* (QS. Al-Furqan: 67)<sup>29</sup>

Imam Syafi'i memberikan pernyataannya bahwa *tabzir* adalah membelanjakan harta untuk sesuatu yang tidak dibenarkan. Jumhur ulama berpendapat bahwa di dalam hal kebaikan tidak ada istilah *mubadzir*. Akan tetapi, barang siapa yang membelanjakan hartanya demi nafsu belaka dan melebihi kebutuhannya sampai hartanya habis, maka ia termasuk kategori pemborosan.

Dikatakan berlebih-lebihan jikalau dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari diluar batas-batas kewajaran. Yaitu berlebih-lebihan dalam hal makanan, berpakaian, membangun rumah, dan pemenuhan kebutuhan hiburan. Jadi, jika seseorang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan hidupnya secara layak, maka ia tidak termasuk orang-orang yang boros.<sup>30</sup>

---

<sup>27</sup> QS. Al-A'raaf:31.

<sup>28</sup> Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*, (Jakarta: KENCANA, 2012), 140.

<sup>29</sup> QS. Al-Furqan: 67.

<sup>30</sup> Ika Yunia Fauzia, Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam perspektif Maqashid al-Syari'ah* (Jakarta: Kencana, 2014),188-189.

### 3. Karakteristik Konsumsi Yang Dilarang Dalam Islam

#### a. Tindakan mubazir

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah. Dengan kata lain, Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan. Disamping itu juga ada tuntunan yang melarang tindakan mubazir karena Islam mengajarkan agar konsumen bersikap sederhana.<sup>31</sup>

Seorang muslim senantiasa membelanjakan hartanya untuk kebutuhankebutuhan yang bermanfaat dan tidak berlebihan (boros/israf). Sebagaimana seorang muslim tidak boleh memperoleh harta haram, ia juga tidak akan membelanjakannya untuk hal yang haram.

#### b. Hidup bermewah-mewahan dan pemborosan

Kemewahan dan pemborosan yaitu menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan sangat ditentang oleh ajaran Islam. Sikap ini selain akan merusak pribadi-pribadi manusia juga akan merusak tatanan masyarakat. Kemewahan dan pemborosan akan menenggelamkan manusia dalam kesibukan memenuhi nafsu birahi dan kepuasan perut sehingga seringkali melupakan norma dan etika agama karenanya menjauhkan diri dari Allah SWT. Kemegahan akan merusak masyarakat karena

---

<sup>31</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta, Gema Insani, 1997).148

biasanya terdapat golongan minoritas kaya yang menindas mayoritas miskin.<sup>32</sup> Dalam hidup bermewah-mewahan dan tindakan mubazir maka bagi mereka yang tenggelam didalamnya maka Allah akan mengancam mereka. Karena sepantasnya harta benda mereka pergunakan dalam kebajikan akan tetapi dipergunakan secara mubazir.

- c. Kikir terhadap harta dan tidak mengenal halal haram dalam konsumsi.

Membelanjakan harta pada kuantitas dan kualitas secukupnya adalah sikap terpuji bahkan penghematan merupakan salah satu langkah yang sangat dianjurkan pada saat krisis ekonomi terjadi. Dalam situasi ini sikap sederhana yang dilakukan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas. Harta diberikan Allah SWT kepada manusia bukan untuk disimpan, ditimbun atau sekedar dihitung-hitung tetapi digunakan bagi kemaslahatan manusia sendiri serta sarana beribadah kepada Allah SWT. Konsekuensinya, penimbunan harta dilarang keras oleh Islam dan memanfaatkannya adalah diwajibkan. Menurut Yusuf al-Qaradhawi seorang muslim dilarang memperoleh harta dari jalan haram, ia juga dilarang membelanjakan hartanya dalam hal-hal yang diharamkan. Ia juga tidak dibenarkan membelanjakan uang di jalan halal dengan melebihi batas

---

<sup>32</sup> Ibid., 152.

