

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

A. Perilaku Konsumsi

1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung¹⁶. Sedangkan menurut bahasa, konsumsi adalah pemakaian barang sehari-hari¹⁷. Konsumsi juga diartikan dengan menggunakan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*)¹⁸. Pengertian konsumsi menurut para ahli, menurut Chaney, Konsumsi adalah seluruh aktivitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan hidupnya¹⁹. Menurut Gossen, Konsumsi adalah suatu kebutuhan individu atau kelompok yang wajib memenuhi sebagai ukuran memperoleh tingkat kepuasan²⁰. Sedangkan menurut Weber, Konsumsi adalah selera yang menjadi pengikat kelompok untuk berkompetisi dalam bentuk penggunaan barang secara simbolis²¹. Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu

¹⁶ Muhammad Nejatullah al-Shiddiqi, *Pemikiran Ekonomi Islam*, terjemah Ahmad Muflih Saefuddin (Jakarta: LIPPM, 1991 M), h.91

¹⁷ Kamisu dan Yose Rizal, *Kamus Populer Lengkap Praktis* (Jakarta : Sapha Artha Jaya, 2006), h. 94

¹⁸ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada.1996 M), h. 147

¹⁹ <http://mz-hafizi.blogspot.com/2014/04/defenisi-konsumsi-menurut-beberapa-ahli.html>, Diakses pada 27 September 2017

²⁰ <http://www.indonesiastudents.com/pengertian-konsumsi-menurut-para-ahli/>, Diakses pada 27 September 2017

²¹ <http://www.indonesiastudents.com/pengertian-konsumsi-menurut-para-ahli/>, Di akses pada t 27 September 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak, dari yang dirasakan sampai yang tidak dirasakan. Jadi, perilaku konsumsi adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa termasuk proses kebutuhan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini²².

2. Tujuan Konsumsi

Kajian Islam tentang konsumsi sangat penting, agar seseorang berhati-hati dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja, suatu Negara mungkin memiliki kekayaan melimpah, tetapi apabila kekayaan tersebut tidak diatur pemanfaatannya dengan baik dan ukuran masalah, maka kesejahteraan (*welfare*) akan mengalami kegagalan. Jadi yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan-pilihan (preferensi) yang mengandung masalah (baik dan bermanfaat), agar kekayaan tersebut dimanfaatkan pada jalan yang sebaik-baiknya untuk kemakmuran dan kemaslahatan rakyat secara menyeluruh.

Demikian juga halnya dengan ekonomi individu, yang perlu diperhatikan adalah cara pemanfaatan kekayaan, barang dan jasa serta membuat pilihan-pilihan (preferensi) dalam mengkonsumsi barang dan jasa. Al-quran dan hadist memberikan petunjuk-petunjuk yang jelas tentang konsumsi, supaya perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya, perilaku yang sangat sesuai dengan ketentuan Allah Rasul-Nya akan

²² Leon G Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour*, Perilaku Konsumen, (Kelompok Gramedia, 2004). Ed Ke-7, h.6

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat (falah).

Tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mewujudkan masalah duniawi dan ukhrawi. Masalah duniawi adalah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia, seperti makanan, pakaian, perumahan, kesehatan, pendidikan (akal). Kemaslahatan akhirat ialah terlaksananya kewajiban agama seperti shalat dan haji. Artinya, manusia makan dan minum agar bisa beribadah kepada Allah, kemudian manusia berpakaian untuk menutup aurat agar bisa shalat, haji, serta bergaul sosial dan terhindar dari perbuatan-perbuatan yang tidak dibolehkan oleh agama²³.

B. Pengertian Air Bersih, Tugas dan Tujuan PDAM

1. Pengertian Air Bersih

Air bersih secara umum diartikan sebagai air yang layak untuk dijadikan air baku bagi air minum²⁴. Air merupakan suatu sarana untuk meningkatkan derajat kesehatan masyarakat, karena itu air merupakan salah satu media dan berbagai macam penularan, terutama penyakit perut. Seperti kita ketahui bahwa penyakit perut adalah penyakit yang paling banyak terjadi di Indonesia.

