

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumsi

1. Definisi Perilaku Konsumsi

Menurut Gregory Mankiw, yang dikutip oleh Dian Ariani pengertian konsumsi adalah pembelanjaan barang dan jasa oleh rumah tangga.¹ Yang di maksud barang adalah barang rumah tangga yang sifatnya tahan lama meliputi, perlengkapan, kendaraan, dan barang yang tidak tahan lama, contohnya makanan dan pakaian. Pembelanjaan jasa yang di maksud adalah barang yang tidak berwujud kongkrit, contohnya pendidikan.

Menurut Don Slater yang di kutip oleh Damsar bahwa, konsumsi adalah bagaimana manusia dan aktor sosial dengan kebutuhan yang dimilikinya berhubungan dengan sesuatu (dalam hal ini material, barang simbolik, jasa atau pengalaman) yang dapat memuaskan mereka.²

Sedangkan menurut Chaney yang di kutip oleh Meltri mengatakan bahwa konsumsi adalah seluruh tipe aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenal mereka, selain apa yang mungkin mereka lakukan untuk hidup. Chaney menambahkan gagasan, bahwa konsumsi telah menjadi fokus utama

¹ Dian Ariani, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumsi di Kabupaten Nagan Raya", *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia* vol 1, No.1, Mei 2014), hal 3.

² Damsar, *Pengantar Sosiologi Ekonomi*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2016), hal. 113

kehidupan sosial dan nilai-nilai kultural mendasari gagasan dari budaya konsumen.³

Dari beberapa definisi yang diungkapkan para tokoh tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan manfaat suatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusiawi secara langsung. Namun, terkadang ada beberapa macam barang seperti mesin-mesin maupun bahan mentah yang dipergunakan untuk menghasilkan barang lain biasanya disebut dengan konsumsi produktif. Sedangkan konsumsi yang langsung dapat memuaskan kebutuhan disebut konsumsi akhir.

Secara esensial konsumsi dianggap sebagai maksud serta tujuan dari produksi, atau dengan kata lain produksi merupakan alat bagi konsumsi. Melalui kenyataan tersebut dapatlah diambil semacam pemahaman bahwa produksi itu diperlukan selama masih adanya konsumsi. Misalnya konsumsi itu berhenti sama sekali, dalam arti bila masyarakat tidak memerlukan konsumsi lagi maka produksi pun tidak diperlukan lagi. Akan tetapi logika ini tidak dapat berlaku sebaliknya, yakni tidak dapat dikatakan bahwa jika produksi berhenti maka konsumsi pun harus berhenti pula.⁴

³ Meltri Hutahean, "Konsep Konsumsi, Konsumen, Konsumtif, Konsumerisme" dalam <http://Meltri-elia.blogspot.com/2011/10/konsep-konsumsi.html>. diakses pada tanggal 30 juli 2019

⁴ Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi: Pendekatan Kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2006), hal. 163

Mengacu dari pada itu, tentunya bila ada aktifitas konsumsi maka pasti ada pelaku yang melakukan aktifitas tersebut, sehingga apabila dimaknai secara umum setiap orang yang melakukan aktivitas konsumsi itulah yang dinamakan dengan konsumen.

Dalam pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dijelaskan bahwa konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.⁵

Menurut Kotler, yang di kutip oleh Ade konsumen didefinisikan *Consumers are individuals and household for personal use, producers are individual and organizations buying for the purpose of producing* (konsumen adalah individu dan kaum rumah tangga untuk tujuan penggunaan personal, sedangkan produsen adalah individu atau organisasi yang melakukan pembelian untuk tujuan produksi).⁶

Setelah kita pahami pengertian konsumsi dan konsumen, maka kita dapat beranjak dari sini untuk mengacu pada pemahaman tentang perilaku konsumen yang dalam bahasa Inggris disebut dengan *consumer behavior*. Perilaku konsumen merupakan tindakan-tindakan konsumen yang langsung

⁵ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, (Jakarta: Visimedia, 2007), hal. 3

⁶ Ade Maman Suherman, *Aspek Hukum dalam Ekonomi Global*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hal. 99

melekat dalam proses mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk barang atau jasa, termasuk proses-proses yang mendahului dan menyusul tindakan ini.

