

## **BAB III**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Perilaku Konsumen**

##### **1. Pengertian Perilaku Konsumen**

Dalam Undang-Undang RI Nomor: 8 Tahun 1999 pasal 1 ayat 2 tentang perlindungan konsumen, konsumen didefinisikan sebagai “setiap pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk yang lain dan tidak untuk diperdagangkan”<sup>1</sup>. Konsumen adalah orang atau organisasi yang membeli barang atau jasa untuk dikonsumsi atau dijual kembali atau diolah menjadi barang lain lebih lanjut. Sedangkan di dalam wikipedia konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan<sup>2</sup>.

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.<sup>3</sup>

*The American Marketing Association* mendefinisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam

---

<sup>1</sup> [www.dikti.go.id/.jUU-8-1999](http://www.dikti.go.id/.jUU-8-1999) Perlindungan Konsumen, di akses pada 28 desember 2013 Pada Pukul 20.57 Wib.

<sup>2</sup> [id.m.wikipedia.org/wiki/konsumen/UU-8-1999](http://id.m.wikipedia.org/wiki/konsumen/UU-8-1999) Perlindungan Konsumen, diakses pada 28 desember 2013 Pada Pukul 21.00 Wib.

<sup>3</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*, (Jakarta : Prenada Media, 2003), h. 3

hidup mereka.<sup>4</sup> Sedangkan di dalam wikipedia di jelaskan *perilaku konsumen* adalah proses dan aktifitas ketika seseorang berhubungan dengan penearian, pemilihan, pembelian, penggunaan serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan”<sup>5</sup>.

Dari beberapa definiai diatas dapat diartikan bahwa perilaku konsumen menyangkut suatu proses keputusan sebelum pembelian serta tindakan dalam memperoleh, memakai, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk<sup>6</sup>.

Pengertian konsumen menurut Alimin dkk (2004) yang dikutip oleh Najmudin Ansorullah dalam artikelnya "*konsumtivism, konsumerisme, dan konsumen muslim*" mengartikan konsumen adalah setiap orang, kelompok atau badan hukum pemakai suatu harts benda atau jasa karena adanya hak yang sah, baik ia pakai untuk pemakai akhir ataupun untuk proses produksi selanjutnya<sup>7</sup>.

Perilaku konsumen muslim adalah suatu perilaku yang dilakukan oleh seorang muslim dimana dalam memenuhi kebutuhannya tidak sekadar memenuhi kebutuhan individual (materi), tetapi juga memenuhi kebutuhan sosial (spiritual). Konsumen muslim ketika mendapatkan penghasilan rutinnya, baik mingguan, bulanan, atau tahunan, ia tidak berpikir pendapatan yang sudah di raihnya itu harus di habiskan untuk

---

<sup>4</sup> Ibid

<sup>5</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku\\_konsumen](http://id.wikipedia.org/wiki/Perilaku_konsumen), diakses pada 11 Januari 2014 Pada Pukul 10.00 Wib.

<sup>6</sup> John C. Mowen, Michael Minor, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Erlangga, 2002). h, 6

<sup>7</sup> <http://jumainajmu.wordpress.com>, diakses pada 11 Januari 2014 Pada Pukul 10.25 Wib.

dirinya sendiri, tetapi karena kesadarannya bahwa ia hidup untuk mencari ridha Allah, sebagian pendapatannya dibelanjakan di jalan Allah (*Fiaabilillah*).<sup>8</sup>

## 2. Dasar Hukum Perilaku Konsumen

Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan amanah Allah SWT kepada sang khalifah agar dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada sang *khalifah* adalah kegiatan ekonomi (*umum*) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (*khusus*). Islam mengajarkan kepada sang khalifah untuk memakai dasar yang benar agar mendapatkan Keridhaan dari Allah Sang Pencipta. Dasar yang benar itu merupakan sumber hukum yang telah ditetapkan dan harus diikuti penganut Islam<sup>9</sup>.

Sumber yang berasal dari ayat-ayat Al-Qur'an yang menunjukkan dasar Sumber hukum Konsumsi yaitu Surat Al-A'raf ayat 31:



"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"<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> <http://zainuddion.blogspot.com/2014/10/21kebijakan-konsumen.html>

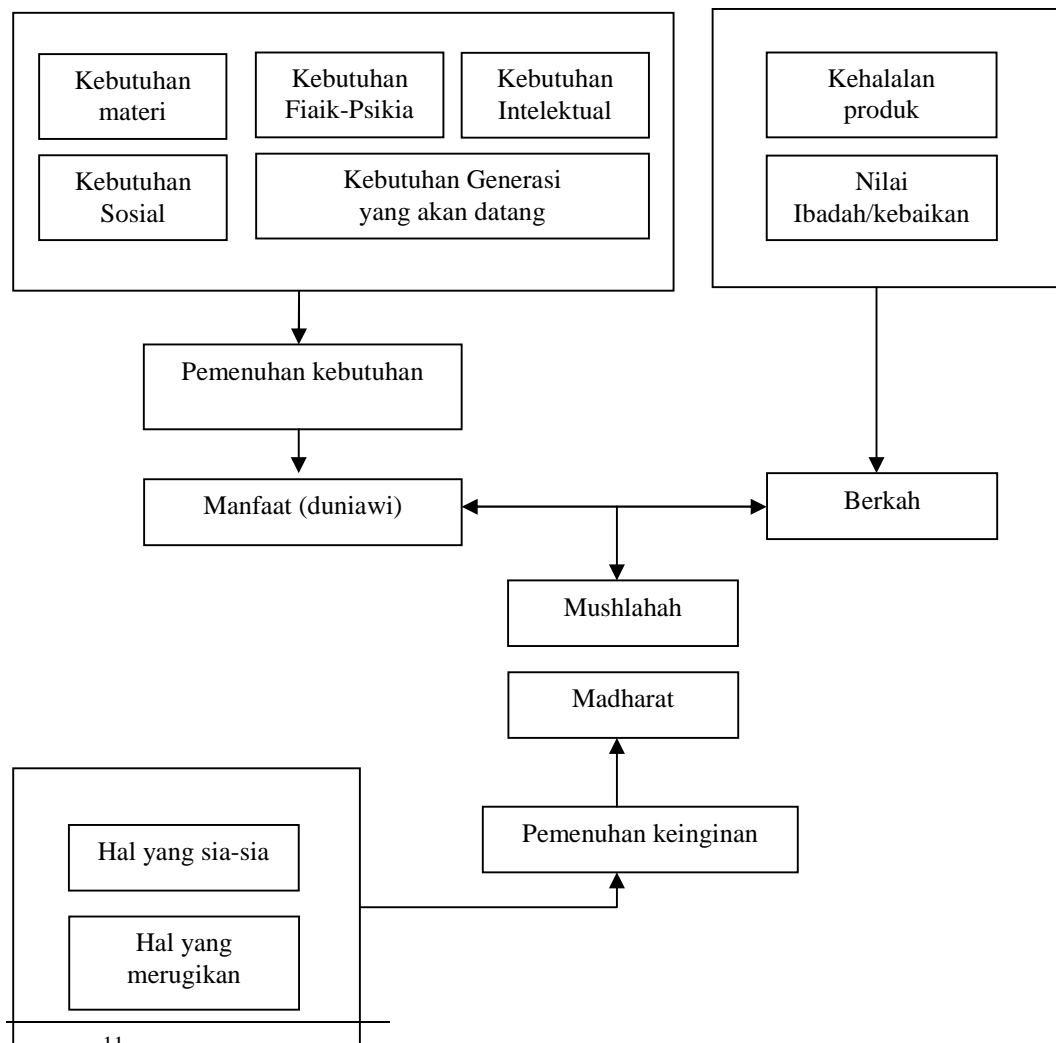
<sup>9</sup> Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h 76