Peningkatan kualitas air minum adalah merupakan syarat kedua setelah kualitas, karena semakin maju tingkat hidup seseorang maka akan semakin tinggi pula tingkat kebutuhan air dari masyarakat tersebut. Untuk

²³ Agustianto, *Prinsip dan Pola Konsumsi dalam Islam*, "Artikel di akses pada 04 September 2017 dari <File:///F:/Agustianto>, Archive

²⁴ <http://digilib.unila.ac.id/pdf>. Di akses pada 27 september 2017

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keperluan minum di butuhkan air rata-rata sebanyak 5 liter/hari. Sedangkan secara keseluruhan kebutuhan akan air suatu rumah tangga untuk masyarakat Indonesia diperlukan sebanyak 60 liter/hari.

Air sangat penting bagi kehidupan manusia. Manusia akan lebih cepat meninggal karena kekurangan air dari pada kekurangan makanan. Dalam tubuh manusia itu sebagian besar terdiri dari air. Tubuh orang dewasa sekitar 55-60%, untuk anak-anak sekitar 65%, dan bayi sekitar. Kebutuhan akan kompleks antara lain untuk minum, makan, mandi, mencuci, dan sebagainya. Menurut perhitungan WHO (*World Health Organization*) di Negara-negara berkembang , termasuk indonesia setiap orang memerlukan air antara 30-60 liter/hari²⁵.

2. Tugas dan Tujuan PDAM

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) adalah Perusahaan Daerah yang bergerak dibidang pengadaan air bersih dan sesuai dengan nilai-nilai atau syarat-syarat kesehatan dan bertujuan untuk melayani kepentingan masyarakat atau penduduk yaitu dengan cara menyalurkan air bersih kerumah penduduk, tempat usaha, dan fasilitas umum yang embutuhkan dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari untuk memajukan fungsi sosial. System penyaluran air secara bersih tersebut selain menggunakan instalasi air (pipa), juga menggunakan armada dalam bentuk mobil tangki, sehingga

²⁵<http://eprints.ung.ac.id.pdf>. di akses 27 September 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dapat menjangkau daerah yang belum tersedia jaringan instalasi perpipaannya²⁶.

Pada dasarnya PDAM merupakan produk jasa yang menyediakan air bersih bagi masyarakat. Karena merupakan perusahaan jasa, ada beberapa hal yang dilakukan oleh PDAM dalam melakukan jasa pelayanan air bersih, yaitu :

- a. Membangun, memelihara, dan menjalani operasi sumber-sumber produksi dan sarana penyediaan air minum.
- b. Mengatur, menyempurnakan dan mengawasi pemakaian air secara merata.
- c. Mengadakan suatu peraturan/ketentuan untuk mencegah adanya penyambungan secara liar.

PDAM selalu berusaha meningkatkan pelayanan dengan tetap mempertahankan kuantitas, kualitas, dan kontinuitas dalam pelayanan. Untuk mewujudkan hal tersebut, PDAM berusaha untuk meningkatkan aktivitas perusahaan dengan cara sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kemandirian PDAM melalui pemanfaatan potensi yang ada.
- b. Melakukan sosialisasi program dan aktivitas perusahaan.
- c. Meningkatkan produktivitas dan kinerja perusahaan untuk memperoleh profitabilitas yang optimal²⁷.

²⁶ <http://pasuruan23.blogspot.com/2017/01/tujuan-dan-fungsi-perusahaan.html>, Di akses pada 27 September 2017

²⁷ <https://id.wikipedia.org/wiki/PDAM>, Di akses 27 September 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Perilaku Konsumsi dalam Islam

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia meliputi: keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*)²⁸.

Konsumen tidak hanya berbeda secara umum yaitu, umur dan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan, status perkawinan dan pengurusan hidup, tetapi juga berbeda kegiatan dan minat mereka, kelebihsukaan dan pedapatan mereka, makanan yang mereka makan dan produk yang mereka beli. Perilaku Konsumen merupakan bagian dari perilaku manusia yang telah melibatkan bnyak sumbangan disiplin ilmu²⁹.

Ketentuan dalam ekonomi islam yang berlandaskan nilai-nilai spiritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang materialistik dan feodalistik. Perilaku konsumen dalam kapitalisme dan sosialisme, dihegemoni oleh nilai-nilai materialism. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya meupakan kebutuhan materialismedan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spritualisme. Hasilnya,kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi nilai utility yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan), sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang didapat. Meskipun demiikian, pemahaman konsep utility yang

²⁸ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru : Alf Riau. 2007),h. 81.