Sedangkan menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan sebagai kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan menentukan kegiatan-kegiatan tertentu.⁷

Menurut James F. Engel, mengartikan bahwa:

Perilaku konsumen adalah tindakan–tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomi termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.⁸

Menurut Schiffman dan Kanuk yang di kutip oleh Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuatan keputusan baik individu, Kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengonsumsinya.⁹

⁷ Swastha dan Handoko, *Analiis Perilaku Konumen Terhadap produk Tabungan Perbankan*, (Solo: PT Aksara Solopos, 2000), hal. 10

⁸ James F. Engel, et. al, *Perilaku Konsumen (Judul Asli Consumer Behavior)*, terj. F.X Budiyanto, (Jakarta: Bina Rupa Aksara, 1994), hal. 3

⁹ Ristiyanti Prasetijo dan John J.O.I Lhalauw, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2004), hal. 9

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen yaitu tindakan-tindakan dan hubungan sosial yang dilakukan oleh konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan-tindakan tersebut.

2. Teori Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Konvensional

Perilaku konsumen merupakan suatu konsep tindakan yang mempelajari bagaimana individu, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan produk (barang atau jasa) yang dapat memberikan kepuasan, kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa.¹⁰

Dari definisi tersebut diatas, maka jelas bahwa perilaku konsumen tidak hanya mengamati yang tampak jelas dan mudah diamati, yang merupakan salah satu bagian dari proses pengambilan keputusan, tapi juga menyangkut kegiatan yang sulit dan tidak dapat diamati, yang selalu menyertai pembelian, penggunaan, proses pengalihan atas barang dan jasa. Kegiatan saat pembelian yang dilakukan konsumen dan proses

¹⁰ James F. Engel, et. al, *Perilaku Konsumen...*, hal.4

pengambilan keputusan yang menyertai pembelian merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan dalam menganalisis perilaku konsumen.

Menurut Keynes yang di kutip oleh N. Gregory Mankiw, bahwasannya pada tahun 1930-an membuat tiga asumsi tentang teori konsumsi, yaitu:

- a. Kecenderungan mengkonsumsi marginal (*marginal propensity to consume*) ialah jumlah yang dikonsumsi dalam setiap tambahan pendapatan adalah antara nol dan satu.
- b. Keynes menyatakan bahwa kecenderungan mengkonsumsi rata-rata (*average propensity to consume*), turun ketika pendapatan naik.
- c. Keynes berpendapat bahwa pendapatan merupakan determinan konsumsi yang penting dan tingkat bunga tidak memiliki peranan penting.¹¹

Sehingga secara garis besar teori konsumsi Keynes menyatakan bahwa, (besar-kecil) konsumsi masyarakat sangat dipengaruhi oleh besarnya pendapatan. Sedangkan unsur tabungan tidak terlalu berdampak terhadap perubahan jumlah barang dan jasa yang dikonsumsi masyarakat.

Teori perilaku konsumen dalam system kapitalis sudah melampaui dua tahap. Teori pertama berkaitan dengan teori marginalis, yang berdasarkan teori tersebut pemanfaatan konsumen secara tegas dapat diukur

¹¹ N. Gregory Mankiw, *Teori Makro Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hal.425-426

dalam satuan satuan pokok. Konsumen mencapai keseimbangannya ketika dia memaksimalkan pemanfaatannya sesuai dengan keterbatasan penghasilan, yakni: ketika rasio-rasio pemanfaatan-pemanfaatan marginal dari berbagai komoditas sama dengan rasio-rasio harga-harga uangnya masing-masing. Tahap kedua yang lebih modern mengatur kemungkinan diukurnya dan koordinalitas pemanfaatan itu. Namun berbagai kondisi yang sekarang menjadi kesamaan antara tarif marginal substitusinya, yakni garis miring dari kurva tetap dan rasio-rasio harga uang, yakni garis miring dari keterbatasan penghasilan itu.

Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar *utilitarianisme* yang secara umum tidak seorangpun dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingan dirinya kecuali orang itu sendiri. Dengan demikian kebebasan terhadap individu, baik oleh individu lain maupun oleh penguasa, adalah kejahatan dan harus ada alasan kuat untuk melakukannya.¹²

Menurut Mill yang di kutip oleh Mustafa, berpendapat bahwa setiap orang di dalam masyarakat harus bebas untuk mengejar kepentingannya dengan cara yang dipilihnya sendiri, namun kebebasan seseorang untuk

¹² Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Edisi 1, Cet. 1*, (Jakarta: Fajar Interpratama Offset, 2006), hal.57

bertindak dibatasi oleh kebebasan orang lain artinya kebebasan untuk bertindak itu tidak boleh mendatangkan kerugian bagi orang lain.¹³

Beberapa prinsip dasar dalam perilaku konsumen sebagai berikut:

- a. Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan. Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan, agar pengeluaran tetap berada pada anggaran yang telah ditetapkan.
- b. Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat. Jika dua barang memberi manfaat yang sama, konsumen akan memilih yang biayanya lebih kecil, bila untuk memperoleh dua jenis barang dibutuhkan biaya yang sama, maka konsumen akan memilih barang yang memberi manfaat lebih besar.
- c. Tidak semua konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat. Saat membeli barang, bisa jadi manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.
- d. Setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara.
- e. Konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*The Law of Diminishing Marginal Utility*). Semakin banyak jumlah barang dikonsumsi, semakin kecil tambahan kepuasan yang dihasilkan.¹⁴

¹³ *Ibid*, hal.57

¹⁴ *Ibid*, hal. 58

Asumsi sentral dalam teori ekonomi mikro neoklasik adalah manusia berperilaku secara rasional. Asumsi ini diperlukan agar dapat dibangun teori yang memiliki daya prediksi terhadap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya, dihadapkan dengan keterbatasan sumber daya yang dimilikinya. Rasionalitas menjadi dasar dari semua model dalam teori ekonomi modern yang berkembang saat ini, dan diyakini sistem kapitalisme tidak dapat hidup tanpanya. Meskipun dalam realitas manusia sering kali tidak bertindak rasional, padahal teori ekonomi memperlakukan manusia sebagai orang yang senantiasa rasional. Dengan demikian, perbedaan rasionalitas dalam teori ekonomi rasionalitas dalam kenyataan seringkali kabur.¹⁵

Dalam teori konsumsi ekonomi konvensional dua nilai dasar (*fundamental values*) tersebut adalah *rasionalisme* dan *utilitarianisme*. Rasionalisme ini mengandung pengertian bahwa setiap konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai *homo economicus*. Dengan kata lain konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), rasionalisme ini juga dapat diartikan sebagai perjuangan untuk kepentingan diri sendiri yang senantiasa diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

¹⁵ M C Kenzie dan Richard B, *The limit of Economic Scienci*, (Kluwer: Nijhoft Publishing, 1983), hal.43

Perilaku konsumen dinyatakan dengan fungsi *utilitas*. Seorang konsumen dikatakan rasional, apabila berusaha memaksimumkan fungsi *utilitasnya* yang ditentukan oleh banyaknya barang tahan lama yang dikuasai pada tingkat pendapatan tertentu, inilah yang disebut dengan fungsi tujuan konsumen rasional.

Dalam paradigma konvensional, seorang yang rasional akan mencapai utilitas maksimum, juga memberikan kepuasan (*satisfaction*) yang maksimum. Konsep utilitas dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*), atau menguntungkan (*advantage*).¹⁶

Utilitas melekat dalam produk-produk tersebut yang mencerminkan kemampuan kualitas untuk memberikan kepuasan total kepada konsumen yang mengkonsumsi produk itu. Dengan demikian sumber dan penyebab dari *utilitas* adalah kualitas dalam arti luas yang dapat bersifat obyektif maupun subyektif, tergantung pada pandangan konsumsi itu sendiri. Kualitas produk berfokus pada kepuasan konsumen terukur dari keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

¹⁶ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998), hal.127

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi konsumen adalah:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan langsung oleh konsumen ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produksi.
- b. Pengalaman terdahulu, ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menginformasikan kualitas produk yang akan dibeli oleh konsumen itu.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, hal ini akan memperoleh persepsi konsumen.¹⁷

Pada umumnya konsumen menginginkan produk yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah dan lebih baik. Dalam hal ini terdapat tiga dimensi yang perlu diperhatikan, yaitu dimensi waktu, biaya dan dimensi kualitas. Karakteristik lebih cepat, berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau kenyamanan untuk memperoleh produk itu. Karakteristik lebih murah berkaitan dengan dimensi kualitas produk yang paling sulit untuk digambarkan secara

¹⁷ Vincent Gaspers, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utara, 1999), hal.118

cepat.¹⁸ Interaksi perilaku dan idelaisme konsumen tersebut selalu menjadi harapan setiap pelaku konsumen, sebab mereka selalu ingin memperoleh kepuasan dan kenyamanan, maka dengan sendirinya tujuan dapat tercapai secara maksimal.

Batasan konsumsi konvensional hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain sepanjang masyarakat memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan.¹⁹

3. Teori Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Islam

Dalam menjelaskan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan *maslahah* maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas islami bahwa setiap pelaku ekonomi ingin meningkatkan *maslahah* yang diperolehnya. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan

¹⁸ *Ibid*, hal. 119

¹⁹ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam...*, hal.128

konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik, psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syari'at Islam.

