

BAB III

TINJAUAN TEORITIS

A. Perilaku Konsumsi

1. Pengertian Perilaku Konsumsi

Konsumsi adalah bagian dari penghasilan yang dipergunakan membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup²⁴. Dalam ekonomi, konsumsi adalah perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya²⁵. Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak 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 ini²⁶.

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

²⁴Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), h. 225

²⁵Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan Dalam Ekonomi Islam*, (Banda Aceh: Erlangga, 2009), h. 102

²⁶Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behaviour, Perilaku konsumen*, (Kelompok Gramedia, 2004), Ed. Ke-7, h. 6

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 hadits memberikan petunjuk-petunjuk yang sangat jelas tentang konsumsi, supaya perilaku konsumsi manusia menjadi terarah dan agar manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya, perilaku yang sesuai dengan ketentuan Allah Rasul-Nya akan menjamin kehidupan manusia yang adil dan sejahtera dunia dan akhirat (*falah*).

Tujuan konsumsi dalam Islam adalah untuk mewujudkan masalah duniawi dan ukhrawi. Masalah duniawi ialah terpenuhinya kebutuhan dasar manusia, seperti makanan, minuman, 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 diperbolehkan oleh agama²⁷.

²⁷Agustianto, *Prinsip dan Pola Konsumsi dalam Islam*, "Artikel di Akses pada 09 Januari 2015, Jam 09.55 dari file://F:/Agustianto, Archive

B. Energi Listrik

1. Pengertian Energi Listrik

Energi listrik merupakan energi yang paling mudah dan paling banyak dimanfaatkan manusia dalam kehidupan sehari-hari. Alat untuk mengukur energi listrik dinamakan kWh-meter, sedangkan alat untuk mengukur daya listrik dinamakan watt- meter.

Energi listrik adalah energi utama yang dibutuhkan bagi peralatan listrik/energi yang tersimpan dalam arus listrik dengan satuan ampere (A) dan tegangan listrik dengan satuan volt (V) dengan ketentuan kebutuhan konsumsi daya listrik dengan satuan Watt (W) untuk menggerakkan motor, lampu penerangan, memanaskan, mendinginkan ataupun untuk menggerakkan kembali suatu peralatan mekanik untuk menghasilkan bentuk energi yang lain²⁸.

Konsumsi listrik merupakan jumlah listrik yang digunakan oleh rumah tangga selama satu bulan. Konsumsi listrik diukur dengan menggunakan jumlah kWh.

2. Efisiensi Energi Listrik

Efisiensi energi harus diimplementasikan pada tingkat multidimensi agar mendapatkan efek terbaik. Ini berarti bahwa kita harus berusaha untuk meningkatkan efisiensi energi semampu mungkin, di semua sektor (rumah, kendaraan dan industri). Efisiensi energi juga merupakan salah satu prasyarat utama untuk perkembangan ekonomi dunia. Setiap orang

²⁸<http://tugas-makalahmu.blogspot.co.id/2014/12/makalah-tentang-listrik.html>, di akses jam 20.10, 3 September 2015

dari kita dapat melakukan sesuatu untuk meningkatkan efisiensi energi, tidak hanya dengan menggunakan lampu hemat energi dan bukan bola lampu pijar tradisional tetapi juga dengan membeli peralatan modern yang hemat energi lainnya untuk mengganti yang lama. Jadi efisiensi adalah melakukan sesuatu dengan benar.

konsumsi listrik di Indonesia menunjukkan trend peningkatan sekitar 10-15 % per tahun. Peningkatan konsumsi listrik terjadi di banyak sektor, tidak hanya terjadi di sektor industri melainkan juga di sektor rumah tangga.

Efisiensi merupakan Kemampuan berfikir manusia dalam menciptakan teknologi memungkinkan kehidupan manusia menjadi mudah dan nyaman. Keberadaan alat seperti mobil, motor, lampu, televisi, kulkas, komputer dan sebagainya. Disisi lain, penggunaan yang berlebihan dan penambahan populasi penduduk juga dapat meningkatkan kebutuhan energi.

Diperkirakan bahwa 90% pembangkit listrik bersumber dari bahan bakar minyak dan batubara. Akhir-akhir ini sudah menjadi gejala menuju krisis energi dan bahan bakar serta makin tingginya harga minyak dunia. Pada situasi demikian, hal yang sebaiknya dilakukan adalah dengan melakukan penghematan energi atau penciptaan energi alternatif yang ramah lingkungan. Apabila dilakukan penghematan energi maka kita dapat menghemat biaya dan mengurangi dampak negatif dari emisi yang dihasilkan dari penggunaan energi yang berlebihan.