²⁹ Adi Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), Cet pertama, h.11

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijelaskan oleh para ekonomi sangat beragam. Utility merupakan sebuah konsep abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Sebuah konsep tentang cita raa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. Utility akan didapat oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Tingkat utility yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan. Namun sampai dewasa ini, utility tetap digunakan sebagai standar untuk mengukur nilai kepuasan³⁰.

Dalam perkembangannya, pengukuran terhadap nilai utility (kepuasan) yang terdapat dalam sebuah komoditas tidak lagi menggunakan standar angka atau nilai (ordinally), akan tetapi pengukuran yang digunakan terhadap utility menggunakan peningkatan atau preferensi. Dalam artian untuk menentukan besar kecilnya nilai utility yang terdapat dalam barang dan jasa tidak lagi menggunakan angka, tetapi melakukan komparasi dengan barang yang lain untuk menentukan selera pasar (*preferred*). Dengan begitu, akan dapat dipahami bahwa barang tersebut mempunyai nilai utility yang lebih tinggi dari barang yang lainnya.

Etika ajaran baik buruk, benar salah, atau ajaran tentang moral khususnya dalam perilaku dan tindakan-tindakan ekonomi, bersumber dari ajaran agama. Itulah sebabnya banyak ajaran dan paham dalam ekonomi Barat menunjukkan pada kitab Injil, dan etika ekonomi yahudi banyak menunjukkan pada Taurat. Demikian pula etika ekonomi Islam termuat dalam lebih dari

³⁰ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), Cet ke 1.h. 64-65

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

seperempat ayat-ayat yang berada dalam Al-Quran. Namun jika etika ekonomi Kristen Protestan telah melahirkan semangat dan (spirit) Kapitalisme, maka etika agama Islam tidak mengarah pada Kapitalisme maupun Sosialisme³¹.

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan (Allah) untuk umat manusia demi kemaslahatan umat. Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan *israf* (Pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, atau sedekah. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dan melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.

Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut :

1. Tauhid (Unity/Kesatuan)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu orang mukmin berusaha mencari kenikmatan

³¹*Ibid*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang dicipta (Allah) untuk umat manusia. Adapun dalam rangka pandangan kapitlistis, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa mempedulikan dimensi spiritual, kepekaan orang lain, dan tanggung jawab atas segala perilakunya, sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki *homo economicus*.

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya : “Dan aku tidak akan menciptakan jin manusia melainkan mereka menyembah-Ku”. (QS. Adz-Dzaariyat: 56)

2. Adil (Equilibrium/ Keadilan)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga disamping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Qur'an secara tegas menekankan norma perilaku ini 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 dijalan Allah (*fi sabilillah*).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Free Will (Kehendak Bebas)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluk-nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang – barang ciptaan Allah. Atas segala kurunia yang diberikan oleh Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidak lah berarti bahwa manusia terlepas dari qdha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat yang di dasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktipitas haruslah memiliki batasan agar jangan sampai menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi kompensional , sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.

4. Amanah (responsibiliti/pertanggungjawaban)

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 melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan bertanggungjawab kan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam. Merayakan, diri sendiri maupun diakhirat kelak, bertanggungjawab sebagai seseorang muslim bukan hanya kepada allah swt namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepensional, baru mengenal istilah cooperate social responsibility, maka ekonomi islam telah mengenal nya sejak lama.

5. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang- barang yang menunjuk kan nilai-nilai kebaikan., kesuvian, keindahan, serta akan menimbulkan kemaslahhatan untuk buat baik secara meteiiil ,maupun spiritual. Sebalik nya, benda-benda yang buruk, tidak suci (najis) , tidak bernilai , tidak dapat di gunakan dan tidak dapat dianggap sebagai barang-barang komsumsi dalam islam serta dapat enimbul kan kemudaratkan apabila dikomsumsi akan dilarang.

6. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yabg melampui bats (israf) , termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-haburkannya tanpa faenda serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semesta. Allah akan sangat mengancam setiap perbuatan yang melampui batas³².