<sup>10</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 122

### 3. Model Perilaku Konsumen

Banyak faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli barang atau jasa. Teori yang mempelajari tentang berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam membeli barang atau jasa inilah yang disebut sebagai model perilaku konsumen<sup>11</sup>. Ada beberapa model perilaku konsumen yaitu :

**Gambar 111.1**  
**Model pengorganiaasian perilaku konsumen menurut**  
**John C. Mowen**



<sup>11</sup> John C. Mowen, Michael Minor, *Op.Cit.*, h.26

Dari gambar diatas memberikan kerangka secara garis besar mengenai kapan konsumen akan mendapatkan mashlahah dan berkah. Demikian pula kemungkinan lahirnya madharat karma adanya kegiatan konsumsi terhadap hal yang sia-sia atau tidak memberikan manfaat maupun hal-hal yang di haramkan.

Mashlahah yang diperoleh konsumen ketika membeli barang dapat berbentuk satu di antara hal berikut<sup>12</sup>:

- a. Manfaat material, yaitu berupa diperolehnya tambahan harta bagi konsumen akibat pembelian suatu barang/jasa. Manfaat material ini biala berbentuk murahnya harga, diacount, murahnya biaya transportasi dan searching, dan semacamnya. Larianya pakaian dan sepatu obral menunjukkan dominannya manfaat materiil yang di harapkan oleh konsumen.
- b. Manfaat fisik dan psikis, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan fisik atau psikis manusia, seperti rasa lapar, haus, kedinginan, kesehatan, keamanan, kenyamanan, harga diri, dan sebagainya. Mulai berkembangnya permintaan rokok kadar rendah nikotin, kopi kadar rendah kafein menunjukkan adanya manfaat fisik-kesehatan-pada rokok dan kopi.
- c. Manfaat manusia tentang intelektual, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan akal ketika ia membeli suatu barang/jasa, seperti kebutuhan informasi, pengetahuan, keterampilan, dan semacamnya. Sebagai misal, permintaan surat kabar, alat ukur suhu, timbangan, dan

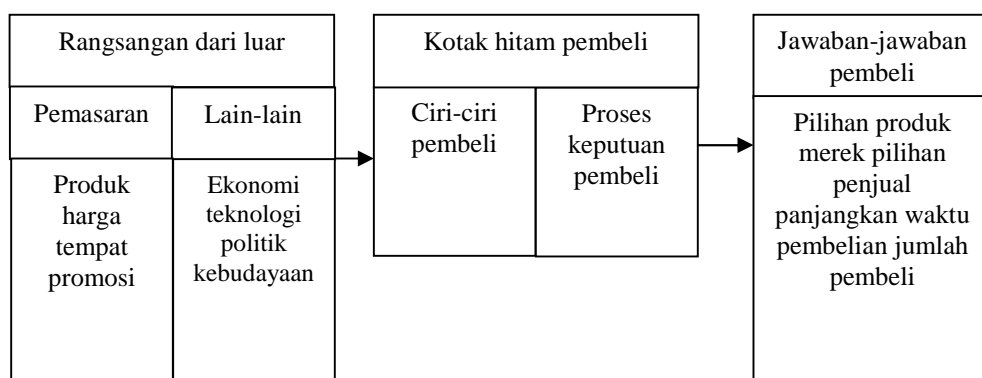
---

<sup>12</sup> *Ibid*

sebagainya.

- d. Manfaat terhadap lingkungan (*infra generation*), yaitu berupa adanya eksternalitas positif dari pembelian suatu barang/jasa atau manfaat yang bisa dirasakan oleh selain pembeli pada generasi yang sama. Misalnya mobil wagon dibandingkan dengan mobil sedang memiliki manfaat eksternal lebih tinggi, yaitu memiliki kapasitas untuk mengangkut banyak penumpang misalnya kerabat dekat atau tetangga.
- e. Manfaat jangka panjang, yaitu terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang atau terjaganya generasi masa mendatang terhadap kerugian akibat dari tidak membeli suatu barang/jasa. Pembelian bahan bakar biologis, misalnya, akan memberikan manfaat jangka panjang berupa bersihnya lingkungan meskipun dalam jangka pendek konsumen harus membayar dengan harga lebih mahal<sup>13</sup>.

**Gambar 11.2**  
**Model Pengorganisasi Perilaku Konsumen**  
**Menurut Philip Kotler**



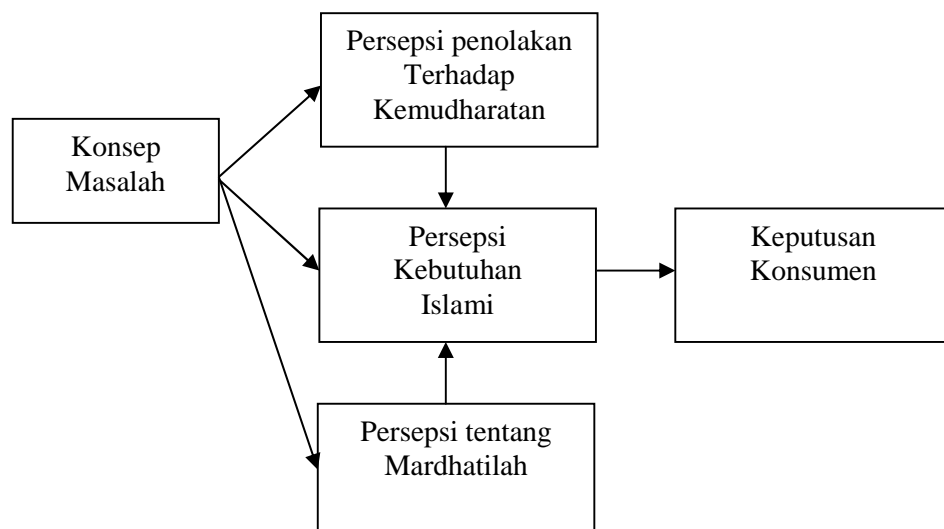

---

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 144

Gambar ini memperlihatkan pemasaran dan rangsangan lainnya yang masuk ke dalam “kotak hitam” pembeli dan menghasilkan jawaban tertentu. Rangsangan yang terlukis dalam kotak bagian kiri terdiri dari dua macam. Rangsangan pemasaran terdiri dari empat unsur: produk, harga, tempat dan promosi. Rangsangan lain terdiri dari kekuatan utama dan kejadian-kejadian dalam lingkungan pembeli: ekonomi, teknologi, politik dan kebudayaan. Semua rangsangan ini melewati kotak hitam pembeli dan menghasilkan seperangkat jawaban yang teramati seperti diperlihatkan dalam kotak kanan: pilihan produk, merek, penjual, penentuan waktu pembelian, dan jumlah pembelian<sup>14</sup>.