Berikut ini langkah-langkah sederhana dalam kehidupan sehari-hari untuk menghemat energi, yaitu:

1. Membentuk perilaku dan kebiasaan diri untuk menggunakan listrik saat diperlukan, secara bergantian, dan tidak berlebihan.
2. Mematikan televisi, keran air, komputer atau lampu jika sudah tidak digunakan.
3. Jika memungkinkan untuk mengeringkan pakaian secara alami di bawah sinar matahari.
4. Menggunakan alat rumah tangga atau kantor yang bersifat hemat energi dan ramah lingkungan, seperti pendingin ruangan dan kulkas dengan freon yang ramah lingkungan.
5. Mengefisienkan pemakaian energi di tempat umum, seperti di pusat perbelanjaan, perkantoran, terminal, jalan raya, bandara, stasiun dan sebagainya.
6. Mengdesain rumah atau gedung hemat energi, misalnya pencahayaan yang baik dengan cukup ventilasi, sehingga mengurangi penggunaan lampu di siang hari, mempergunakan bahan atap bangunan yang dapat mendinginkan suhu di dalam ruangan seperti atap berbahan tanah atau keramik, menaruh tanaman hias di dalam rumah untuk menyejukkan udara di dalam ruangan dan sebagainya.
7. Pemerintah menyusun kebijakan dan memberikan penghargaan atau apresiasi positif atas segala upaya atau inovasi penghematan energi.
8. Mensosialisasikan kegiatan-kegiatan yang bersifat menghemat energi.

9. Mengembangkan dan melakukan penelitian untuk energi alternatif, misalnya energi biodiesel²⁹.

C. 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 umumnya dipelajari³⁰.

Faktor-faktor budaya mempunyai pengaruh yang paling luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen

- a. Kultur (kebudayaan) adalah determinan paling fundamental dari keinginan dan perilaku seorang.
- b. Subkultur adalah subkultur yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik bagi para anggotanya. Subkultur mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis.
- c. Kelas Sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan tetap dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarkis dan anggota-anggotanya memiliki nilai, minat, dan perilaku yang mirip.

²⁹http://www.artikellingkunganhidup.com/9_langkah-sederhana-menghemat-energi.html, di akses jam 5.41, Tanggal 05 Juli 2015

³⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan dan Pengendalian*, (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 1990), Ed. 1, Cet. Ke- 5, h. 179

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 sasaran 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 merek 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 hari³¹.

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.

³¹*Ibid*, h. 185

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 (tingkatannya, kestabilannya, dan pola waktu), tabungan dan milik kekayaan, kemampuan meminjam, dan sikapnya terhadap pengeluaran lawan menabung.

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 bisa menganalisis gaya hidup seseorang dari bagaimana orang itu beraktivitas yaitu menjalankan tuntutan pekerjaannya, memenuhi hasratnya untuk

melakukan berbagai hobinya, berbelanja, maupun melakukan olahraga kegemarannya³².

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 tertentu. Para ahli psikologi telah mengembangkan teori motivasi pada manusia. Tiga teori yang terpopuler yaitu: teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, dan Frederick Herzberg. Masing-masing teori mengandung implikasi yang berbeda untuk menganalisis konsumen dan pemasaran³³.

³²*Ibid*, h. 189

³³*Ibid*, h. 196

1) Teori motivasi Freud

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

2) Teori Motivasi Maslow

Menjelaskan mengapa seseorang di dorong 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 ketidakpuasaan dan faktor yang menyebabkan kepuasan³⁴.

b. Persepsi

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini. Faktor-faktor

³⁴*Ibid*, h. 189

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 yang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli.

D. 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*)³⁵.

Konsumen tidak hanya berbeda secara umum yaitu, umur dan jenis kelamin, pendidikan dan pekerjaan, status perkawinan dan pengaturan hidup, tetapi juga berbeda kegiatan dan minat mereka, kelebihsukaan dan pendapatan mereka, makanan yang mereka makan dan produk yang mereka beli. Perilaku

³⁵ Mawardi, *Op. Cit*, h. 81

konsumen merupakan bagian dari perilaku manusia yang telah melibatkan banyak sumbangan disiplin ilmu³⁶.

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spiritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang materialistik dan feodalistik. Perilaku konsumen dalam sistem kapitalisme dan sosialisme, dihegemoni oleh nilai-nilai materialism. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya merupakan kebutuhan materialisme dan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spiritualisme. Hasilnya, kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa hanya berorientasi pada nilai-nilai materialisme. Pemenuhan kebutuhan 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 yang didapat. Meskipun demikian, pemahaman konsep utility yang 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 rasa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. Utility akan didapatkan 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 kepuasan³⁷.

³⁶ Adi Nugroho, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), Cet. Ke-1, h. 11

³⁷ Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam di Tengah Krisis Ekonomi Global*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), Cet. Ke- 1, h. 64-65

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 sebagai 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 menunjuk pada Taurat. Demikian pula etika ekonomi Islam termuat dalam lebih dari seperlima ayat-ayat yang ada dalam Al-Qur'an. Namun jika etika agama Kristen Protestan telah melahirkan semangat dan (spirit) Kapitalisme, maka etika agama Islam tidak mengarah pada Kapitalisme maupun Sosialisme³⁸.

