

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa jurnal penelitian yang memiliki korelasi dengan penelitian ini, diantaranya adalah :

Jurnal penelitian oleh Ana Purwati pada tahun 2011 yang berjudul “*Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Persepsi atas Lingkungan, dan Prestasi Belajar Ekonomi terhadap Perilaku Konsumsi*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan teknik *Multistage Random Sampling* dengan 263 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa status sosial ekonomi orang tua siswa, persepsi lingkungan, dan prestasi belajar ekonomi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumsi siswa. Terdapat perbedaan dengan penelitian yang dilakukan peneliti yaitu pada metode penelitian dan obek penelitian. Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan teknik *purposive sampling* dengan 10 orang partisipan.

Jurnal penelitian oleh Nur Lailatul Mufidah pada tahun 2012 yang berjudul “*Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt oleh Keluarga*”. Peneliti ini bersifat deskriptif, sedangkan metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah kualitatif. Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa gaya hidup dengan sering memanfaatkan *foodcourt* merupakan salah satu dari pola hidup konsumsi,

dimana pola hidup seperti ini tidak mempertimbangkan seberapa besar kebutuhan akan makan tersebut melainkan lebih karena kebutuhan gengsi. Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang menjadi gengsi dan mengikuti perilaku sekitarnya dikarenakan adanya faktor dari dalam dan luar. Faktor dari dalam itu seperti sikap, pengalaman, kepribadian dan motif. Sedangkan faktor dari luar seperti kelompok, keluarga, budaya, agama/kepercayaan, status sosial ekonomi, *personal preference*, dan faktor lingkungan. Terdapat perbedaan antara penelitian Nur Lailatul Mufidah dengan peneliti yaitu pada objek kajian penelitian. Peneliti memfokuskan pada perilaku konsumsi masyarakat di pedesaan yaitu di Kecamatan Patimuan, Cilacap sedangkan pada jurnal penelitian yang dilakukan oleh Nur Lailatul Mufidah lebih fokus kepada masyarakat perkotaan terhadap pemanfaatan *foodcourt*.

Jurnal oleh Baginda Persaulina, Hasdi Aimon, Ali Anis pada tahun 2013 dengan judul "*Analisis Konsumsi Masyarakat di Indonesia*". Jurnal ini menggunakan data sekunder, yaitu data dari Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia (SEKI) dari Bank Indonesia (BI) dan Indikator Ekonomi Buku Statistik Tahunan Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS). Penelitian ini menggunakan data berkala (*time series*) kurun waktu 30 tahun dari tahun 1980 sampai tahun 2009. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara konsumsi periode sebelumnya, pendapatan disposibel periode sebelumnya, pendapatan disposibel periode sekarang dan pendapatan disposibel periode sebelumnya secara bersama-sama. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan disposibel periode sekarang,

pendapatan disposibel periode sebelumnya, konsumsi periode sekarang, konsumsi periode sebelumnya serta suku bunga periode sekarang terhadap tabungan masyarakat di Indonesia. Terdapat pengaruh yang signifikan antara inflasi periode sekarang dan jumlah uang beredar terhadap tingkat suku bunga. Terdapat pengaruh yang signifikan antara pendapatan periode sekarang terhadap pajak di Indonesia. Terdapat perbedaan antara jurnal penelitian oleh Baginda Persaulian, dkk dengan peneliti. Dalam memperoleh data, Baginda Persaulian dkk menggunakan data sekunder dari berbagai sumber sedangkan peneliti menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli atau pihak pertama.

Selanjutnya jurnal oleh Ikhawan Aulia Fatahillah, UIN Sunan Gunung Djati pada tahun 2013 yang berjudul "*Implementasi Konsep Etika dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam*" yang membahas tentang etika dalam berkonsumsi secara Islami. Secara umum etika konsumsi Islam meliputi sederhana tetapi efektif dan efisien, memperhatikan yang halal dan *tayyib*, tidak kikir, tidak mubadzir dan tidak boros, bersyukur kepada Allah dan memperhatikan hak-hak orang lain. Dari pembahasan tersebut terdapat kemiripan dengan peneliti. Namun peneliti mengacu kepada konsep konsumsi menurut Yusuf Qardhawi yaitu tidak kikir atau *bakhil*, tidak mubadzir dan kesederhanaan.