Sedangkan model Perilaku Konsumen Muslim adalah sebagai berikut:

**Gambar 111.3**  
**Model Perilaku Konsumen *Muslim* menurut Muhammad Muflih**



<sup>14</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran edisi kelima jilid ke-1*, (Jakarta: Erlangga, 1990), h. 178

Dari bagan diatas dapat dijelaskan, konsep masalah membentuk persepsi kebutuhan manusia, persepsi penolakan terhadap kemudharatan, dan juga memanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya *mardhatillah*. Kemudian persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan membatasi persepsinya hanya pada kebutuhan dan upaya *mardhatillah* mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan Islami. Persepsi seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhannya menentukan keputusan konsumsinya<sup>15</sup>.

#### **4. 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 :

##### **a. 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 dipelajari<sup>16</sup>.

##### **b. Faktor Sosial**

###### **1) Kelompok Referensi**

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang. Para pemasar

---

<sup>15</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), h. 97

<sup>16</sup> Philip Kotler, *Op. Cit*, h. 179



berusaha mengidentifikasi kelompok-kelompok referensi dari konsumen sasaran mereka. Orang umumnya sangat di pengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara.

- a. Kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru.
- b. Mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jati-diri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin “menyesuaikan diri”.
- c. Mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

## 2) 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 hari<sup>17</sup>.

## 3) 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.

### c. Faktor Pribadi

#### 1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang

---

<sup>17</sup> *Ibid*, h. 185

akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga.

## 2) 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 pekerjaannya.

## 3) 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.

## 4) 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 biasa menganalisis gaya hidup seseorang dari bagaimana orang itu beraktivitas yaitu menjalankan tuntutan pekedanya, memenuhi hasratnya untuk melakukan berbagai hobinya, berbelanja, maupun melakukan olahraga kegemarannya<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> *Ibid, h. 189*

## 5) 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.

### d. Faktor Psikologi

#### 1) 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 populer yaitu: teori Sigmund Freud, Abraham Maslow, dan Frederick Herzberg. Masing-masing teori mengandung implikasi yang berbeda untuk menganalisis konsumen dan pemasaran<sup>19</sup>.

##### a. Teori Motivasi Freud

Freud melihat bahwa seseorang akan menekan berbagai keinginan seiring dengan proses pertumbuhannya dan proses

---

<sup>19</sup> *Ibid*, h.196

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 neurotia. Jadi menurut Freud, seseorang tidak dapat memahami sepenuhnya motivasinya berasal dari mana.

b. Teori Motivasi Maslow

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

c. Teori Motivasi Herzberg

Mengembangkan “Teori motivasi dua faktor” yang membedakan antara faktor yang menyebabkan ketidakpuasan dan faktor yang menyebabkan kepuasan<sup>20</sup>.

2) Persepsi

Persepsi didefinisikan 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.

---

<sup>20</sup> *Ibid, h. 198*

### 3) Proses Belajar

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

### 4) 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. Hal ini tentu dilandasi pemahaman bahwa kehidupan didunia bukan akhir dari segalanya, tetapi hanya sebagai wasilah untuk kehidupan yang kekal abadi di akhirat.

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, memberi manfaat kepada yang lain adalah ibadah<sup>21</sup>. Faktor keseimbangan dalam berkonsumsi juga penting karena dalam Islam konsumen muslim dianjurkan untuk tidak berlebih-lebihan dan dapat mengalokasikan

---

<sup>21</sup> <http://jurnalekia.blogspot.com>, diakses pada 1 I Februari 2014 Pada Pukul 20.00 Wib.

pendapatannya untuk memenuhi kebutuhan duniawi dan juga ukhrawinya<sup>22</sup>.

## 5. Teori Konsumsi dalam Islam

Dalam pandangan Islam kegiatan ekonomi merupakan tuntutan 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 sumbangan menuntut jalan Allah<sup>23</sup>. Islam sebagai *rahmatan fil alamin* menjamin agar sumberdaya dapat terdistribusi secara adil. Salah satu upaya untuk menjamin keadilan distribusi sumberdaya 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 halal<sup>24</sup>.

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

---

<sup>22</sup> Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006), him. 7

<sup>23</sup> Skripsi Aulia Dzikriyati Kurnia (06130011), *Teori Konsumsi Dalam Ekonomi Mikro*, Universitas Islam Negeri Malang, 2010, h. 43

<sup>24</sup> *Ibid*, h. 51

akhirat. Dengan demikian maka yang lebih diutamakan adalah konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat<sup>25</sup>.

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 diharamkan 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)<sup>26</sup>.

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syari'ah. 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 menyempurnakannya<sup>27</sup>. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, tidak berlebihan tidak juga keterlaluan, lebih lanjut Al-Quran melarang terjadinya perbuatan *tabzir* dan *mubazir*.

---

<sup>25</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, cet ke 1, (Yogyakarta: BPFE Yogyakarta, 2004), h. 173

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 174

<sup>27</sup> Muhammad Syafi'i Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), h. 4

a. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada di tangan 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 berusaha mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini. Untuk menghasilkan energi manusia akan selalu mengejar cita-cita spiritualnya. Menurut Mannar 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 moralitas<sup>28</sup>.

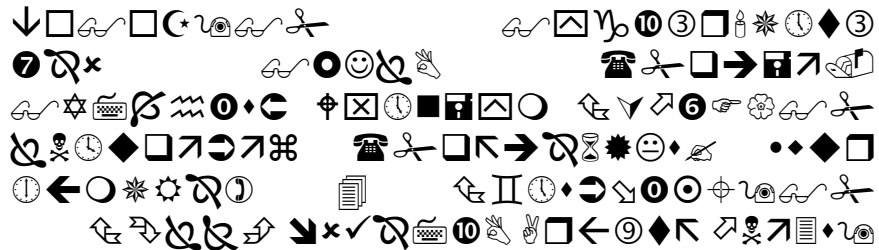
Menurut. Djaslim Saladin (2000:16-18), bahwa prinsip-prinsip konsumsi Islam adalah sebagai berikut :

---

<sup>28</sup> MA Mannar, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Nastangin: Dana Bhakti Wakaf UH Jogjakarta, 1995), h. 45



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



*“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<sup>29</sup>”* .

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

- b. Prinsip kesederhanaan.

Setiap barang (yang halal) dikonsumsi manusia ada batasnya, jangan sampai berlebih-lebihan. Konsumsi berlebih-lebihan merupakan ciri masyarakat yang tidak mengenal tuhan, dikutuk dalam islam dan disebut dengan istilah Israf (pemboros) atau Tazbir (menghambur-hamburkan tanpa guna). Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dengan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yaitu pola yang terletak diantara kekikiran

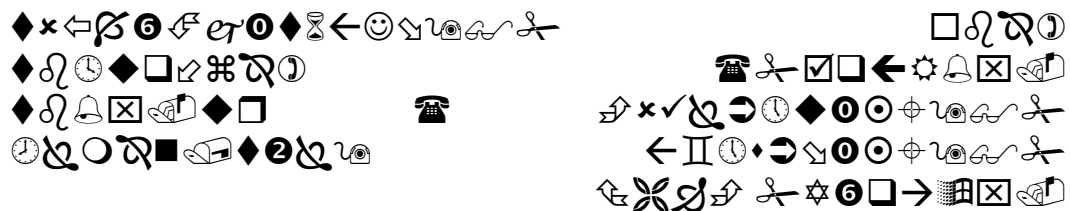
<sup>29</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 21

dan pemborosan sebagaimana dalam Surat Al-Araf ayat 31 :



“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”<sup>30</sup>.