Islam adalah agama yang sarat akan etika. Pembicaraan mengenai etika Islam banyak dikemukakan oleh para ilmuwan. Sedang pengembangan yang sistematis dengan latar belakang ekonomi tentang sistem etika Islam secara garis besar dapat dibagi menjadi empat pokok aksioma, sebagaimana dikupas

³⁸*Ibid*

oleh naqvi. Naqvi mengelompokkan ke dalam 4 (empat) aksioma pokok tentang sistem etika Islam³⁹, yaitu:

1. Tauhid (Unity/Kesatuan)

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah “tauhid” yang menurut Qardhawi dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: rabbaniyah gayah (tujuan) dan wijhah (sudut pandang). Kriteria pertama menunjukkan maksud bahwa tujuan akhir dan sasaran Islam adalah jauh kedepan, yaitu menjaga hubungan dengan Allah secara baik dan mencapai ridha-Nya. Sehingga pengabdian kepada Allah merupakan tujuan akhir, sasaran, puncak cita-cita, usaha dan kerja keras manusia dalam kehidupan (*fana*) ini⁴⁰. Allah berfirman dalam surat Al-Insyiqaaq (84) : 6 yang berbunyi:



Artinya: “*Hai manusia, Sesungguhnya kamu telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, Maka pasti kamu akan menemui-Nya*”.(QS. Al-Insyiqaaq (84) : 6)⁴¹

Kriteria kedua adalah rabbani yang masdar (sumber hukum) dan manhaj (sistem). Kriteria ini mempunyai kaitan dengan kriteria pertama. Artinya kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran dan tujuan puncak (kriteria pertama) yang bersumber dari Al-Qur’an Hadist Rasul.

³⁹Syed Nawab Haider Naqvi, *Islamic Economic and Society*, (London and New York: Kegal Paul Internasional, 1995), h. 78

⁴⁰Yusuf Al-Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 1995), h. 1-4

⁴¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur’an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Sygma, 2005), h. 589

Aksioma tauhid merupakan bentuk dimensi vertikal yang memadukan segi politik, ekonomi, sosial dan religius dalam kehidupan manusia menjadi satu kebutuhan homogen dan konsisten. Bila dihubungkan dengan fungsi integratif, tauhid merupakan kenyataan yang memberikan umat manusia perspektif pasti yang berasal dari pengertian mendalam mengenai hubungan antara, manusia dengan Tuhan, sehingga manusia akan berhasil (dalam mencari kebenaran) bila diberi petunjuk dari yang Maha Besar⁴².

2. Adil (Al-'Adl/Keadilan)

Adil merupakan salah satu pokok etika Isla. Kata al-'adl berarti sama (rata) sepadan ukuran (takaran), keseimbangan. Di dalam Al-Qur'an, untuk menjelaskan kata adil diungkapkan dengan kata al-'adl yang merupakan lawan dari al-jur atau az-zulm. Sehubungan dengan masalah adil atau keadilan, mendefinisikan keadilan menjadi empat pengertian, yaitu:

- a. Keadaan sesuatu yang seimbang
- b. Persamaan dan penafsiran segala bentuk diskriminasi
- c. Pemeliharaan hak-hak individu dan pemberian hak kepada setiap orang yang berhak menerima
- d. Memelihara hak bagi kelanjutan eksistensi (keadilan Tuhan)⁴³.

⁴² *Ibid*, h. 169

⁴³ Murthada Mutaharri, *al-'Adl al-Allah*, (Teheran: Dar al-Islamiyah, 1991), h. 113

3. *Free Will* (Kehendak Bebas)

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.

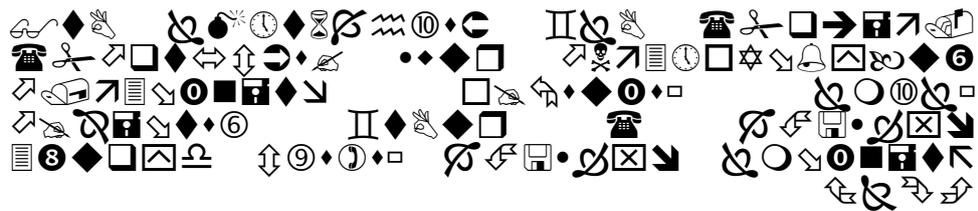
4. Amanah (*Responsibility*/Pertanggungjawaban)

Etika dari kehendak bebas adalah pertanggungjawaban. Artinya setelah manusia melakukan perbuatan maka ia harus mempertanggungjawabkan perbuatannya. Manusia diberi kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun didalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur dalam ajaran Islam.