Jurnal tahun 2014 yang berjudul "*Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Masyarakat Kecamatan Perbaungan dalam Pembelian Produk Makanan dalam Kemasan*" oleh Ady Syahputra dan

Haroni Doli Hamoraon. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan menggunakan kuisioner berupa daftar pertanyaan untuk diisi oleh para Ronden. Pembahasan jurnal ini, *Pertama*, Konsumen yang berasal dari Kecamatan Perbaungan telah cerdas dalam memilih produk yang akan mereka konsumsi, apakah itu halal atau tidak. Maka persepsi masyarakat mengenai produk halal memuaskan. *Kedua*, Berdasarkan minat beli, mayoritas konsumen di Kecamatan Perbaungan setuju adanya label halal yang tertera dalam kemasan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen. Hubungan antara pemahaman syariat agama Islam dan implementasinya dalam aktivitas dasar ekonomi (konsumsi) yang menjadi bahasan dalam penelitian di Kecamatan Patimuan, Kabupaten Cilacap.

Jurnal penelitian oleh Bagus Baidhawi dan Irham Zaki pada tahun 2014 yang berjudul yang berjudul "*Implementasi Konsumsi Islam pada Pengajar Pondok Pesantren (Studi Kasus Pada Pengajar Pondok Pesantren Al Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang)*". Jurnal ini memiliki persamaan dengan penelitian yang dilakukan di Kecamatan Patimuan Kabupaten Cilacap, yaitu pada metode penelitian. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling* dalam mendapatkan informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengajar pondok pesantren Al Aqobah Kecamatan Diwek Kabupaten Jombang telah sejalan dengan syariat Islam.

Jurnal penelitian oleh Yolanda Hani Putriani pada tahun 2015 yang berjudul "*Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau dari Tingkat Religiusitas*". Penelitian ini menggunakan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Hani Putriani tersebut adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga memiliki pola konsumsi dan tingkat religiusitas yang Islami walaupun sebagian dari mereka tidak mempelajari konsumsi Islami. Terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan oleh Yolanda Hani Putriani dengan peneliti yaitu objek kajian penelitian. Objek kajian penelitian Yolanda Hani Putriani adalah perilaku konsumsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga sedangkan objek kajian penelitian yang dilakukan peneliti adalah perilaku konsumsi masyarakat di Kecamatan Patimuan Kabupaten Cilacap Jawa Tengah.

Penelitian yang dilakukan oleh Novi Indriyani Sitepu pada tahun 2016 yang berjudul "*Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia*". Metode penelitian ini bersifat deskriptif analitik. Tulisan ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data kepustakaan (*library research*), adapun data yang dipakai adalah data seri waktu (*time series*) konsumsi makanan di Indonesia dari tahun 2011 sampai dengan 2014. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa konsumsi masyarakat pada makanan dan non

makanan cenderung naik. Keadaan ini menunjukkan preferensi masyarakat Indonesia terhadap makanan dari pada konsumsi yang bukan makanan. Padahal Islam menganjurkan untuk mengkonsumsi makanan sekedarnya. Dilihat dari gambar menunjukkan konsumsi terhadap yang bukan makanan (387682) di tahun 2014 hampirimbang dengan konsumsi makanan (388350). Keadaan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia lebih cenderung mengutamakan utilitas ketimbang mashlahah, sehingga Indonesia dianggap sebagai pasar yang sangat prospek terutama dibidang kuliner. Impikasi sikap konsumtif ini dapat membuat penghasilan masyarakat sebagian besar hanya untuk konsumsi, sehingga tidak adanya tabungan dan investasi baik itu untuk dunia maupun akhirat seperti zakat dan sebagainya. Islam menawarkan pola konsumsi yang seimbang yaitu tidak tabdjir dan tidak ishraf. Terdapat perbedaan dalam penelitian yang dilakukan Novi Indriyani Sitepu dengan peneliti, Novi Indriyani Sitepu menggunakan metode penelitian dengan teknik pengumpulan data kepustakaan sedangkan peneliti dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan.