Dan Surat Al-Isra ayat 27 yaitu :



“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah Saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan”<sup>31</sup>.

#### c. Prinsip Kemurahan Hati dan keadilan.

Sesungguhnya tujuan ekonomi Islam adalah menciptakan kehidupan yang aman dan sejahtera, Islam menganjurkan kasih sayang sesama manusia, terutama kaum miakin dan anak yatim. Oleh karena itu jangan sekali-kali memaksakan sesuatu kalau memang masih biala diatasi, dan berlakulah adil. Dengan demikian prinsip kemurahan hati dan keadilan itu akan menciptakan suasana yang kondusif, aman dan sejahtera.

#### d. Prinsip Moralitas.

<sup>30</sup> Ibid, h.122

<sup>31</sup> Ibid, h. 227

Segala yang dimiliki dan dikonsumsi harus disyukuri. Seorang muslim dianjurkan untuk menyebutkan 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 kebahagiaan<sup>32</sup>.

## 6. Perilaku Konsumen Muslim

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 *tabdzir*, juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan *infak*<sup>33</sup>.

*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* dilarang dalam Al-Quran. *Tabdzir* berarti membelanjakan uang untuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam. Perilaku ini sangat dilarang oleh Allah SWT.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam

---

<sup>32</sup> Muhammad Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008), h 83-84.

<sup>33</sup> Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 81

rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu pengeluaran tipe pertama dan pengeluaran tipe kedua. Pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan 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 akhirat.

Norma-norma konsumsi yang dijelaskan di atas akan dibahas pada teori konsumsi Islam dengan berdasarkan kepada etika konsumsi, prioritas konsumsi, kepuasan dalam konsumsi, rasionalitas konsumen muslim dan perilaku konsumsi dalam perspektif Islam. Untuk lebih jelasnya akan dibahas sebagai berikut :

a) Etika Konsumsi

Islam adalah agama yang sarat 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 4 (empat) pokok aksioma, sebagaimana dikupas oleh Naqvi. Naqvi mengelompokkan ke dalam 4 (empat) aksioma pokok, yaitu: tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak dan pertanggung-jawaban. (Naqvi, 1995:78)<sup>34</sup>. Dengan paparan sebagai berikut:

---

<sup>34</sup> *Ibid*, h. 82

## 1. Tauhid (Unity/Kesatuan)

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah "tauhid" yang menurut Qardhawi dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: rabbaniyyah gayah (tujuan) dan wijhah (sudut pandang)<sup>35</sup>. Kriteria yang 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*) ini. Allah berfirman dalam Surat Al-Insyiqaaq ayat 6:



*“Hai manusia, Sesungguhnya kamu Telah bekerja dengan sungguh-sungguh menuju Tuhanmu, Maka pasti kamu akan menemui-Nya”*<sup>36</sup>.

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-Quran dan Hadis Rasul.

Aksioma tauhid merupakan bentuk dimensi vertikal yang memadukan segi politik, ekonomi, sosial dan religius dalam

---

<sup>35</sup> Yusuf al-Qardhawi, *Peran Nilai dan Moral dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Robbani Press, 1995), h. 1-4

<sup>36</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 471

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 Besar, Sebagaimana firman Allah:

قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَهْدِي إِلَى الْحَقِّ قُلِ اللَّهُ يَهْدِي لِلْحَقِّ

*“Katakanlah” “Apakah di antara sekuru-sekutumu ada yang menunjuki kepada kebenaran?” katakanlah “Allah lah yang menunjuki kepada kebenaran”<sup>37</sup>.*

## 2. Adil (Al-'Adl/Keadilan)

Adil merupakan salah satu pokok etika Islam. Kata *al-'adl* berarti sama (rata) sepadan ukuran (takaran), keseimbangan. Di dalam Al-Quran, 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:

- 1) Keadaan sesuatu yang seimbang
- 2) Persamaan dan penafsiran segala bentuk diskriminasi
- 3) Pemeliharaan hak-hak individu dan pemberian hak kepada setiap orang yang berhak menerima dan

---

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 169

4) Memelihara hak bagi kelanjutan eksistensi (keadilan tuhan)<sup>38</sup>.

### 3. Free 'Will (Kehendak Bebas)

Manusia merupakan makhluk yang 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 Tuhan. Dengan kata lain bahwa Qada dan Qadar merupakan bagian dari kehendak bebas manusia<sup>39</sup>. Demikian halnya dalam melakukan konsumsi, manusia diberikan kebebasan untuk melakukan konsumsi, atau memiliki perilaku konsumsi secara bebas, namun di dalam kebebasannya itu harus berpijak pada etika konsumsi yang telah diatur dalam ajaran Islam. Untuk itu etika konsumsi dalam Islam selain merujuk kepada dasar "balalan tayyibah" dan sederhana. Dasar inilah yang merupakan asumsi dasar etika Islam yang selanjutnya akan mempengaruhi perilaku konsumsi seorang Muslim.

### 4. Halal

Kehalalan merupakan salah satu batasan bagi manusia untuk memaksimalkan kegunaan. Dengan kata lain, kehalalan adalah salah satu kendala untuk memperoleh maksimalisasi kegunaan konsumsi dalam kerangka ekonomi Islam. Kendala kehalalan menganggap "buruk" komoditas-komoditas yang

---

<sup>38</sup> Murthada Mutaharri, *al-`Adl al-illah*, (Teheran: Dar al-Islamiyah, 1991), h.113

<sup>39</sup> *Ibid*, h. 227

mempunyai nilai konsumsi nol dalam ekonomi Islam. Dengan kata lain pemanfaatan barang (komoditas) secara bebas (menurut istilah ekonomi mikro neoklasik) tidak dapat dipenuhi. Jika ini terjadi, maka ruang komoditas tersebut akan didefinisikan atau dikenakan (dibebani) biaya etik.

Kehalalan suatu barang konsumsi merupakan antiaipasi dari adanya keburukan yang ditimbulkan oleh barang tersebut. Sebagai contoh pengharaman *khamr* dalam arti luas, adalah upayaantisipasi yang ditimbulkan baik bagi konsumen (secara jasmani maupun rohani) maupun terhadap orang lain<sup>40</sup>.

#### 5. Sederhana.

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang "ekstrim" antara paham materialistis dan *zuhud*. Ajaran Al-Quran menegaskan bahwa dalam berkonsumsi manusia dianjurkan untuk tidak boros dan tidak kikir.

Lebih lanjut Maskawih memberikan yudikasi sifat sederhana antara lain adanya rasa malu, tenang (dapat mengendalikan hawa nafsu/keinginan), dermawan, puas (tidak berlebihan), loyal (tidak kikir) serta berperilaku mulia<sup>41</sup>. Batasan ini mengandung asumsi bahwa setiap individu pada dasarnya

---

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 228.