5. Halal

Dalam Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara

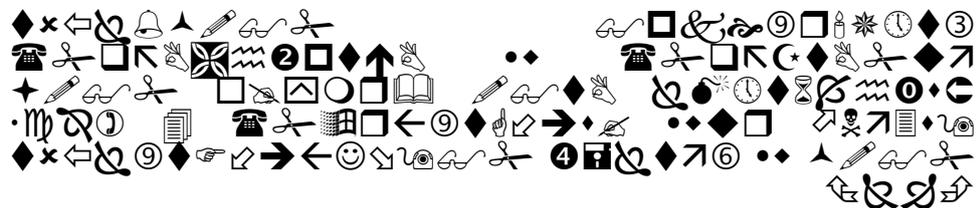
materiil maupun spiritual. Sebaliknya, benda-benda yang tidak bernilai tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam serta dapat menimbulkan kemudaratan apabila dikonsumsi akan dilarang. Firman Allah dalam surat Taha (20) : 81 yang berbunyi:



Artinya: *“makanlah di antara rezki yang baik yang telah Kami berikan kepadamu, dan janganlah melampaui batas padanya, yang menyebabkan kemurkaan-Ku menimpamu. dan Barangsiapa ditimpa oleh kemurkaan-Ku, Maka Sesungguhnya binasalah ia”*. (QS. Taha (20) : 81)⁴⁴

6. Sederhana

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 memperturutkan nafsu semata. Allah akan sangat mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas⁴⁵. Firman Allah dalam surat Al-Maidah (5) ayat 87 yang berbunyi:



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*

⁴⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Op Cit*, h. 317

⁴⁵ Nur Rianto dan Euis Amalia, *Op. Cit*, h. 86-91

menyukai orang-orang yang melampaui batas". (QS.Al-Maidah (5) :87)⁴⁶

Dalam pandangan Islam kegiatan ekonomi merupakan kehidupan di samping merupakan anjuran yang memiliki dimensi ibadah. Aktivitas ekonomi dalam pandangan Islam bertujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup secara sederhana, memenuhi kebutuhan keluarga, memenuhi kebutuhan jangka panjang, menyediakan kebutuhan keluarga yang ditinggalkan dan memberikan bantuan sosial dan membangun menuntut jalan Allah⁴⁷. Islam sebagai *Rahmatan fil 'alamin* menjamin agar sumber daya dapat terdistribusi secara adil. Salah satu upaya untuk menjamin keadilan distribusi sumber daya adalah mengatur bagaimana pola konsumsi sesuai dengan syariah Islam yang telah ditetapkan dalam Al-Qur'an. Dalam mengkonsumsi barang atau jasa sebaiknya secukupnya saja dan jangan berlebihan. Karena berlebihan akan mengakibatkan haramnya barang yang halal⁴⁸.

Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan dalam kehidupannya yaitu tahapan dunia dan akhirat. Oleh karena itu Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Hal ini berarti pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai antara dunia dan akhirat. Dengan demikian maka yang lebih diutamakan adalah konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat⁴⁹.

⁴⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit*, h. 121

⁴⁷Skripsi Aulia Dzikriyati Kurnia (06130011), *Teori konsumsi dalam Ekonomi Mikro*, Universitas Islam Negeri Malang, 2010, h. 43

⁴⁸*Ibid*, h. 51

⁴⁹Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004), Cet. ke-1, h. 173

Berdasarkan tahapan kehidupan tersebut dan konteks pribadi dan sosial manusia, maka seorang muslim dalam mengkonsumsi akan selalu memperhatikan ajaran Islam yang berkaitan dengan aspek-aspek pencapaian kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam hubungan inilah maka setiap seorang muslim akan berhati-hati dalam melakukan konsumsi. Meskipun barang-barang yang dikonsumsi adalah barang-barang yang dihalalkan dan bersih dalam pandangan Allah, akan tetapi konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang ada dengan sama banyaknya sehingga pendapatannya habis. Tetapi harus, diingat bahwa manusia mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan juga kebutuhan jangka panjang (akhirat)⁵⁰.

Kebutuhan manusia tentu tidak sebatas makan, minum, pakaian, perumahan, tetapi juga kendaraan, sarana komunikasi dan alat-alat teknologi lainnya, seperti komputer, note book, alat rumah tangga dan lain-lain yang mempermudah kehidupan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, manusia seringkali tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah dinikmati (dikonsumsi). Manusia seringkali dihindangi penyakit tamak.

Jika manusia telah mendapatkan dan menikmati sesuatu, maka ia ingin mendapatkan yang satu lainnya. Inilah karakter manusia materialis yang tidak disetujui Islam. Karakter ini dalam ilmu ekonomi disebut *homo-economicus*. Konsep ini bertentangan dengan etika ekonomi Islam. Islam mengajarkan bahwa manusia adalah *homo-islamicus*, bukan *homo-economicus*.