Jurnal penelitian oleh Amri Amir pada tahun 2016 yang berjudul "*Pola dan Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim di Provinsi Jambi (Telaah Berdasarkan Tingkat Pendapatan dan Keimanan)*". Penelitian ini menggunakan metode *purposive random sampling* dengan 150 sampel penelitian. Analisis data menggunakan tabel silang dan uji chi-square. Hasil penelitian menunjukkan: 1) Proporsi konsumsi pangan masyarakat muslim untuk makanan 43,48%, sedangkan untuk mengkonsumsi non-makanan

mencapai 56,52%. 2) Proporsi pengeluaran untuk keagamaan sebesar 28,08% dari pengeluaran non makanan. 3) Semakin tinggi pendidikan, pendapatan, dan tingkat keimanan, semakin rendah pengeluaran untuk tingkat makanan. 4) Semakin tinggi tingkat pendidikan, pendapatan dan tingkat keimanan, semakin tinggi pengeluaran untuk keagamaan. Perbedaan dengan penelitian ini adalah pada metode yang digunakan. Peneliti menggunakan metode *purposive sampling* dengan 10 orang partisipan.

Jurnal penelitian oleh Rano Putra pada tahun 2017 yang berjudul “*Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FSEI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pontianak dalam Mengikuti Trend Fashion (Sebuah Telaah Teori Konsumsi Islam)*”. Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sumber data primer yaitu 20 orang partisipan mahasiswi FESI, sumber data skunder berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan perilaku konsumsi, profil FSEI, dan sebagainya. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku mahasiswi FSEI dalam mengikuti *trend fashion* berbeda-beda, misalnya keinginan membeli yang disebabkan iming-iming hadiah, harga yang tergolong mahal, lokasi belanja mewah seperti di mall, butik, distro, dan lain-lain. Selain itu penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku mahasiswi FSEI yang tergolong bersifat konsumtif. Terdapat kemiripan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu dalam hal metode penelitian. Namun peneliti mengambil objek penelitian pada masyarakat di Kecamatan

Patimuan Kabupaten Cilacap, sedangkan objek penelitian Rano Putra adalah mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam (FESI) IAIN Pontianak.

Selain jurnal penelitian, ada pula skripsi terdahulu oleh Rofiah pada tahun 2008 yang berjudul “*Perilaku Konsumsi siswa-siswi di Madrasah Aliyah Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dalam Perspektif Hukum Islam*” yang membahas tentang hubungan perilaku konsumsi siswa-siswi di MA Nurul Ummah Kotagede Yogyakarta dengan pengetahuan ajaran Islam. Hasil dari penelitian tersebut dijelaskan bahwa perilaku konsumsi yang dilihat dari dimensi *bakhil* menunjukkan 54,5% siswa-siswi MANU Kotagede Yogyakarta tidak berperilaku *bakhil*, apabila dilihat dari dimensi *israf* menunjukkan 57,9% siswa-siswi MANU Kotagede Yogyakarta tidak berperilaku *israf*, sedangkan apabila dilihat dari dimensi *wajar* 68,4% siswa-siswi MANU Kotagede Yogyakarta berperilaku wajar. Perilaku konsumsi siswa-siswi MANU Kotagede Yogyakarta bisa dikatakan telah sesuai dengan apa yang disyariatkan sekalipun masih belum secara keseluruhan. Dalam penelitian ini terdapat persamaan dengan yang dilakukan oleh peneliti, yaitu objek yang dijadikan penelitian oleh Rofi’ah adalah perilaku konsumsi yang didasarkan pada pendapat Yusuf Qaradhawi yaitu tidak kikir atau *bakhil*, tidak mubadzir dan kesederhanaan. Namun dari segi objek kajiannya, Rofiah menggunakan siswa-siswi MANU Kotagede Yogyakarta sebagai objek kajiannya sementara peneliti menggunakan objek kajian masyarakat Kecamatan Patimuan Cilacap.

Sedangkan penelitian berjudul “Analisis Perilaku Konsumsi Masyarakat ditinjau dari Etika Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat di Kecamatan Patimuan Kabupaten Cilacap)” belum pernah diteliti. Sehingga penyusun akan melakukan penelitian tersebut untuk mengetahui etika konsumsi Islam dalam memandang perilaku konsumsi masyarakat di Cilacap sekaligus untuk memperkuat penelitian sebelumnya mengenai perilaku konsumsi.