<sup>41</sup> Ibn Maskawih, *Tandib al-Akhlaq*, (Beirut: Dar al-Kutub aql-IsIwniyah, 1985), h. 67



berhak mendapatkan kehidupan yang menyenangkan dan melebihi dari keperluannya. Sedangkan dalam memenuhi kebutuhan akan barang mewah, seseorang harus memperhatikan keadaan masyarakat sekelilingnya. Bila masyarakat sekelilingnya bertaraf hidup rendah, maka penggunaan barang mewah di larang (lebih dibatasi). Selain itu, kehidupan mewah yang tidak memberikan manfaat bagi lingkungan sosial (masyarakat) tidak perlu dijalankan.

b) Prioritas dalam Konsumsi

Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan dalam kehidupan. Secara umum tahapan kehidupan dapat dikelompokkan menjadi dua tahapan yaitu dunia dan akhirat. Oleh karena itu islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Hal ini berarti pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai dunia dan akhirat. Dengan demikian maka yang lebih diutamakan adalah konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat.

Meskipun barang-barang yang dikonsumsi adalah barang yang halal dan bersih dalam pandangan Allah, akan tetapi konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang ada dengan sama banyak menganggap semua barang sama penting sehingga pendapatannya habis. Tetapi harus diingat bahwa manusia mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang

(akhirat) yang sangat penting dan harus dipenuhi.

Hubungannya dengan masalah ekonomi yang diukur lewat pendapatan seseorang, maka besar pendapatan yang dapat dibelanjakan untuk kebutuhan-kebutuhan hidup manusia harus seimbang.

## **B. Pengertian Jilbab dan Fungsinya**

### **1. Pengertian Jilbab**

Jilbab berasal dari bahasa Arab, bentuk jamaknya *jalabib*, yang artinya pakaian lapang, dapat menutup aurat wanita, kecuali muka dan telapak tangan<sup>42</sup>. Jilbab adalah semacam selendang yang menutupi sebagian besar atau seluruh bagian atas kepala dan rambut perempuan<sup>43</sup>. Ada juga yang mengartikan jilbab adalah semua pakaian yang dapat menutupi titik-titik perhiasan perempuan<sup>44</sup>.

Menurut Quraiah Shihab, Jilbab adalah pakaian yang menutupi baju dan kerudung yang sedang dipakai, sehingga jilbab menjadi bagaikan selimut.<sup>45</sup> Menurut Al-Biqā'i yang dikutip oleh Quraiah Shihab dalam bukunya "*Tafsir Al-Mishbah vol 11* " menjelaskan jilbab adalah baju yang longgar atau kerudung penutup kepala wanita, atau pakaian yang menutupi baju dan kerudung yang dipakai atau semua pakaian yang menutupi Wanita<sup>46</sup>. Menurut Syaikh Nashiruddin Al- Albani, setiap jilbab adalah

---

<sup>42</sup> Abu Fathan, *Panduan Wanita Sholihah*, Asaduddin Press, 1992, h. 6

<sup>43</sup> <http://id.wikipedia.org/wiki/Kerudung>, diakses Pada 25 Maret 2014 Pada Pukul 15.00

<sup>44</sup> Ibrahim bin Fathi bin Abd Al- Muqtadir, *Wanita Berjilbab VS Wanita Pesolek*, Jakarta: Amzah, 2007, h. 5

<sup>45</sup> M. Quraiah Shihab, *Jilbab Pakaian Wanita Muslimah*, Jakarta: Lentera Hati, 2004, h.

<sup>46</sup> M. Quraiah Shihab, *Tafsir.41-Miahbah vol 11*, Jakarta: Lentera. Hati, 2005, h. 320

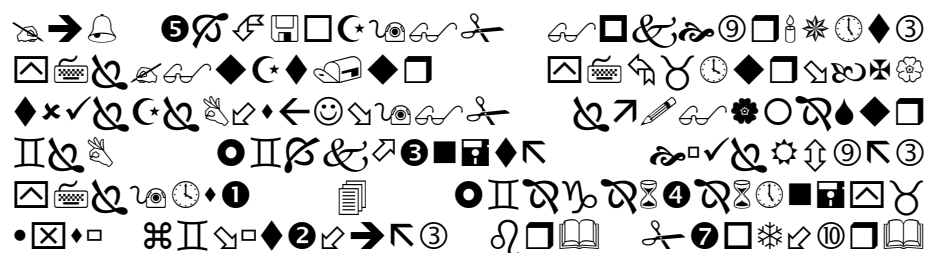
hijab, tetapi tidak semua hijab itu jilbab<sup>47</sup>.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa jilbab adalah lebih sempurna dari pada menggunakan kata *Al-khimar* (penutup kepala\ kerudung) karena meliputi seluruh badan perempuan dan menutupi semua bagian atas tubuhnya termasuk perhiasan atau sesuatu yang melukiskan (bentuk) badannya<sup>48</sup>. Sedangkan Menurut *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pengertian jilbab adalah kerudung lebar yang dipakai wanita muslimah untuk menutupi kepala dan leher sampai dada<sup>49</sup>.

## 2. Dasar diwajibkannya memakai jilbab

Perintah berjilbab ini adalah seiring dengan perintah dan seruan menutup aurat. Sebab pada dasarnya perintah berjilbab adalah perintah untuk menutup aurat seorang wanita, yang apabila tidak dijaga (dibiarkan terbuka) maka akan mengakibatkan fitnah yang besar, dan akan timbul bencana perzinaan<sup>50</sup>.

Allah SWT telah meqjelaskan dalam banyak ayatnya salah satunya dalam Surat Al-Ahzab (33):59 :

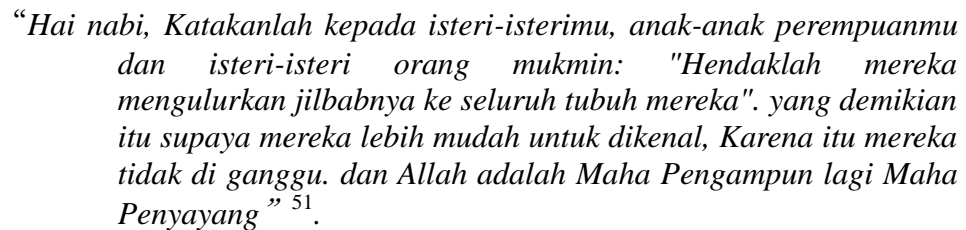


<sup>47</sup> Syaikh Nashiruddin Al-Albani, *Jilbab Wanita Muslimah*, Jogjakarta: Media Hidayah, 2002, h. 28

<sup>48</sup> Ibrahim bin Fathi bin Abd Al- Muqtadir, *Loc. Cit.*, h. 6

<sup>49</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *kamus Besar Bahasa Indonesia, edisi III*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 473

<sup>50</sup> Abu Mujaddidul, *Memahami Aurat dan Wanita*, Perpustakaan Nasional: Lumbung Insani, 2011, h. 49



Adapun tujuan diperintahkannya berjilbab adalah:

1. Supaya mereka lebih dikenal sebagai wanita baik-baik, merdeka, dan telah berkeluarga.
2. Supaya mereka tidak diganggu, tidak disakiti dan diperlakukan tidak senonoh oleh laki-laki.
3. Untuk membendung terjadinya perbuatan yang diharamkan.