⁵⁰*Ibid*, h. 174

Hal ini dijelaskan kembali oleh Abdullah bin Humaid dari An-Nasa'iy dan Ibnu majah, Ibnu Mardawaih serta Baihaqy dan jalur 'Amru bin Syu'aib yang menerima dari ayahnya dan neneknya, bahwa Nabi Muhammad Saw bersabda :

أَخْبَرَنَا أَحْمَدُ بْنُ سُلَيْمَانَ قَالَ حَدَّثَنَا يَزِيدٌ قَالَ حَدَّثَنَا هَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ حَدَّثَهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كُلُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ.

Artinya: “ *Telah mengabarkan kepada kami (Ahmad bi Sulaiman) dia berkata: Telah menceritakan kepada kami (Yazid) dia berkata: Telah menceritakan kepada kami (Hammam) dari (Qatadah) dari (Amru bin syu'aib) dari (bapaknya) dari (kakeknya) dia berkata: Rasulullah SAW bersabda: Makanlah dan bersedekahlah serta berpakaianlah dengan tidak berlebihan dan sombong*”. (HR. Imam An-Nasa'i-2559)⁵¹

Dari hadits di atas dapat pula disimpulkan bahwa manusia tidak boleh berlebih-lebihan dalam mengkonsumsi dan bersikap sombong. Dan sedeqah atau infaq, juga termasuk zakat, zakat adalah bagian dari konsumsi dalam Islam.

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syari'ah ini bukan saja menyeluruh atau komprehensif tetapi juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab tidak akan ada syari'ah lain yang datang untuk menyempurnakannya⁵². Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga

⁵¹Ahmad Ibn Syu'aib Al-Nasa'i, *Sunan Al-Nasa'i*, (Halb: Maktab Al-Mathbu'at Al-Islamiyah, 1986), Cet. II, Juz. 5, Bab Al-Ihtiyal Fi Al-Shadaqah, h. 79

⁵²Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syari'ah Dari Teori Ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2007), h. 4

keterlalaian, lebih lanjut Al-Qur'an melarang terjadinya perbuatan *tabzir* dan *mubazir*.

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

Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dan pola konsumsi modern. Islam mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini. Untuk menghasilkan energi manusia akan selalu mengejar cita-cita spiritualnya. Menurut Mannan bahwa perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu:

- 1) Prinsip keadilan
- 2) Prinsip kebersihan
- 3) Prinsip kesederhanaan
- 4) Prinsip kemurahan hati

5) Prinsip moralitas⁵³

Menurut Hendrie Anto terdapat tiga prinsip dasar bagi teori perilaku konsumsi, yaitu:

a) Keyakinan akan hari kiamat dan kehidupan akhirat

Seseorang muslim harus meyakini dengan keimanan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat. Pada hari kiamat manusia akan dibangkitkan dari kematiannya, kemudian menerima pahala dan dosa akibat perilakunya di dunia. Dengan keyakinan seperti ini membawa dampak mendasar pada perilaku konsumsi, yaitu: *pertama*, pilihan jenis konsumsi akan diorientasikan pada dua bagian, yaitu yang langsung dikonsumsi untuk kepentingan di dunia dan untuk kepentingan akhirat. *Kedua*, jumlah jenis pilihan konsumsi kemungkinan menjadi lebih banyak, sebab mencakup jenis konsumsi untuk kepentingan akhirat.

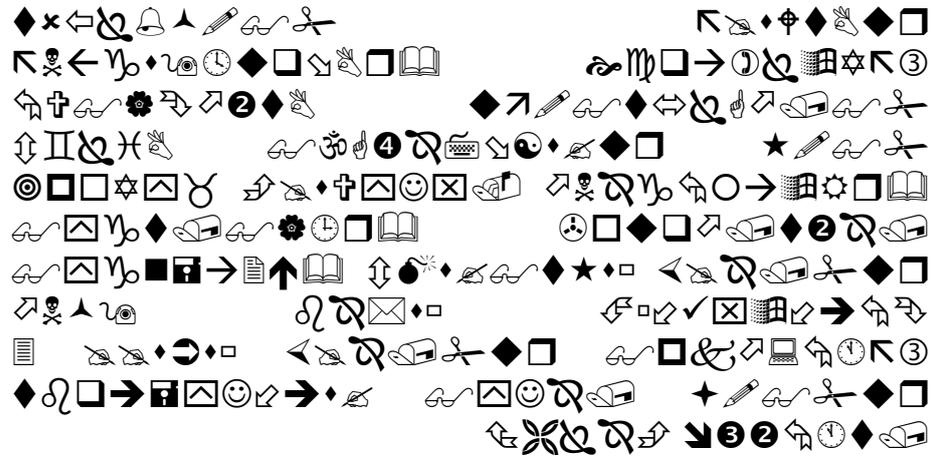
b) Konsep sukses

Sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama, bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas seseorang semakin tinggi juga kesuksesan yang dicapai.