Adapun yang mempengaruhi perilaku konsumen adalah:

- a. Pengaruh kebudayaan yang mencakup kultur, subkultur, dan kelas sosial.
- b. Pengaruh sosial yang mencakup kultur rujukan (kelompok rujukan), keluarga, peran dan status sosial.
- c. Pengaruh personal yang mencakup usia, tahap daur hidup, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
- d. Pengaruh psikologi yang mencakup motivasi, persepsi, *leaning*, kepercayaan dan sikap.²⁰

Rasional atau tidaknya seorang konsumen dalam melakukan tindakan konsumsi sangat dipengaruhi oleh:

- a. Tingkat pendidikan.

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka cenderung semakin rasional pilihan yang dibuat orang tersebut. Sebaliknya, bila orang tersebut memiliki pendidikan yang rendah, maka seringkali pengambilan keputusan dalam membeli barang tidak rasional.

²⁰ James F. Engel, et. al, *Perilaku...*, hal.69

b. Tingkat kedewasaan.

Semakin dewasa seseorang, maka orang tersebut cenderung semakin bijaksana dalam bertindak.

c. Kematangan emosional.

Orang yang mampu mengendalikan diri tidak tergesa-gesa dalam mengambil keputusan, dapat berfikir secara jernih, dan teliti dalam memilih, sehingga cenderung lebih rasional dalam mengambil keputusan pembelian.

Dari uraian di atas, dapat dikatakan bahwa perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi dilihat dari segi rasional (akal sehat) dan tindakan (*irasional*). Adapun dalam melakukan tindakan konsumsi adalah dipandang dari segi tingkat pendidikan, kedewasaan dan kematangan emosional. Selain itu seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan yaitu:

- a. Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Terselenggaranya keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah SWT.
- b. Dalam konsep Islam kebutuhan yang membentuk perilaku konsumsi seorang muslim. Di mana batas-batas fisik merefleksikan perilaku yang digunakan seorang muslim untuk melakukan aktifitas konsumsi, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata. Keadaan ini menghindari perilaku hidup yang berlebih-lebihan, sehingga stabilitas ekonomi dapat

terjaga konsistensinya dalam jangka panjang. Sebab, perilaku konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari dari pengaruh perilaku konsumsi yang tidak perlu.

- c. Dalam berkonsumsi seorang muslim harus menyadari bahwa ia menjadi bagian dari masyarakat. Maka, dalam berkonsumsi dituntut untuk saling menghargai dan menghormati keberadaan sesamanya. Bila keadaan menjadi kesadaran bersama maka akan terbangun kehidupan yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial.²¹

Tujuan perilaku konsumsi dalam Islam bukan sekedar mendapatkan persoalan personal dan material melainkan *masalahah*. *Maslahah* merupakan kepuasan yang tidak saja di rasakan oleh pelaku konsumsinya tetapi juga di rasakan oleh sekelompok masyarakat. Dalam *masalahah* ini juga terkandung kepuasan tidak saja bersifat material ataupun sosial tetapi juga spiritual. Tidak juga sekedar bersifat duniawi tetapi juga ukhrowi.²² Ini karena konsumen muslim percaya bahwa kehidupan tidak saja berlangsung di dunia saja tetapi juga di akhirat.

Dalam konteks ini, konsep *masalahah* sangat tepat untuk diterapkan. Sebagaimana yang dikutip oleh Karim, menurut Al-Syatibi kemaslahatan diartikan sebagai segala sesuatu yang menyangkut rezeki, pemenuhan

²¹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004) Hal. 167-168

²² Hendri Anto, *Pengantar Ekonomi Mikro Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), hal 124

penghidupan manusia, perolehan apa-apa yang dituntut oleh kualitas emosional dan intelektual, serta kepemilikan barang atau jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini untuk memperoleh kemenangan akhirat. Al-Syatibi pun membedakan *masalah* menjadi tiga, yaitu: kebutuhan (*daruriyah*), pelengkap (*hajiyah*), dan perbaikan (*tahsiniyah*).²³

Rumusan kebutuhan konsumen dalam Islam terdiri dari tiga jenjang yaitu:

a. Kebutuhan *Dharuriyat*

Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang bersifat mendasar yang pemenuhannya adalah wajib (sesuai dengan kemampuan), dan juga bersifat segera. Jika kebutuhan ini di abaikan, maka akan membahayakan eksistensi manusia dalam menjalani kehidupannya. Kebutuhan ini meliputi agama (*din*), jiwa (*nafs*), pendidikan (*'aql*), keturunan (*nasl*), dan harta (*mal*).