kewajaran karena sikap boros bertentangan dengan paham *istikhlaf* atau harta milik Allah SWT.<sup>33</sup>

Dalam ekonomi Islam, secara moral membatasi manusia memenuhi konsumsinya. Disamping itu barang-barang yang dikonsumsi harus halal<sup>20</sup>. Seorang muslim harus sensitif terhadap sesuatu yang dilarang oleh Islam. Mengonsumsi produk-produk yang jelas keharamannya harus dihindari.. Seorang muslim haruslah senantiasa mengonsumsi sesuatu yang pasti membawa manfaat dan maslahat, sehingga jauh dari kesia-siaan. Karena kesia-siaan adalah kemubadziran, dan hal itu dilarang dalam Islam. Seperti yang dijelaskan dalam al-Qur'an:

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَأَشْكُرُوا  
نِعْمَتَ اللَّهِ إِنَّ كُنْتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١١٤﴾

Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezki yang telah diberikan Allah kepadamu; dan syukurilah nikmat Allah, jika kamu hanya kepada-Nya saja menyembah.<sup>34</sup> (QS. An Nahl: 114)

Sifat boros dan menghamburkan-hamburkan uang sangat dibenci oleh Islam, dan itu merupakan sifat setan. Untuk itu dalam Islam diatur sedemikian rupa mengenai batasan-batasan konsumsi dalam Islam, agar para muslim terhindar dari sifat boros dan menghamburkan-hamburkan uang. Dalam Islam, konsumsi tidak dapat

<sup>33</sup> Ibid., 138.

<sup>34</sup> QS. An Nahl: 114.

dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung memengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, dan sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya, dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.<sup>35</sup> Batasan konsumsi dalam Islam sebagai mana diurai dalam Al-Qur'an Surat Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ  
وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.<sup>36</sup> (QS. Al-Maidah:87).

Arti penting yang dapat dipelajari dari ayat di atas adalah kenyataan bahwa kebutuhan itu harus terpenuhi secara wajar agar kelangsungan hidup dapat berjalan dengan baik. Namun, bila memenuhi kebutuhan hidup itu dengan cara berlebih-lebihan, tentu akan menimbulkan efek buruk pada dirinya. Banyak sekali efek buruk yang ditimbulkan karena *israf*, diantaranya adalah egoisme,

<sup>35</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2006), 12.

<sup>36</sup> QS. Al-Maidah:87.

*selfinterest*, dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu sehingga uang yang dibelanjakan hanya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku *israf* Islam memerintahkan:

- a. Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat.
- b. Menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.<sup>37</sup>

#### 4. Konsep Mashlahah Dalam Konsumsi Islam

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan (*mashlahah*). Pencapaian *mashlahah* tersebut merupakan tujuan dari *maqashid al-syari'ah*. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak belakang pada pemenuhan keputusan atau *wants*, dan konsep *mashlahah* relatif lebih objektif karena bertolak belakang pada pemenuhan kebutuhan *needs*.

##### a. Kebutuhan dan keinginan

Islam menolak perilaku manusia untuk selalu memenuhi segala keinginannya. Karena pada dasarnya manusia memiliki kecenderungan terhadap keinginan yang baik dan keinginan yang buruk sekaligus. Keinginan manusia didorong oleh suatu kekuatan dari dalam diri manusia (*inner power*) yang bersifat pribadi, dan karenanya seringkali berbeda dari satu orang dengan

---

<sup>37</sup> Ibid., 16.

orang lain (sangat subjektif). Keinginan sering kali tidak selalu sejalan dengan rasionalitas. Kekuatan dari dalam ini disebut jiwa atau hawa nafsu (*nafs*) yang memang menjadi penggerak utama seluruh perilaku manusia. Dalam ajaran agama Islam manusia harus mengendalikan dan mengarahkan keinginannya sehingga dapat membawa kemanfaatan (*maslahah*) dan bukan kerugian (*mudharat*) bagi kehidupan dunia dan akhirat.<sup>38</sup>