c) Fungsi dan kedudukan harta

Harta merupakan anugrah Allah SWT dan bukan sesuatu yang bersifat buruk. Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup jika diusahakan dan dimanfaatkan secara benar. Firman Allah SWT,

⁵³ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), h. 45



Artinya: *“Dan perumpamaan orang-orang yang membelanjakan hartanya karena mencari keridhaan Allah dan untuk keteguhan jiwa mereka, seperti sebuah kebun yang terletak di dataran Tinggi yang disiram oleh hujan lebat, Maka kebun itu menghasilkan buahnya dua kali lipat. jika hujan lebat tidak menyiraminya, Maka hujan gerimis (pun memadai). dan Allah Maha melihat apa yang kamu perbuat. (QS. Al-Baqarah : 265)⁵⁴*

Berdasarkan ketiga prinsip dasar diatas, jelaslah bahwa konsumsi seorang muslim tidak ditujukan untuk mencari kepuasan maksimum sebagaimana dalam terminologi teori ekonomi konvensional. Tujuan konsumsi seorang muslim adalah untuk mencari kesuksesan dan kesejahteraan hidup di dunia dan akhirat dalam bingkai moral Islam atau Falah. Jadi seorang konsumen muslim harus mencari falah setinggi mungkin sebatas anggaran yang dimilikinya.

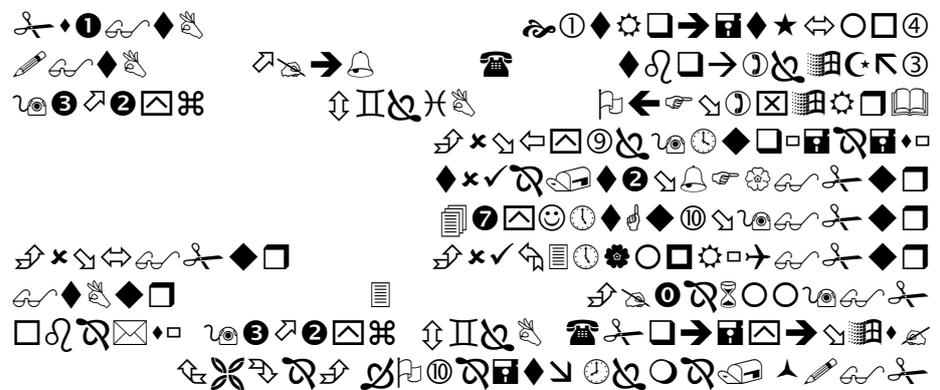
Yusuf Qardhawi, juga menyampaikan beberapa norma dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumsi seorang muslim yang beriman. Norma dasar tersebut antara lain:

- a) Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir

⁵⁴Departemen Agama Republik Indonesia, *Op Cit*, h. 45

Harta diberikan Allah SWT kepada manusia bukan untuk disimpan, ditimbun atau sekedar dihitung-hitung, tetapi untuk digunakan bagi kemaslahatan manusia sendiri serta sarana beribadah kepada Allah. Konsekuensinya, penimbunan harta dilarang keras oleh Islam dan memanfaatkannya adalah diwajibkan.

Dalam memanfaatkan harta manusia harus mengikuti ketentuan yang telah digariskan Allah melalui syari'at Islam, dimana dari segi sasaran dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu pemanfaatan harta untuk kepentingan diri ibadah (*fi sabilillah*) dan pemanfaatan harta untuk kepentingan diri sendiri dan keluarga⁵⁵. Firman Allah dalam surat Al-Baqarah (2) : 215) yang berbunyi:



Artinya: "Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan." dan apa saja kebaikan yang kamu buat, Maka Sesungguhnya Allah Maha mengetahuinya. (QS. Al-Baqarah (2) : 215)⁵⁶

b) Tidak mubadzir

⁵⁵Hendri Anto, *Pengantar Ekonomi Makro Islam, Op. Cit*, h. 139

⁵⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit*, h. 33

Seorang muslim senantiasa membelanjakan hartanya untuk kebutuhan-kebutuhan yang bermanfaat dan tidak berlebihan (*israf/wasteful*). Sebagaimana seorang muslim tidak boleh memperoleh harta haram, ia juga tidak akan membelanjakannya untuk hal yang haram. Beberapa sikap lain yang harus diperhatikan adalah:

1) Menjauhi berhutang

Setiap muslim dianjurkan untuk menyeimbangkan pendapatan dan pengeluarannya. Jadi, berhutang sangat tidak dianjurkan, kecuali untuk keadaan yang sangat terpaksa. Kebiasaan berhutang pada dasarnya menunjukkan rasa kurang bersyukur kepada Allah serta akan mendorong perilaku konsumtif.