D. Prinsip-prinsip Konsumsi dalam Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada ditangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk diri mereka sendiri. Selain itu

³² M. Nur Rianto Al arif, Dr. Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2010), h. 86-93

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam. Sebab kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya³³.

Ada beberapa prinsip dalam mengkonsumsi bagi seorang muslim, prinsip tersebut disarikan dari ayat-ayat al-Quran dan Hadist Nabi SAW diantaranya:

1. Menurut Djaslim Saladin bahwa prinsip-prinsip konsumsi dalam islam adalah sebagai berikut :

- a. Prinsip halal dan kebersihan sebagaimana dalam Surat Al-Baqarah ayat 168:

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

*Artinya : "Hai sekalian manusi, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat dibumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-lagkah syaitan. Karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu"*³⁴.

Maka minum-minuman yang memabukkan, barang bermaksiat, paung-patung, anjing dan kucing dan sebagainya dilarang diperjual elikan dengan demikian barang-barang yang dikonsumsi terikat erat dengan nilai-nilai kebaikan, kesucian dan keindahan. Inilah yang disebut dengan at-thayyibah.

³³ MA Mannar, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Nastangin: Dana Bhakti Wakaf UH Jogjakarta,1995), h. 45

³⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahan*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 21

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Prinsip kesederhanaan

Setiap barang (yang halal) dikonsumsi manusia ada batasnya, jangan sampai berlebih-lebihan. Konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri manusia yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam islam dan disebut dengan istilah israf (pemborosan) atau tabzir (menghambur-hamburkan tanpa guna). Ajaran islam menganjurkan pola konsumsi dengan menggunakan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran dan pemborosan sebagaimana dalam surat Al-Araf ayat 31 :

﴿يَبْنِيْٓ اٰدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾⁽ⁿ⁾

Artinya : " Hai anak Adam, pakilah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan"³⁵.

Dan surat Al-Isra ayat 27 yaitu :

اِنَّ الْمُبْدِرِيْنَ كَانُوْا اِخْوَانَ الشَّيْطٰنِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطٰنُ لِرَبِّهٖ كَفُوْرًا ﴿٢٧﴾

Artinya : " Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan"³⁶.

c. Prinsip Kemurahan Hati dan Keadilan

Sesungguhnya tujuan ekonomi islam adalah menciptakan kehidupan yang aman dan sejahtera, islam menganjurkan kasih sayang

³⁵Ibid, h.122

³⁶Ibid, h. 227

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sesama manusia, terutama kaum miskin dan anak yatim. Oleh karena itu janganlah sekali-kali memaksakan sesuatu kalau memang masih bisa diatasi, dan berlakulah adil. Dengan demikian prinsip murah hati dan keadilan itu akan menciptakan suasana yang kondusif, aman dan sejahtera.

d. Prinsip Moralitas

Segala yang dimiliki dan dikonsumsi harus disyukuri. Seorang muslim dianjurkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih kepada-Nya setelah makan. Hal ini penting artinya karena islam menghendaki perpaduan nilai-nilai moral dan spiritual dalam mencapai kebahagiaan³⁷.

2. Menurut Al-Haritsi, prinsip-prinsip konsumsi Islami adalah sebagai berikut:

- a. Prinsip syariah, yaitu menyangkut dasar syariat yang harus terpenuhi dalam melakukan konsumsi di mana terdiri dari :
 - 1) Prinsip akidah, yaitu hakikat konsumsi adalah sebagai sarana untuk ketaatan/beribadah sebagai perwujudan keyakinan manusia sebagai makhluk yang mendapatkan beban khalifah dan amanah dibumi yang nantinya diminta pertanggung jawaban oleh penciptanya.
 - 2) Prinsip ilmu, yaitu seorang ketika akan mengkonsumsi mereka bisa membeli atau mengkonsumsi yang sesuai dengan sepengetahuan ilmunya dalam barang yang akan dikonsumsi dan hukum-hukum

³⁷ Muhammad Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Susuka Press, 2008), h.83-84

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang berkaitan dengannya apakah merupakan sesuatu yang halal atau haram baik ditinjau dari zat, proses, maupun tujuannya.