Pemeliharaan kelima unsur tersebut di atas dapat dilakukan dengan cara menjaga eksistensinya itu dalam kehidupan manusia dan melindunginya dari berbagai hal yang merusak. Sebagai contoh, penunaian rukun Islam sebagai bentuk pemeliharaan eksistensi agama,

²³ Adiwarmanto A. Karim, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 320

pelaksanaan kehidupan manusiawi merupakan wujud pemeliharaan eksistensi jiwa, serta larangan mencuri sebagai bentuk perlindungan terhadap eksistensi harta.

b. *Kebutuhan Hajiyyat*

Kebutuhan *hajiyyat* adalah suatu yang di perlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang, dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan kehidupan. Merupakan kebutuhan sekunder yang bersifat melengkapi kebutuhan dasar. Pemenuhan akan barang/jasa ini akan meningkat efisiensi, efektifitas dan nilai tambah bagi eksistensi manusia tersebut. Namun jika kebutuhan ini tidak terpenuhi, juga tidak akan mengganggu eksistensi manusia dalam kehidupannya. Artinya tingkat pemenuhannya tidak bersifat segera.

c. *Kebutuhan Tahsiniyyat*

Merupakan kebutuhan tersier yang bersifat kemewahan dan menimbulkan tingkat kepuasan. Namun jika kebutuhan ini tidak di penuhi maka tidak akan mengurangi efektifitas, efisiensi dari eksistensi manusia dalam kehidupannya. Yang di kategorikan dalam kebutuhan ini misalnya rumah yang mewah, kendaraan yang mewah ataupun pakaian yang mewah.

Menurut Fahim Khan yang di kutip oleh Muhammad, terdapat empat konfigurasi pilihan dalam konsumsi yang dihadapi oleh konsumen Muslim.

Pilihan pertama terdiri dari *duniawi* dan *ukhrawi* (belanja di jalan Allah), pilihan kedua terdiri dari konsumsi saat ini dan konsumsi akan datang, pilihan ketiga terdiri dari *dharuriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*, sedangkan pilihan yang keempat adalah barang *substitusi* (pengganti). Ekonomi konvensional hanya membatasi pada pilihan kedua juga keempat dan mengabaikan pilihan pertama juga ketiga, sedangkan konsumsi dalam Islam mencakup seluruh pilihan di atas.²⁴

Ada beberapa karakteristik konsumsi dalam perspektif ekonomi Islam, di antaranya adalah:²⁵

- a. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara'.
- b. Konsumen yang rasional senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Cara seperti ini dapat mengantarkannya pada keseimbangan hidup yang memang menuntut keseimbangan kerja dari seluruh potensi yang ada, mengingat, terdapat sisi lain di luar sisi ekonomi yang juga butuh untuk berkembang.

²⁴ Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-YOGYAKARTA, 2004), hal. 159

²⁵ Hendri Anto, *Pengantar...*, hal.125

- c. Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam.
- d. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *dharuriyat*, *hajiyyat*, dan *tahsiniyat*. *Dharuriyat* adalah komoditas yang mampu memenuhi kebutuhan paling mendasar konsumen muslim, yaitu, menjaga keberlangsungan agama, jiwa, keturunan, hak kepemilikan dan kekayaan, serta akal pikiran. Sedangkan *hajiyyat* adalah komoditas yang dapat menghilangkan kesulitan dan juga relatif berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, seperti luasnya tempat tinggal, baiknya kendaraan dan sebagainya. Sedangkan *tahsiniyat* adalah komoditi pelengkap yang dalam penggunaannya tidak boleh melebihi dua prioritas konsumsi diatas.²⁶

Menurut M. Abdul Manan yang di kutip oleh Idri bahwa, perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar, yaitu:

- a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai rezeki yang halal dan tidak di larang oleh syariah Islam. Artinya sesuatu yang di konsumsi itu di dapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam.

²⁶ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007), hal.62

Karena itu berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kedzaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum Islam.