2) Menjaga aset yang mapan dan pokok

Tidak sepatutnya seorang muslim memperbanyak belanjanya dengan cara menjual aset-asetnya yang mapan dan pokok, misalnya rumah tempat tinggal ataupun lahan pertanian yang dimilikinya, kecuali dalam keadaan terpaksa. Nabi mengingatkan jika terpaksa menjual asset maka hasilnya jangan digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun hendaknya digunakan untuk membeli asset lain agar berkahnya tetap terjaga.⁵⁷

3) Tidak hidup mewah dan boros

⁵⁷*Ibid*, h. 140

Kemewahan dan pemborosan menenggelamkan diri kedalam kenikmatan dan bermegah-megah. Sikap ini selain akan merusak pribadi manusia juga akan merusak tatanan masyarakat. Kemewahan dan pemborosan akan menenggelamkan manusia dalam kesibukan memenuhi nafsu birahi dan kepuasaan perut sehingga seringkali melupakan norma dan etika agama, karenanya menjauhkan diri dari Allah. Kemegahan juga akan merusak masyarakat, karena biasanya terdapat golongan minoritas kaya yang menindas minoritas miskin.

Pemborosan berarti menghambur-hamburkan harta tanpa ada kemaslahatan atau tanpa mendapatkan pahala, sedangkan lawan dari pemborosan adalah kikir. Islam memuji orang yang memiliki pertengahan diantara keduanya. Firman Allah dalam surat Al-Furqan (25) : 67 yang berbunyi:



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.(Q.S. Al-Furqan (25) : 67)⁵⁸*

Pemborosan ini biasanya mencakup hal⁵⁹

- a) Membelanjakan untuk hal yang dilarang agama
- b) Membelanjakan untuk hal yang diboleh agama
- c) Membelanjakan untuk hal yang dimubahkan oleh agama

⁵⁸Departemen Agama Republik Indonesia, *Op. Cit*, h. 365

⁵⁹*Ibid*, h. 141-142

4) Kesederhanaan

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 juga dilakukan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas, sebagaimana yang telah dilakukan oleh Khalifah Umar bin Khatab ketika melarang rakyatnya mengkonsumsi daging selama dua hari berturut-turut karena persediaan daging tidak mencukupi untuk seluruh madinah.

Dalam ekonomi konvensional konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Kepuasan berarti berguna, bisa membantu dan menguntungkan. Oleh karena itu dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu menginginkan tingkat kepuasan yang tertinggi. Konsumen akan memilih mengkonsumsi barang A atau B tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh kedua barang tersebut.⁶⁰

Dalam teori ilmu ekonomi dinyatakan juga bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi dari pendapatan masyarakat, tetapi sikap masyarakat tidak kalah pentingnya mempengaruhi konsumsi masyarakat. Masyarakat

⁶⁰Tim. *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008) h. 127-128

sebagai konsumen berupaya untuk mencapai nilai kepuasan tertinggi. Menurut teori ekonomi ada dua nilai kepuasan, yaitu konsumtif, yaitu kepuasan untuk mencapai nilai kepuasan yang lebih tinggi, dan kreatif, yaitu kepuasan yang mempunyai landasan (Agama Islam).⁶¹

Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia. Secara hirarkinya, kebutuhan manusia meliputi: keperluan, kesenangan, kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak di tengah-tengah (*modernity*) dan sederhana (*simplicity*). Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan bagi konsumen, di antaranya adalah: *ishraf* dan *tabzir*, juga norma yang berkaitan dengan ajaran untuk melakukan *infak*⁶².

Ishraf berarti mengeluarkan pembelanjaan yang tidak memiliki manfaat dan dilarang menurut hukum Islam. Pembelanjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi “kebutuhan” dan dilakukan dengan cara rasional. *Ishraf* di larang dalam Al-Qur’an. *Tabzir* berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam. Perilaku ini sangat dilarang oleh Allah SWT.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam perlu dibedakan dua tipe

⁶¹Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam, Dasar-dasar dan Pengembangan*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h. 80

⁶²Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), Cet. Ke-1, h. 81

pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu pengeluaran tipe pertama dan pengeluaran tipe kedua. Pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan oleh seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga (pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dunia namun memiliki efek pada pahala di akhirat). Pengeluaran tipe kedua adalah pengeluaran yang dikeluarkan semata-mata bermotif mencari akhirat⁶³.

Ketentuan dalam ekonomi Islam yang berlandaskan nilai-nilai spritualisme, menafikan karakteristik perilaku konsumen yang materialistik dan feodalistik. Perilaku konsumen dalam sistem kapitalisme dan sosialisme, dihegemoni oleh nilai-nilai materialisme. Kebutuhan yang harus dipenuhi, hanya merupakan kebutuhan materialisme dan tidak pernah menyentuh nilai-nilai spritualisme. Hasilnya, kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa hanya berorientasi pada nilai-nilai materialisme. Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi nilai utility yang diterima harus sebanding dengan apa yang dikeluarkan (dibelanjakan), sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang didapatkan.