Perintah berjilbab itu disampaikan kepada, seluruh kaum wanita, muslimah, apakah ia yang tergolong bangsawan ataupun rakyat jelata, cantik atau jelek, kaya atau miakin. Wanita muslimah yang sudah cukup umur (baligh) berkewajiban untuk berjilbab<sup>53</sup>.

Dengan demikian, disyariatkannya berjilbab dalam Islam berfungsi

<sup>52</sup> Abu Mujadiddul, *Op. Cii*, hlm.49

<sup>53</sup> *Ibid.*, h. 50.

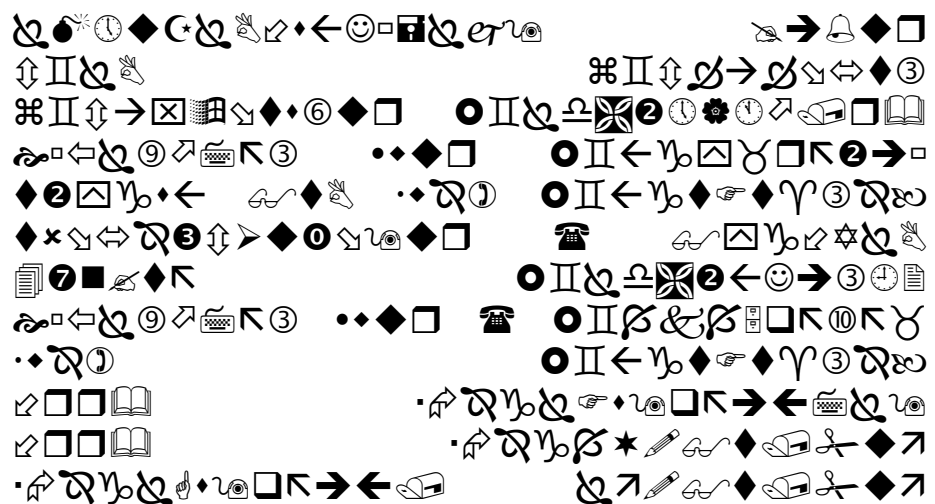
sebagai penutup aurat. Dengan kata lain seorang wanita muslimah yang berjilbab, memakai busana muslim berarti dia telah menutup auratnya dengan sempurna dan menjaga kehormatannya<sup>54</sup>.

### 3. Syarat-Syarat Jilbab Dalam Islam

Kriteria jilbab bukanlah berdasarkan kepantasan. Mode yang lagi trend, tetapi kriteria jilbab telah diatur dan dirancang dalam Islam. Islam telah memberikan rancangan dan desain atau persyaratan terhadap pakaian yang dipakai wanita muslimah. Adapun beberapa syarat-syarat jilbab adalah sebagai berikut<sup>55</sup>:

#### 1. Menutup seluruh anggota badan selain yang diperkecualikan

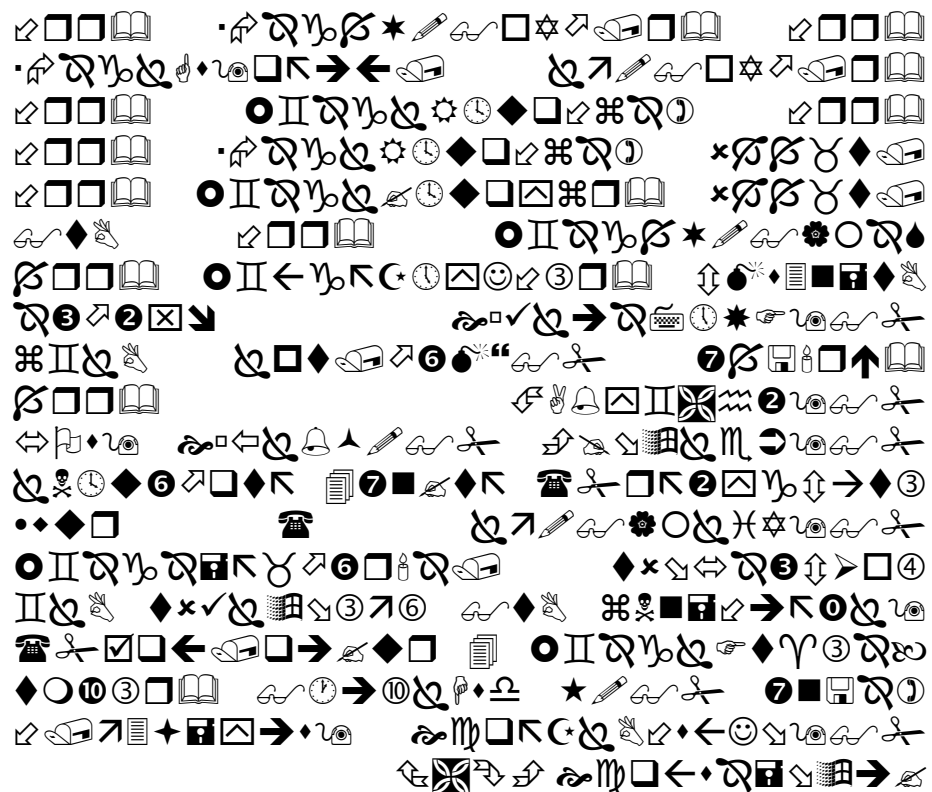
Dalam hal ini kriteria jilbab yang diwajibkan menurut Al-Qur'an adalah menutup seluruh badan kecuali wajah dan telapak tangan<sup>56</sup>. Sesuai dengan firman Allah SWT dalam Surat An-Nur ayat 31:



<sup>54</sup> Ibid, h. 51

<sup>55</sup> Muhammad Nashiruddin al-Albant *Makin Cantik Dengan Busana Muslimah*, (Solo: As-Salam Publishing, 2011), h. 59

<sup>56</sup> Ibid, h. 62



“Katakanlah kepada wanita yang beriman: “Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau Saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinyua agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung ”<sup>57</sup>.

## 2. Tidak dimaksudkan untuk berhias diri

Jika busana (jilbab) sudah berubah fungsi menjadi hiasan, maka ia tidak boleh dipakai dan tidak dapat dinamakan jilbab, karena jilbab

<sup>57</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 282

adalah busana yang menutupi perhiasan (aurat) dari pandangan orang lain. Dalam Al-Qur'an Surat Al-ahzab ayat 33 telah dijelaskan:



“Dan hendaklah kamu tetap di rumahmu dan janganlah kamu berhias dan bertingkah laku seperti orang-orang Jahiliyah yang dahulu dan Dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan taatilah Allah dan Rasul-Nya. Sesungguhnya Allah bermaksud hendak menghilangkan dosa dari kamu, Hai ahlul bait dan membersihkan kamu sebersih-bersihnya ” <sup>58</sup>.

### 3. Tebal, tidak tipis

Menutup aurat tidak sah kecuali dengan kain yang tebal. Kain tipis hanya akan menambah daya tarik wanita dan semakin mudah memperlihatkan perhiasannya. Dalam hal ini Rasulullah SAW bersabda :  
 “akan ada generasi belakangan umatku, kaum wanita yang berpakaian tapi hakikatnya telanjang. Di atas kepala mereka seperti ada punduk unta. Laknatlah mereka, karena mereka itu pantas dilaknat!”