Keadilan yang dimaksud dalam aktivitas konsumsi adalah mengonsumsi sesuatu yang halal, tidak haram, dan baik, tidak membahayakan tubuh. Barang yang haram dan membahayakan tubuh di larang oleh Islam, misalnya makanan babi dan bangkai serta minuman khamar yang di nilai sebagai barang najis dan membahayakan.²⁷ Sebagaimana firman Allah SWT dalam Surat Al-Baqarah ayat 173:

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُمَّ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ
بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya:

*“Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) di sebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.*²⁸ (Q.S al-Baqarah:173)

b. Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, sementara dalam arti luas adalah bebas dari segala sesuatu yang diberkahi Allah. Tentu saja benda

²⁷ Idri, *Hadis Ekonomi: Ekonomi dalam Perspektif Hadis...*, hal. 113

²⁸ Departemen Agama. RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 42

yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubadziran atau bahkan merusak.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur manusia agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak terlalu berlebih-lebihan. Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.²⁹

d. Prinsip Kemurahan Hati

Prinsip ini mempunyai dua makna yaitu kemurahan Allah kepada manusia yang telah memberikan rahmat dan nikmatnya melalui sifat Rahman dan Rohim-Nya dan sikap murah hati manusia dengan menafkahkan sebagian hartanya untuk orang lain. Disamping itu, Allah juga memerintahkan umat manusia agar bermurah hati dengan menyisihkan sebagian hartanya untuk membantu dan meringankan

²⁹ Eko Suprayitno, *Ekonomi Mikro Perspektif Islam...*, hal.110

beban sesama manusia yang sedang di uji oleh Allah dengan kekurangan harta.

Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya atau dosa ketika mengkonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Karena Islam adalah agama yang sangat mendukung nilai-nilai sosial, Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT, maka Allah akan memberikan anugerah-Nya bagi manusia. Sebagaimana Allah berfirman dalam al-Qur'an surat al-Maidah ayat 96:

أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَى عَا لَكُمْ وَلِلسِّيَارَةِ وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ الْبَرِّ
مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

Artinya:

*“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan di haramkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ikhram. Dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nya kamu akan di kumpulkan”.*³⁰ (Q.S al-Maidah:96)

e. Prinsip Moralitas

Selain hal-hal teknis di atas Islam juga memperhatikan pembangunan moralitas spiritual bagi manusia hal tersebut dapat di

³⁰ Departemen Agama. RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal. 178

gambarkan dengan perintah agama yang mengajarkan untuk senantiasa menyebut nama Allah dan bersyukur atas karunia-Nya, maka hal tersebut secara tidak langsung akan membawa dampak psikologis bagi pelakunya seperti anti makanan haram baik zat maupun cara mendapatkannya maupun ketenangan jiwa.

Pada akhirnya konsumsi seorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan.³¹ Sebagaimana Allah berfirman dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 219:

يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمِنَّا فَعٍ لِّلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ
مِن نَّفْعِهِمَا وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ آيَاتِهِ لَعَلَّكُمْ
تَتَفَكَّرُونَ

Atinya:

*“Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: “pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya”. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: “Yang lebih dari keperluan”. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir”.*³²

Perilaku konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Al-quran dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemenuhan kebutuhan disertai

³¹ M.A. Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), hal.44

³² Departemen Agama. RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya...*, hal.53

kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antar sesama. Ekonomi Islam bukan hanya berbicara tentang pemuasan materi yang bersifat fisik, tapi juga berbicara cukup luas tentang pemuasan materi yang bersifat abstrak, pemuasan yang lebih berkaitan dengan posisi manusia sebagai hamba Allah Swt.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual.³³

Yusuf Qardhawi menyatakan ada 3 norma dasar yang hendaknya menjadi landasan dalam perilaku konsumen muslim yaitu³⁴:

- a. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir

Harta diberikan Allah kepada manusia seharusnya digunakan untuk kemaslahatan manusia sendiri serta sebagai sarana beribadah kepada Allah.

- b. Tidak melakukan kemubadziran

Seorang muslim selalu dianjurkan agar tidak berlebihan dalam membelanjakan hartanya dan mengarahkan berbelanja untuk kebutuhan yang bermanfaat. Sikap ini dilandasi oleh keyakinan bahwa manusia

³³ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam...*, hal. 69

³⁴ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam...*, hal. 148

harus mempertanggungjawabkan harta di hadapan Allah. Islam mewajibkan setiap orang membelanjakan harta miliknya untuk memenuhi kebutuhan diri pribadi dan keluarganya serta menafkahnnya di jalan Allah. Dengan kata lain Islam adalah agama yang memerangi kekikiran dan kebakhilan.

c. Kesederhanaan

Sikap hidup yang sederhana sangat dianjurkan oleh Islam bahkan dalam kondisi krisis ekonomi terjadi. Dalam situasi ini sikap sederhana yang dilakukan untuk menjaga kemaslahatan masyarakat luas.