Meskipun demikian, pemahaman konsep utility yang 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 rasa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. Utility akan didapatkan oleh seseorang

⁶³*Ibid*, h. 83

sepanjang barang dan jasa yang 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 kepuasan⁶⁴.

Kebutuhan seseorang tidak mungkin dapat dipenuhi sendiri tanpa berhubungan dengan pihak lain. Semakin berkembang masyarakat, semakin bertambah pula ketergantungan antara satu dengan yang lain dalam memenuhi berbagai kebutuhan⁶⁵. Setiap manusia secara pribadi wajib berusaha, bekerja dan bertanggungjawab untuk memenuhi kebutuhannya terutama kebutuhan pokoknya. Kalau ia tidak sanggup maka negara melalui pimpinan wajib bertanggung jawab terhadap terpenuhinya kebutuhannya.⁶⁶

Imam syatibi⁶⁷ mengatakan bahwa tanggung jawab syariah adalah untuk menjaga muqasid syar'iyyah. Tanggung jawab ini juga berkaitan dengan perilaku konsumsi yang harus di perhatikan oleh setiap muslim dalam kehidupannya. Tanggung jawab ini terdiri dari 3 bagian, yaitu:

1. *Dharuriyah*, ialah sesuatu yang harus ada dalam menegakkan maslahat agama dan dunia, jika tidak ada maka tidaklah akan tegak maslahat tersebut secara benar, bahkan akan rusak, hancur dan hilang dari kehidupan bahkan selanjutnya juga nanti di akhirat akan menimbulkan

⁶⁴Said Sa'ad Marthon, *Loc. Cit*

⁶⁵Zaki Fuad Chalil, *Op. Cit*, h.89

⁶⁶Taqiuddin al-Nabhani, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif Perspektif Islam*, (Surabaya: Ridalah Gusti, 1996), h. 119

⁶⁷Syatibi. *Al-Muwafaqat Fi Ushul al-Syari'ah*. Jilid. 2, (Bairut: Dar al-Kutub al-Ilmiyah.tt), h. 7-9

kerugian yang nyata. Adapun yang termasuk dalam *dharuriyahal-Khamsi* tersebut adalah:

- a) Menjaga agama
- b) Menjaga jiwa
- c) Menjaga akal
- d) Menjaga keturunan atau kehormatan dan
- e) Menjaga harta

Dalam hal konsumsi juga seseorang dilarang melakukan konsumsi yang membahayakan hal yang lima di atas⁶⁸.

2. *Hajjiyah*

Al-Hajjiyah (sekunder) adalah segala sesuatu yang oleh hukum syara' tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok keperluan manusia di atas, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesempitan (*musyaqat*) atau berhati-hati (*ihtiyah*) terhadap lima hal tersebut. *Hajjiyat* dalam kaitannya dengan konsumsi, seperti diharamkannya kikir, mubazir dan boros, karena walaupun tidak menyebabkan lenyapnya harta, tetapi maksudnya adalah menghilangkan kesempitan dalam penegakan hal lima di atas. Begitu juga, peminjam yang mampu, yang tidak mau membayar hutangnya. Sedangkan *hajjiyat* berkaitan dengan akal seperti diharamkannya meminum sedikit minuman keras, yang juga berkaitan dengan perilaku konsumsi. Dalam hal yang

⁶⁸Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Jakarta: Putra Grafika, 2006), Cet. Ke-1, h. 64

hajjiyat adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia untuk kelapangan dan keleluasaan, menanggung beban *taklif*, dan beban kehidupan lainnya. Apabila sesuatu itu tidak ada, maka tidak akan merusak struktur kehidupan mereka, dan kekacauan tidak akan merajalela, sebagaimana *dharuri* tidak ada.

3. *Tahsiniyah*

Al-Tahsiniyah (pelengkap) adalah tindakan dan sifat yang harus di jauhi oleh akal yang sehat, dipegangi oleh adat kebiasaan yang bagus dan dihajati oleh kepribadian yang kuat. Itu semua termasuk bagian akhlak karimah, sopan santun dan adab untuk menuju ke arah kesempurnaan. Artinya hal ini tidak dapat dipenuhi, maka kehidupan manusia tidaklah seperti urusan duniawiyah tidak diwujudkan dan tidak membawa kesusahan dan kesulitan seperti tidak dipenuhinya urusan hajjiyah manusia. Akan tetapi, hanya dianggap kurang harmonis oleh pertimbangan nalar sehat suatu hati nurani. Urusan tahsiniyah dalam konsumsi bisa dengan memberikan sedekah kepada orang yang sangat membutuhkannya, sebagai bentuk kepedulian, bersopan santun dalam melakukan makan dan minum, konsumsi segala sesuatu yang bersih, tidak mengandung penyakit, dan lain-lain⁶⁹.

⁶⁹ *Ibid*, h. 64-67