Al Shatibi yang mengutip pendapat dari Al-Ghazali, menyebutkan 5 kebutuhan dasar yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, yaitu:

- 1) Kebenaran (*faith, ad dien*)
- 2) Kehidupan (*life, an nafs*)
- 3) Harta material (*property, al maal*)
- 4) Ilmu pengetahuan (*science, al aql, al 'ilmu*)
- 5) Kelangsungan keturunan (*posterity, an nasl*)

Menurut Al Ghazali tujuan utama syari'at Islam adalah mendorong kesejahteraan manusia yang terletak kepada perlindungan terhadap kebenaran/keimanan, ilmu, harta dan kelangsungan keturunan.<sup>39</sup>

b. *Mashlahah* dan Kepuasan

Kepuasan adalah merupakan suatu akibat dari terpenuhinya suatu keinginan, sedangkan *maslahah* merupakan

---

<sup>38</sup> M. B. Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami* (Yogyakarta: Ekonosia, 2003) , 124.

<sup>39</sup> *Ibid.*, 125.



suatu akibat atas terpenuhinya suatu kebutuhan atau fitrah. Meskipun demikian, terpenuhinya suatu kebutuhan juga akan memberikan kepuasan terutama jika kebutuhan tersebut disadari dan diinginkan.

Berbeda dengan kepuasan yang bersifat individualis, *masalahah* tidak hanya bisa dirasakan oleh individu. *Mashlahah* bisa jadi dirasakan oleh semua konsumen, yaitu dirasakan oleh sekelompok masyarakat.

c. *Mashlahah* dan Nilai-nilai Ekonomi Islam

Manfaat dan berkah hanya akan diperoleh ketika prinsip dan nilai-nilai Islam bersama-sama diterapkan dalam perilaku ekonomi. Sebaliknya jika hanya prinsip saja yang dilakukan, misalnya pemenuhan kebutuhan, maka akan menghasilkan manfaat duniawi semata. Keberkahan akan muncul ketika dalam kegiatan ekonomi konsumsi. Misal, disertai dengan niat dan perbuatan yang baik seperti menolong orang lain bertindak adil.<sup>40</sup>

d. Penentuan dan Pengukuran *Mashlahah* bagi konsumen

Besarnya berkah yang diperoleh berkaitan langsung dengan frekuensi kegiatan konsumsi yang dilakukan. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang ber-*mashlahah*, maka semakin besar pula berkah yang akan diterima oleh pelaku konsumsi. Dalam Al-qur'an, Allah menjelaskan bahwa setiap amal

---

<sup>40</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada, 2008) 129.

perbuatan (kebaikan maupun keburukan) akan dibalas dengan imbalan (pahala maupun siksa) yang setimpal meskipun amal perbuatan itu sangatlah kecil bahkan sebesar biji sawi. Dengan demikian dapat ditafsirkan *mashlahah* yang akan diterima oleh konsumen tergantung frekuensi konsumsinya. Semakin banyak barang/jasa *halal-thayyib* yang dikonsumsi, maka akan semakin besar pula berkah yang akan diterima.<sup>41</sup>

e. Formulasi *Mashlahah*

Adapun konsumsi intertemporal dalam Islam seperti yang dijelaskan dalam Rasulullah SAW, yang maknanya adalah: “Harta yang kamu miliki adalah apa yang kamu makan dan apa yang telah kamu infakkan.” Oleh karena itu, persamaan pendapatan menjadi:

$$Y = (C + \text{Infak}) + S$$

Maka persamaan ini disederhanakan menjadi:

$$Y = FS + S$$

Dimana: Y = Pendapatan

C = konsumsi

S = Tabungan

$$FS = C + \text{Infak}$$

FS adalah *final spending* di jalan Allah.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Ibid., 123-124.

<sup>42</sup> Ika Yunia,, Abdul Kadir, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam*, 172-173.