Islam memberikan batasan-batasan yang menjadi pengekan sekaligus pengendali seorang konsumen muslim. Adanya sedekah wajib (zakat) dan sunah, adanya larangan memakan babi, hewan yang di sembelih tidak atas nama Allah, minuman khamr, darah, berjudi, tidak berfoya-foya, dan sebagainya merupakan wujud bahwa tercapainya tingkat kepuasan dalam berkonsumsi tidak semata di tentukan oleh besar kecilnya anggaran.

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram saja tetapi termasuk pula yang diperhatikan adalah yang baik, cocok, bersih, tidak menjijikan, larangan *israf* dan larangan bermegah megahan. Karena Perhitungan antara pendapatan, konsumsi dan simpanan sebaiknya ditetapkan atas dasar keadilan sehingga tidak melampaui batas dengan terjebak pada sifat boros (*tabzir*) maupun kikir (*bakhil*), sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur'an surat ar-Rahman ayat 7-9:

وَالسَّمَاءَ رَفَعَهَا وَوَضَعَ الْمِيزَانَ * ٧ * أَلَّا تَطْغَوْا فِي الْمِيزَانِ * ٨ * وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ
وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ * ٩ *

Artinya:

*“Dan Allah telah meninggikan langit dan dia meletakkan neraca (keadilan). Supaya kamu jangan melampaui batas tentang neraca itu. Dan tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu”.*³⁵(Q.S ar-Rahman:7-9)

Adapun yang dimaksud dengan peneracaan adalah sesuatu yang berkaitan dengan keadilan. Jika dikaitkan dengan pengeluaran konsumsi maka maksud dan tujuan dari peneracaan adalah adanya keharusan untuk menjaga keseimbangan antara pendapatan dan konsumsi dalam periode tertentu.

Begitu pula batasan konsumsi dalam syari’ah tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja. Tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Pelarangan atau pengharaman konsumsi untuk suatu komoditi bukan tanpa sebab. Pengharaman untuk komoditi karena zatnya dikarenakan memiliki keterkaitan langsung yang dapat membahayakan terhadap fisik, moral maupun spiritual, serta keharaman yang disebabkan karena menggunakan cara yang bathil untuk mendapatkannya yang dapat membahayakan dirinya dan merugikan orang lain.

³⁵ Departemen Agama. RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya...*, hal. 335

Meskipun demikian ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut dapat mengangkat martabat manusia dan tidak melampaui batas kewajaran. Semua yang ada di bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan.

Salah satu ciri penting dalam Islam adalah tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan-kebiasaan masyarakat, tetapi juga menyajikan kerangka yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan yang diharapkan dan menghindari penyalahgunaannya. Ciri khas Islam ini juga memiliki daya aplikatif terhadap kasus orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabdzir*. Dalam hukum (fikih) Islam, orang semacam itu seharusnya diberi batasan-batasan tertentu, dan bila dianggap perlu, dibebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri. Dalam pandangan syari'at dia seharusnya diperlakukan sebagai orang yang tidak mampu dan seharusnya orang lain ditugaskan untuk mengurus hartanya selaku wakilnya.³⁶

³⁶ Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), hal.33

Etika Islam dalam hal konsumsi adalah sebagai berikut:

a. Tauhid (*unity* atau kesatuan)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum Allah (syariah). Karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang dicipta Allah untuk manusia.

b. Adil (*equilibrium* atau keadilan)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah. Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariat, sehingga disamping mendapat keuntungan material, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual.

c. *Free will* (kehendak bebas)

Alam semesta adalah milik Allah yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas mahluk-mahluknya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah.

d. Amanah (*responsibility* atau pertanggung jawaban)

Manusia adalah khalifah pengemban amanah Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melakukan tugas kekhalfahannya ini dan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah.

e. Halal

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menciptakan kemaslahatan untuk umat baik secara material maupun spiritual.

f. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (*israf*), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah -mewahan). Yaitu membuang-buang harta dan menghambur -hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata.³⁷

B. Santri

1. Pengertian Santri

Santri adalah peserta didik yang belajar atau menuntut ilmu di pondok pesantren.³⁸ Selama menimba ilmu di pesantren, ia juga akan di tanamkan