Yang dimaksud oleh Nabi SAW adalah wanita yang mengenakan pakaian tipis, yang dapat menggambarkan lekuk liku tubuh, tidak menutupi dan menyembunyikan bentuk tubuhnya dengan

<sup>58</sup> Ibid, h. 337

sempurna. Mereka itu tampaknya berpakaian, tapi hakikatnya telanjang<sup>59</sup>.

4. Tidak berbau apek tapi juga tidak beraroma wangi

Jilbab diyaratkan tidak diberi parfum atau wewangian, berdasarkan banyak hadits yang melarang wanita memakai wewangian ketika keluar rumah. Dari Abu Musa Al Asy' ary bahwanya ia berkata, Rasulullah shallallahu'alaihi wa sallam bersabda:

أَيُّمَا امْرَأَةٍ اسْتَعْطَرَّتْ فَمَرَّتْ عَلَى قَوْمٍ لِيَجِدُوا مِنْ رِيحِهَا فَهِيَ زَانِيَةٌ

*"Seorang perempuan yang mengenakan wewangian talu melalui sekumpulan laki-laki agar mereka mencium bau harum yang dia pakai maka perempuan tersebut adalah seorang pelacur. " (HR. An Nasa ' i, Abu Daud, Tirmidzi dan Ahmad. Syaikh Al Alberni dalam Shohihul Jami' No. 323 mengatakan bahwa hadits ini shohin")<sup>60</sup>.*

5. Bukan merupakan pakaian kemasyhuran atau popularitas

Jilbab wanita muslimah disyaratkan bukan merupakan pakaian popularitas. Ini berdasarkan hadits ibn umar yang berkata, Rasulullah SAW bersabda :

مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبَ مَذَلَّةٍ ثُمَّ ثُلْهَبَ فِيهِ النَّارُ

*"Barangsiapa memakai pakaian syuhroh, Allah akan memakaikan padanya pakaian kehinaan pada hari kiamat, kemudian dia dibakar padanya di dalam neraka. (HR. Abu Dawud, no: 4030; Ibnu Majah)<sup>61</sup>.*

Ibnnu Atsir berkata: "Yang dimaksudkan adalah bahwa

---

<sup>59</sup> Ibid, h. 166

<sup>60</sup> Ibid, h. 180

<sup>61</sup> Ibid, h. 278



pakaiannya menjadi terkenal dikalangan orang banyak, karna warnanya berbeda dengan warna-warna pakaian mereka, sehingga orang-orang mengangkat pandangan mereka kepadanya, dan dia berlagak dengan kebanggaan dan kesombongan" . (Dinukil dari *Jilbab Mar'atil Muslimah*, hal:213)

## C. Hijab

### 1. Pengertian Hijab

Hijab secara bahasa berarti melindungi, menutupi, menghalangi, menahan atau menabiri<sup>62</sup>. Sedangkan menurut istilah adalah sesuatu yang menutupi atau menabiri sesuatu dengan yang lain.

Sedangkan hijab menurut istilah (terminology) yang digunakan ulama adalah penutup dan semua yang ditutupinya yang sering dipakai seseorang untuk melindungi dan memelihara (anggota yang ditutupinya) dari pandangan dan ucapan orang lain<sup>63</sup>.

Sementara menurut Abdul Halim Abu Syuqqah, hijab berarti penghalang antara laki-laki dan wanita untuk saling melihat. Oleh para ulama makna tersebut tidak berlaku apa adanya, dalam arti antara laki-laki dan wanita selamanya tidak boleh saling melihat tetapi dibatasi pada bagian tertentu dari anggota tubuh nya saja yang boleh dilihat<sup>64</sup>.

Sedangkan hijab menurut syari'at adalah menutupi pesona wanita

---

<sup>62</sup> Luis Ma'lufj *Al-Munjid fi al-Lughah wa al-A'fam*, (Beirut: Maktabah Asysyariyah, 1992), Cet. XXXIX, h.118

<sup>63</sup> Atabaik Ali dkk, *Kamus Kotemporer Arab-Indonesia*, (Ponpes Krapiyak Yogyakarta: Yayasan Ali Maksum, tt), h. 739

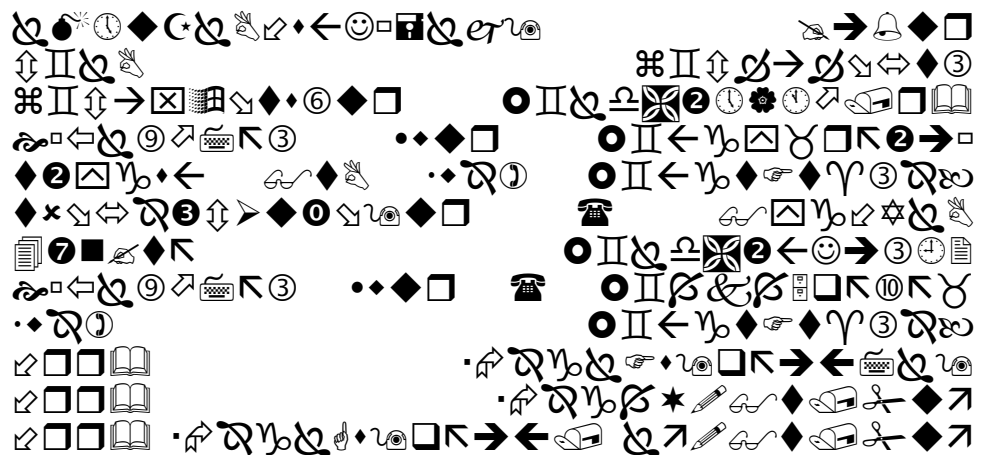
<sup>64</sup> Halim Abu syuqqah, *Tahrir al-Mar-ah*, pener : Chairul Halim, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), Cet Ke-1, h. 85-86

dan tidak menampakkannya dihadapan pria, terutama daerah-daerah yang mengandung syahwat dan naluri seksual, sehingga hijab menjadi pencegah bangkitnya syahwat yang tersembunyi pada pria, dan menjadi hambatan untuk memuaskan syahwat tersebut melalui cara-cara yang tidak sah.