B. Kerangka Teori

1. Pengertian Perilaku

Menurut Notoatmodjo dalam Putriantini (2010) perilaku merupakan semua hal mengenai kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh manusia, baik dapat diamati atau yang tidak dapat diamati oleh pihak luar. Sedangkan Robert Kwick dalam Putriantini (2010) menjelaskan bahwa perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan suatu organisme yang dapat diamati bahkan dapat dipelajari. Adapun pengertian perilaku menurut Ensiklopedia Amerika dalam Putriantini (2010) perilaku dapat diartikan sebagai suatu reaksi dari organisme terhadap lingkungannya. Seorang ahli psikologi, Skinner merumuskan bahwa perilaku merupakan reaksi atau Rons seseorang terhadap stimulus (stimulus).

2. Konsumsi dan Perilaku Konsumen

Konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Yuliadi, 2007:185). Sedangkan perilaku konsumen menurut Engel *et al* sebagaimana dikutip oleh Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:7) perilaku konsumen merupakan aktivitas yang terlibat langsung dalam hal pemerolehan, pengonsumsi, penghabisan produk/jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini. Menurut Mowen dan Minor dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:7) perilaku konsumen merupakan studi proses dan bagian-bagian pengambilan keputusan yang didalamnya melibatkan penerimaan, pembelian dan penggunaan, serta penentuan barang, jasa, dan ide. Adapun pengertian perilaku konsumen menurut Schiffman dan Kanuk dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:7) bahwa perilaku konsumen sebagai “perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.”

Menurut Griffin dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:8) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah semua aktivitas serta proses psikologi yang menjadi pendorong dalam

menentukan keputusan ketika sebelum membeli, saat membeli, menggunakan produk, menghabiskan produk dan jasa setelah hal-hal di atas dilakukan atau kegiatan mengevaluasi. Sementara Ariely dan Zauberan dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:8) menjelaskan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok, atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan untuk mendapatkan, menggunakan barang-barang, atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi lingkungan. Lamb *et al* dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:8) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “proses seorang pelanggan untuk membuat keputusan pembelian, dan juga untuk menggunakan dan membuang barang dan jasa yang dibeli, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk.” Dari pengertian yang dikemukakan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan yang dilakukan konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik untuk menggunakan, maupun menghabiskan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul. Hal ini sejalan dengan pendapat Engel *et al*.

Dari pengertian perilaku konsumen di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah (1) disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok, atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk menyeleksi, menggunakan produk,

pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat; (2) tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsi, maupun penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul; (3) tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Perilaku seseorang dalam berkonsumsi sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti dalam berkonsumsi, masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Philip Kotler dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:41) Faktor tersebut terdiri dipengaruhi oleh faktor internal, faktor eksternal, dan faktor situasional.

a. Faktor Internal (Faktor Pribadi)

1) Persepsi

Persepsi merupakan proses individu untuk mendapatkan, mengolah, mengorganisasi, dan menginterpretasikan informasi. Persepsi individu terhadap informasi berbeda-beda, tergantung pada pengetahuan, pendidikan, pengalaman, minat, perhatian, dan sebagainya.

2) Keluarga

Keluarga adalah kelompok yang memiliki hubungan darah, pernikahan, tempat tinggal, dan adopsi. Dalam hal perilaku pembelian, keluarga memiliki pengaruh yang sangat kuat. Hal ini dikarenakan antar anggota memiliki pengaruh dan peranan yang sama saat melakukan pembelian.

3) Motivasi dan Keterlibatan

Sumarwan dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:43) menyimpulkan bahwa kebutuhan yang dirasakan konsumen dapat menimbulkan sebuah motivasi. Kebutuhan muncul karena adanya rasa tidak nyaman antara yang sesungguhnya dirasakan dan yang seharusnya dirasakan.

4) Pengetahuan

Secara umum, pengetahuan dapat didefinisikan sebagai informasi yang disimpan di dalam ingatan. Dimensi dasar dari pengetahuan pembelian melibatkan informasi yang berkaitan dengan keputusan terhadap suatu produk tersebut harus dibeli dan kapan pembelian harus terjadi.

5) Sikap

Sikap dan keyakinan berpengaruh langsung terhadap seseorang dalam berkonsumsi. Sikap dan keyakinan seseorang terhadap suatu produk atau merek dapat diubah melalui komunikasi dan pemberian informasi yang efektif kepada konsumen.