- 3) Prinsip amaliah, sebagai konsekuensi akidah ilmu yang telah diketahui tentang konsumsi islam tersebut. Seseorang ketika sudah berakidah yang lurus dan berilmu, maka dia akan mengkonsumsi hanya yang halal serta menjauhi yang halal atau syubhat.
- b. Prinsip kuantitas, yaitu sesuai dengan batas-batas kuantitas yang telah dijelaskan dalam syariat islam, diantaranya :
 - 1) Sederhana, yaitu mengkonsumsi yang sifatnya tengah-tengah antara menghamburkan harta dengan pelit, tidak bermewah-mewah, tidak mubadzir. Pola hidup sederhana menjadi ajaran yang harus diutamakan dalam segala kehidupan. Sikap sederhana mencerminkan sikap mental seorang hamba yang dikasihi oleh Allah yang disebut Ibadur rahman³⁸. Sebagaimana firman Allah dalam surat Al-furqan ayat 67:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: “dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah anantara yang demikian”³⁹.

- 2) Sesuai antara pemasukan dan pengeluaran, artinya dalam mengkonsumsi makanan disesuaikan dengan kemampuan yang

³⁸ Yunan Nasution, *Islam dan Problem-Problem Kemasyarakatan*, (Jakarta: PT. Bulan Bintang, 1998), h.154

³⁹ Depetemen Agama R.I, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 232

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimilikinya, bukan besar pasak dari pada tiang yang mana mementingkan gaya tetapi mendapatkannya dengan cara berhutang.

- 3) Menabung dan investasi, artinya tidak semua kekayaan digunakan untuk konsumsi tapi juga disimpan untuk kepentingan pengembangan kekayaan itu sendiri.
- c. Prinsip prioritas, dimana memperhatikan urutan kepelembagaan yang harus diprioritaskan agar tidak terjadi kemudharatan, yaitu :
- 1) Primer, yaitu konsumsi dasar yang harus terpenuhi agar manusia dapat hidup dan menegakkan kemaslahatan dirinya dunia dan agamanya serta orang terdekatnya, seperti makan pokok.
 - 2) Sekunder, yaitu konsumsi untuk menambah atau meningkatkan tingkat kualitas hidup yang lebih baik, misalnya konsumsi madu, susu, dan sebagainya.
 - 3) Tersier, yaitu untuk memenuhi konsumsi kemewahan yang membuat terlihat elegan/mewah, seperti mobil, motor, dan rumah mewah.
- d. Prinsip sosial, yaitu memperhatikan lingkungan sosial di sekitarnya sehingga tercipta keharmonisan hidup dalam masyarakat, di antaranya:
- 1) Kepentingan umat, yaitu saling menanggung dan menolong sebagaimana bersatunya suatu badan yang apabila sakit salah satu anggotanya, maka anggota badan lain juga akan merasakan sakitnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Keteladanan, yaitu memberikan contoh yang baik dalam berkonsumsi apalagi jika dia adalah seorang tokoh atau pejabat yang banyak mendapat sorotan dimasyarakatnya.
- 3) Tidak membahayakan orang yaitu dalam mengkonsumsi justru tidak merugikan dan memberikan mudharat ke orang lain seperti merokok.
- e. Kaidah lingkungan, yaitu dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan kondisi potensi daya dukung sumber daya alam atau tidak merusak lingkungan.
- f. Tidak meniru atau mengikuti perbuatan konsumsi yang tidak mencerminkan etika konsumsi yang islami seperti memakai sutera dengan tujuan bersenang-senang atau memamerkan kemewahan dan menghambur-hamburkan harta.

E. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Menurut Philip Kotler ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam hal pembelian suatu barang atau jasa yaitu :

1. Faktor Kebudayaan

Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Bila makhluk-makhluk lainnya bertindak berdasarkan naluri, maka perilaku manusia pada umumnya dipelajari⁴⁰.

⁴⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisa, Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: Pt. Gelora Aksara Pratama, 1990), Ed. 1, Cet Ke-5, h.179

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok Referensi

Kelompok Referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Para pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok referensi dari konsumen mereka. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara.