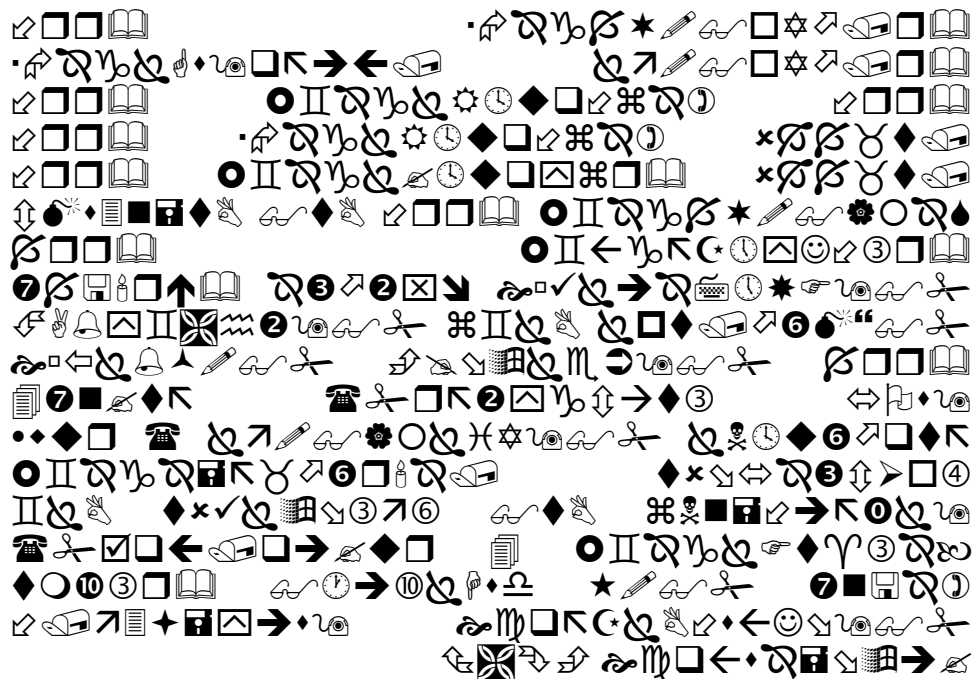
Hijab menurut syara' sebagaimana yang diungkapkan oleh Abdullah bin shalih al-fauzan<sup>65</sup> adalah penutup seluruh tubuh wanita yang wajib untuk ditutup, seperti wajah, kedua telapak tangan, dan tempat dipakainya perhiasan seperti celak, pewarna, gelang, kalung dan lainnya. Apabila perhiasan tersebut terlihat maka akan terlihat pula tempat dimana perhiasan itu diletakkan atau dipakai. Oleh karena itu menutup seluruh tubuh dan menyembunyikan perhiasan-perhiasan tersebut sangat bermanfaat bagi pergaulan wanita-wanita muslimah.

## 2. Dasar Hukum Hijab

Menggunakan hijab adalah suatu perintah oleh Allah SWT kepada wanita-wanita yang beriman Finnan Allah SWT dalam Surat An-Nur ayat 31:



<sup>65</sup> Abdullah bin Shalih al-fauzan, *Perhiasan Identitas Muslimah*, edisi Indonesia, (Jakarta: PT Cendekia Sentry Mulim, 2003), Cet Ke-1, h. 205



“Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak dari padanya. dan hendaklah mereka menutupkan kain kudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau Saudara-saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka, atau putera-putera saudara perempuan mereka, atau wanita-wanita islam, atau budak- budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak mempunyai keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan. dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, Hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung ”

66

Dari ayat tersebut ada beberapa pengarahannya yang berlaku untuk laki-laki yaitu menundukkan pandangan dan menjaga kemaluan, sedangkan yang lainnya dikhususkan untuk wanita.

Firman Allah SWT “dan janganlah mereka menampakkan

<sup>66</sup> Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahannya*, (Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2009), Cet. Ke-3, h. 282

perhiasannya, kecuali yang biasa tampak dari padanya" adalah wajah dan dua telapak tangannya, maka kedua perhiasannya itu boleh dilihat oleh lelaki lain, jilca tidak dikhawatirkan adanya fitnah. Akan tetapi menurut pendapat lain hal itu diharamkan secara mutlak, sebab merupakan sumber terjadinya fitnah<sup>67</sup>.

Pendapat yang kedua ini lebih kuat demi untuk menutup pintu fitnah firman Allah SWT hendaklah mereka menutupkan kain kerudung ke dadanya". Yaitu hendaknya mereka menutupi kepala, leher dan dada mereka dengan kerudung atau jilbabnya, karena Allah SWT melarang menampakkan keindahan rupa dengan jalan -menyuruh agar menutupnya dengan kerudung.

Menurut Ibnu Athyah maksud surat An-Nur ayat 31 yaitu perempuan diperintahkan agar tidak menampakkan sedikit pun perhiasan dari anggota badannya serta berusaha sungguh-sungguh menutup setiap yang diaebut zinah, sedangkan pengecualiannya yakni apa yang biasa terlihat, dalam hal ini wajah dalam keadaan darurat tidak mengapa<sup>68</sup>.

Dasar hukum hijab yang lain sebagaimana yang diungkapkan oleh Allah SWT dalam surat Al-Ahzab ayat 53 Ayat ini dikenal dengan ayat hijab, karena ayat inilah yang pertama diturunkan mengenai urusan hijab sehingga Nabi SAW menghijabbi istri-istrinya dengan kaum muslimin. Pernyataan beberapa, ayat Al-Quran diatas juga menggambarkan tentang

---

<sup>67</sup> Iyyat Khudafi Al-Miari, *Tafsir Wanita*, (Jakarta: Pustaka Group, 2009), h. 197

<sup>68</sup> H. Muamal Hamidi, *Terjemahan Tafsir Ayat Ahkam Ash-Shobuni*, (Surabaya: PT. Bina 11mu, 1992) Juz Ke-2, h. 249

pengakuan yang khusus tentang hijab. Sehingga ayat ini menyamakan seruannya terhadap wanita-wanita mukmin (dan istri-istri Nabi) dengan lafaz yang jelas. Ayat itu menuntut wanita mukmin jika pergi dari rumah untuk keperluan yang mengharuskan keluar hendaklah mereka menutupi wajah dan perhiasan mereka. Adapun alasan ayat ini mengisyaratkan kepada masyarakat Islam di masa itu bahwa masyarakat tersebut belum cukup sempurna kebersihan dan kesuciannya karena masih terdapatnya sejumlah orang-orang munafik dan musyrik yang belum masuk Islam<sup>69</sup>.

### **3. Kriteria Hijab**

Menggunakan Hijab karena mengikuti aturan-aturan syari'at dan mengharapkan ridha Allah SWT sehingga takut melepaskannya bukan karena makhluk yaitu dengan selalu memperhatikan ketentuan-ketentuan berhijab, di antaranya<sup>70</sup>:

- a. Hijab itu longgar, sehingga tidak menampakkan lekuk-lekuk tubuh.
- b. Tebal, sehingga tidak kelihatan sedikit pun bagian tubuhnya
- c. Tidak memakai wangi-wangian
- d. Tidak meniru mode pakaian wanita-wanita kafir, sehingga wanita-wanita Muslimah memiliki identitas pakaian yang dikenal.
- e. Tidak memilih warna kain yang kontras (menyala), sehingga menjadi pusat perhatian orang.
- f. Hendaknya menutupi seluruh tubuh, selain wajah dan kedua telapak

---

<sup>69</sup> Abu Bakar Jabir al-Jazaairi, *Keputusan terakhir tentang Wanita dan Hijab*, (Bandung: Gema Risalah Press, 1999), Cet Ke-2, h.43

<sup>70</sup> Syaikh Abdul Hamid al-Bilali, *Saudariku Apa yang menghalangimu Berhijab* (Jakarta: Darin Haq, 2011), Cet Ke-14, h. 59

tangan, menurut suatu pendapat, atau menutupi seluruh tubuh dan yang tampak hanya mata, menurut pendapat yang lain.

- g. Hendaknya tidak menyerupai pakaian laki-laki, sebab hal tersebut dilarang oleh syara.
- h. Tidak memakai pakaian yang sedang menjadi mode dengan tujuan pamer sehingga ia terjerumus kepada sifat membanggakan diri yang dilarang agama.