6) Pembelajaran

Pembelajaran terjadi ketika konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan. Mereka akan terus berusaha mencoba membeli berbagai macam produk sampai benar-benar puas. Produk yang paling memberikan kepuasan yang akan dipilih dilain waktu.

7) Kelompok Usia

Seseorang dalam mengambil keputusan dipengaruhi usia. Anak-anak biasanya cepat dalam mengambil keputusan, dan cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Ketika membuat keputusan, remaja sudah mulai membuat

pertimbangan beberapa hal : desain, mode, dan lain-lain. Keputusan yang diambil oleh anak-anak dan remaja cenderung emosional. Berbeda dengan keputusan pembelian produk yang dibuat oleh orang tua cenderung rasional, banyak yang dipertimbangkan : manfaat, harga, dan lain-lain.

8) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh kelas sosial, pendidikan, kepercayaan, lingkungan, dan lain-lain.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal terdiri budaya kelas sosial dan keanggotaan dalam suatu kelompok.

1) Budaya

Budaya tercermin dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi dalam permintaan akan bermacam-macam barang dan jasa yang ditawarkan. Keanekaragaman dalam kebudayaan suatu daerah akan membentuk perilaku konsumen yang beragam pula.

2) Kelas Sosial

Engel dalam Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:48) menyatakan bahwa acuan dari suatu kelas sosial adalah pengelompokan dalam kesamaan perilaku seseorang berdasarkan ekonomi mereka dalam pasar. Kelas sosial

ditentukan oleh banyak faktor antara lain interaksi, prestasi pribadi, pekerjaan, orientasi nilai, kepemilikan, dan kesadaran kelas.

3) Keanggotaan dalam suatu kelompok

Setiap orang akan bergabung dalam kelompok tertentu. Ada berbagai macam alasan individu bergabung dengan suatu kelompok, misalnya profesi, kesamaan hobi, pendidikan, etnis, suku, agama, budaya, bangsa dan lain-lain. Suatu kelompok akan berpengaruh terhadap perilaku anggotanya, termasuk dalam pengambilan keputusan pembelian produk.

c. Faktor Situasional

Keadaan ekonomi yang dimiliki seseorang akan sangat berpengaruh terhadap pemilihan produk atau jasa karena pembelanjaan pendapatan yang diperoleh disesuaikan dengan kebutuhan. Semakin tinggi pendapatan yang diperoleh, semakin tinggi pula tingkat konsumsi yang dilakukan (Sangadji dan Sopiah, 2013:50).

4. Etika

Terwujudnya perilaku manusia tidak lepas dari peranan etika. Etika adalah sebuah cabang filsafat mengenai nilai dan norma moral. Nilai dan norma ini yang akan menentukan baik atau buruk perilaku seseorang serta menentukan sikap dan pola hidup manusia, baik secara

pribadi maupun kelompok. Sebagai cabang filsafat, etika sangat memandang kritis dan mengumuli nilai dan norma moral serta permasalahan yang timbul dari nilai dan norma moral tersebut (Salam, 1997:1).

5. Konsumsi dalam Islam

a. Perilaku Konsumsi

Sebagai pedoman hidup, Islam tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumen sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal, melainkan lebih terarah kepada aspek normatif. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam itu sendiri. (Bahri, 2014:2) Dalam hal ini Muhammad Nejatullah Siddiqi dalam Andi Bahri S (2014:2) menjelaskan bahwa seseorang dalam berkonsumsi harus puas terhadap perilaku konsumsinya sesuai dengan norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi orang-orang yang berkarakteristik menurut hawa nafsu. Hal tersebut diperkuat dengan dasar dari perilaku konsumsi secara Islami dalam Q.S. al-Baqarah (2): 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ ۚ

إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ۚ

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”.

Selain ayat di atas, ayat lain pun menjelaskan prinsip pokok dalam berkonsumsi, berikut Q.S Al-Maidah (5): 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 bertawakallah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.” (Bahri, 2014:2)

b. Kegiatan Konsumsi

Indikator dalam penelitian ini menggunakan etika konsumsi menurut Yusuf Qardhawi dan Muhammad Abdul Mannan. Menurut Siswandi (Skripsi, 2011:4) Yusuf Qardhawi adalah ulama sekaligus pemikir Islam. Ia memiliki cara atau metodologi yang tergolong istimewa. Yusuf Qardhawi merupakan pemikir Islam yang tidak terikat pada satu mazhab. Para imam yang mendirikan mazhab-mazhab tidak mengharuskan mengikuti salah satu mazhab. Semua mazhab tersebut hanyalah ijtihad para imam. Metodologi inilah yang membuat Yusuf Qardhawi mudah diterima di kalangan dunia barat sebagai pemikir yang menampilkan Islam secara ramah, santun, dan moderat.