- 1) Kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku gaya hidup baru.
- 2) Mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”
- 3) Mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merk seseorang.

b. Keluarga

Keluarga dalam budaya yang cenderung kolektif sangat menentukan perilaku, pilihan produk dan aktifitas pembelian. Dari keluarganya konsumen belajar dan bersosialisasi untuk menjadi konsumen kelak di kemudian hari⁴¹.

⁴¹*Ibid*, h.185

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Peran dan Status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat.

3. Faktor Pribadi

a. Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga.

b. Pekerjaan

Setiap orang memiliki cita-cita tertentu tentang pekerjaannya. Namun, banyak yang tidak dapat merealisasikan cita-cita itu. Orang bisa bekerja sesuai dengan cita-citanya atau tidak, namun yang jelas ia memerlukan barang-barang yang sesuai dengan pekerjaannya.

c. Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Keadaan ekonomi seseorang terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, kestabilannya, dan pola waktunya), tabungan dan milik kekayaan, kemampuan meminjam, dan sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Artinya, pemasar bis menganalisis gaya hidup seseorang dari bagaimana orang itu beraktivitas yaitu menjalankan tuntutan pekerjaannya, memenuhi hasratnya untuk melakukan berbagai hobinya, berbelanja, maupun melakukan olahraga kegemarannya⁴².

e. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik yang paling dalam pada diri manusia, perbedaan karakteristik tersebut menggambarkan ciri unik dari masing-masing individu. Perbedaan karakteristik akan mempengaruhi respon individu terhadap lingkungannya secara konsisten. Kepribadian biasanya dijelaskan dengan ciri-ciri bawaan seperti kepercayaan diri, dominasi, otonomi, perbedaan, kondisi sosial, dan kemampuan beradaptasi.

4. Faktor Psikologi

a. Motivasi

Motivasi adalah dorongan kebutuhan yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan. Kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak pada suatu saat nanti. Para ahli psikologi telah

⁴²*Ibid*, h. 189

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

mengembangkan teori motivasi pada manusia. Tiga teori yang populer yaitu: teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, Dan Frederick Herzberg. Masing-masing teori mengandung implikasi yang berbeda untuk menganalisis konsumen dan pemasaran⁴³.

1) Teori Motivasi Freud

Freud melihat bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhannya dan proses penerimaan aturan sosial. Keinginan-keinginannya ini tidak pernah berhasil dihilangkan atau dikendalikan secara sempurna, dan biasanya muncul kembali dalam bentuk mimpi, salah bicara dan perilaku-perilaku neuritis. Jadi menurut Freud, seseorang tidak dapat memahami sepenuhnya motivasinya berasal dari mana.

2) Teori Motivasi Maslow

Menjelaskan mengapa seseorang didorong oleh kebutuhan-kebutuhan tertentu pada saat tertentu. Kebutuhan manusia tersusun secara terjenjang, mulai dari yang paling banyak menggerakkan sampai yang paling sedikit memberikan dorongan.

3) Teori Motivasi Herzberg

Mengembangkan “Teori motivasi dua faktor” yang membedakan antara faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan⁴⁴.

⁴³*Ibid*, h. 196

⁴⁴*Ibid*, h. 198

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Persepsi

Persepsi di definisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Faktor-faktor persepsi ini yaitu perhatian, gangguan dan mengingat kembali yang selektif berarti bahwa para pemasar harus bekerja keras agar pesan yang disampaikan diterima.

c. Proses Belajar

Proses belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman. Kebanyakan perilaku manusia diperoleh dengan dipelajari.

d. Kepercayaan dan Sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Melalui tindakan dan proses belajar, orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli, sedangkan dalam perilaku konsumen muslim faktor yang menentukan dalam perilaku konsumsinya adalah kecerdasan dalam membuat suatu pilihan antara manfaat konsumsi itu sendiri dengan balasan yang akan diterima di akhirat nanti.

Dengan demikian seorang muslim dalam perilaku konsumsinya akan dipengaruhi faktor akidah, ibadah, akhlak dan keseimbangan. Makna ibadah tidak hanya dipahami sebagai pelaksanaan kewajiban

ibadah ritual saja. Namun melakukan amal kebaikan juga ibadah, member manfaat kepada yang lain adalah ibadah⁴⁵.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

⁴⁵<http://jurnalekedia.blogspot.com>, diakses pada 28 September 2017