Dalam pemikirannya, Yusuf Qardhawi (1997:157) menguraikan tiga konsep konsumsi dalam Islam sebagai berikut:

1) Tidak kikir atau *bakhil*

Perintah diwajibkan untuk membelanjakan harta tercantum setelah anjuran beriman Kombinasi antara iman dan infak banyak terdapat didalam ayat Al-Quran QS Al-Baqarah(2) : 3 sebagaimana firman-Nya:

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ

Artinya: “(yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebagian rezeqi yang kami anugerahkan kepada mereka.”

Dalam membelanjakan harta, Islam menggariskan bahwa tidak boleh melampaui batas, misalnya dalam menafkahkan hartanya untuk orang banyak dalam jumlah besar daripada nafkah pribadinya dan sebaliknya dalam membelanjakan harta tidak boleh terlalu hemat baik untuk kepentingan diri maupun keluarganya. Sebagaimana firman-Nya.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا
مَّحْسُورًا

Artinya : “Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehernu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

2) Tidak Mubadzir

Mubadzir adalah suatu kegiatan menghambur-hamburkan uang tanpa mendapatkan manfaat atau tanpa mendapatkan pahala. Secara bahasa mubadzir diartikan pemborosan. Islam telah memerintahkan kepada kaum muslim supaya tidak menyerahkan harta milik mereka pada orang yang tidak bijak serta belum dewasa. Sebagaimana dalam QS An-Nisa (4) : 5

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. Berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”.

3) Kesederhanaan

Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan hidup pribadi dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah dengan sikap sederhana, sebagaimana dalam QS Al-Furqan(25) : 67

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Artinya: “Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian”.

Yusuf Al-Qaradawi (1997:157) menegaskan bahwa bukan hanya sikap sederhana yang seharusnya diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, tapi juga sikap kemewahan yang harus dihindari. Kemewahan dilarang dalam Islam, karena mampu menenggelamkan diri dalam kenikmatan dan bermegah-megahan. Sebagaimana firman-Nya dalam QS Al-Waqi’ah (56): 42-45

فِي سَمُومٍ وَظِلٍّ مِنْ يَحْمُومٍ لَا بَارِدٍ وَلَا كَرِيمٍ إِنَّهُمْ كَانُوا قَبْلَ ذَلِكَ مُتْرَفِينَ
وَحَمِيمٍ

Artinya: “Dalam (siksaan) angin yang amat panas, dan air panas yang mendidih. dan dalam naungan asap yang hitam. Tidak sejuk dan tidak menyenangkan. Sesungguhnya mereka sebelum itu hidup bermewahan”.

Dari hal-hal yang diuraikan di atas diketahui bahwa barang-barang yang yang halal dan suci menurut syariat dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Apabila seseorang tergolong hidup kaya atau mampu, perilaku atau gaya hidup seseorang harus dalam batas wajar dalam arti tidak berlebih-lebihan (*isyraf*) atau boros (*tabzir*).

Selain Yusuf Qardhawi, pemikir ekonomi Islam kontemporer yang cukup menonjol adalah Muhammad Abdul Mannan. Kelebihan yang dimiliki adalah karakteristik pemikiran yang unik. (Yuliadi, 2001:53) Cara pandang dan pemikirannya komprehensif dan integratif terhadap ekonomi Islam. Sehingga menghadirkan gambaran secara keseluruhan dan tidak hanya potongan-potongan saja. (Bustaman, skripsi, 2016:53)

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi, Muhammad Abdul Mannan menjelaskan bahwa konsumsi dalam Islam dikendalikan oleh lima prinsip sebagai berikut :

1. Prinsip Keadilan
2. Prinsip Kebersihan
3. Prinsip Kesederhanaan
4. Prinsip Kemurahan hati
5. Prinsip Moralitas

Syarat pertama, memiliki arti penting mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Artinya, sesuatu yang di konsumsi harus halal dan tidak bertentangan dengan syariat Islam. Berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, sesuai dengan aturan ajaran Islam, serta menjunjung tinggi kebaikan (Aravik, 2017:54).

Makanan dan minuman yang dilarang dalam Islam adalah sebagai berikut: darah, daging babi, daging binatang

yang telah mati sendiri, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah dengan maksud dipersembahkan sebagai kurban untuk memuja berhala atau tuhan-tuhan lain, dan dipersembahkan bagi orang-orang yang dianggap suci atau siapapun selain Allah (Mannan, 1997:45).

Aturan pertama terdapat dalam QS Al-Baqarah ayat 168 sebagai berikut:

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

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”.

Syarat kedua adalah prinsip kebersihan. Prinsip ini tercantum dalam kitab suci Al-Qur’an maupun Sunnah tentang makanan ialah : harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor maupun menjijikan sehingga merusak selera. Tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat. Sunnah Nabi SAW juga menyatakan bahwa kebersihan dalam segala hal adalah setengah dari iman.

Prinsip ketiga adalah prinsip kesederhanaan. Prinsip ini yang mengatur perilaku manusia supaya dalam memenuhi kebutuhan tidak berlebih-lebihan. Sifat berlebih-lebihan sangat dibenci Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan. Makna berlebih-lebihan mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih-lebihan. Dalam Al-Quran dikatakan :

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

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”.

Selanjutnya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ

إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

Artinya : “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”.

Arti penting ayat-ayat ini adalah kenyataan bahwa kurang makan dapat mempengaruhi pembangunan jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi secara berlebih-lebihan tentu ada pengaruhnya pada perut.

Prinsip yang keempat adalah prinsip kemurahan hati. Havis Aravik (2017:54) menjelaskan bahwa prinsip ini bermakna kemarahan hati Allah dengan sifat Rahman dan Rahim-Nya dan sifat murah hati manusia dengan menafkahkan sebagian hartanya kepada orang lain. Sedangkan Muhammad Abdul Mannan (1997:47) menjelaskan bahwa tidak ada bahaya maupun dosa ketika makan dan minum makanan dan minuman halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya. Maka dalam hal ini terdapat peralihan berangsur yang sifatnya elastis dan memperhitungkan tujuan makan dan minum langsung dan pokok. Sesuatu yang membahayakan dilarang dalam Islam, termasuk larangan tentang makanan dan minuman yang membahayakan.

Minuman memabukkan tidak bisa dikonsumsi sekalipun dengan jumlah yang kecil, kecuali digunakan sebagai obat untuk menyelamatkan jiwa. Kitab Suci Al-Qur'an dengan tegas memperbolehkan makanan-makanan terlarang :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ ط
فَمَنْ اضْطُرَّ 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”.

Terakhir tetapi bukan berarti tidak penting dari prinsip mengenai konsumsi ini, adalah kondisi moralitas. Konsep konsumsi menurut Muhammad Abdul Mannan dalam Havis Aravik (2017:55) menjelaskan bahwa pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata memenuhi segala kebutuhan. Sedangkan Muhammad Abdul Mannan (1997:47) dalam bukunya “Teori dan Praktek Ekonomi Islam” menjelaskan bahwa peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual sebagai tujuan terakhir dari makanan dan minuman yang dikonsumsi. Islam

telah mengajarkan etika dalam berkonsumsi yaitu menyebut nama Allah sebelum makan dan mengucapkan terima kasih setelah makan. Sehingga ia akan senantiasa merasakan kehadiran Ilahi pada saat keinginan-keinginan fisiknya terpenuhi. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual.

Semua minuman keras juga dilarang. Diakui bahwa sementara orang mungkin merasakan sedikit kenikmatan atau keuntungan dengan minum-minuman keras dan makan-makanan terlarang lainnya, tetapi hal itu dilarang karena bahaya yang mungkin ditimbulkannya lebih besar daripada kenikmatan atau keuntungan yang mungkin diperolehnya. Tetapi larangan itu jelas dan menyeluruh. Dalam Al-Qur'an dijelaskan bahwa menyukai minum-minuman keras menimbulkan dampak yang negatif seperti permusuhan dan perselisihan, selain itu seseorang yang menyukai minum-minuman keras cenderung akan meninggalkan sholat dan tidak ingat kepada Allah.