³⁷ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), Hal. 141-144

³⁸ Abd, Halim Shobar, *Kebijakan Pendidikan Islam dari Ordonansi Guru Sampai UU SISDIKNAS*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2013), hal.38

nilai-nilai yang akan membentuk karakter santri, nilai-nilai itu tercermin dalam panca jiwa yang di miliki semua santi yaitu: keiklasan, kesederhanaa, kemandirian, ukhuwah Islamiyah dan kebebasan. Dalam tradisi pesantren dapat di temukan dua macam status santri, yaitu santri mukim dan santri kalong.³⁹ Yang di maksud dengan santri mukim adalah murid-murid yang berasal dari daerah yang jauh dari arena itu memiliki kemungkinan yang tinggi untuk menetap di dalam kompleks pesantren. Biasanya santri mukim inilah yang akan tinggal di pesantren dalam waktu yang lama. Adapun yang di maksud dengan santri kalong adalah mereka yang berasal dari sekeliling pesantren, mereka ini memiliki rumah yang letaknya tidak jauh dari pesantren. Mereka mengaji di langgar maupun mushola pada malam hari, dan siang harinya mereka pulang kerumah. Untuk menjadi santri tidak di batasi oleh umur, setiap orang dapat menjadi seorang santri, mulai dari anak-anak, remaja, dewasa bahkan juga orang yang sudah tua dapat menjadi seorang santri. Asalkan seseorang memang tekun untuk mengaji dan berguru di pondok pesantren.

2. Sifat-Sifat Santri

Pada dasarnya seorang santri harus memiliki sifat-sifat yang akhlakul karimah, sifat-sifat⁴⁰ ini meliputi:

³⁹ Zamakhsyari Dhofier, *Tradisi Pesantren: Studi Tentang Pandangan Hidup Kyai*, (Jakarta: LP3ES, 1982), hal.51

⁴⁰ Ahmad Tafsir, *Ilmu Pendidikan Islam*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hal.303

- a. Memiliki kebijakan menurut ajaran Islam, seorang santri dididik agar mampu memahami makna hidup, keberadaan, peranan, serta tanggung jawabnya dalam kehidupan bermasyarakat.
- b. Memiliki kebebasan yang terpimpin, setiap santri memiliki kebebasan, tetapi kebebasan itu harus di batasi karena kebebasan memiliki potensi anarkisme. Keterbatasan (ketidak bebasan) mengandung kecenderungan mematikan kreativitas, karena itu pembatasan harus di batasi. Inilah yang di maksud dengan kebebasan yang terpimpin. Kebebasan yang seperti ini adalah watak ajaran islam. Manusia bebas menetapkan aturan hidup tetapi dalam berbagai hal manusia menerima saja aturan yang dating dari Tuhan.
- c. Berkemampuan mengatur diri sendiri, di pesantren santri mengatur sendiri kehidupan menurut batasan yang di ajarkan agama. Ada unsur kebebasan dan kemandirian disini. Bahkan masing-masing pesantren memiliki otonomi. Setiap pesantren mengatur kurikulum sendiri, mengatur kegiatan santrinya, tidak harus sama antara satu pesantren dengan pesantren lainnya. Pada umumnya masing-masing santri bangga dengan pesantrennya dan menghargai pesantren lain. Sejauh ini belum pernah terjadi perkelahian atau saling mengejek antar santri pondok pesantren yang berbeda, sebagaimana sering terjadi di antara sekolah-sekolah umum di kota. Kebanggaan santri terhadap pesantrennya masing-masing umumnya terletak pada kehebatan dan kealiman kiainya, kitab

yang di pelajari, kerukunan dalam bergaul, rasa senasib sepenanggungan, kedisiplinana, kerapian berorganisasi, dan kesederhanaan.

- d. Memiliki kebersamaan yang tinggi, dalam pesantren berlaku prinsip: dalam hal kewajiban, individu harus menunaikan kewajiban leih dahulu, sedangkan dalam hal hak, individu harus mendahulukan kepentingan diri sendiri. Kolektivisme ini di tanamkan antara lain melalui perbuatan tata tertib, baik tentang tata tertib belajar maupun kegiatan lainnya. Kolektivisme itu di permudahkan terbentuk oleh kesamaan dan keterbatasan fasilitas kehidupan.
- e. Menghormati orang tua dan guru, ini memang ajaran Islam. Tujuan ini di kenal antara lain melalui penegakan berbagai pranata di pesantren seperti mencium tangan guru, tidak membantah guru. Demikian juga terhadap orang tua. Nilai ini sepertinya sudah banyak terkikis di sekolah-sekolah umum.
- f. Cinta kepada ilmu, menurut Al-Qur'an ilmu (pengetahuan) datang dari Allah. Banyak hadits yang mengajarkan pentingnya menuntut ilmu dan menjaganya. Karena itu orang-orang pesantren cenderung memandang ilmu sebagai suatu yang suci dan tinggi.
- g. Mandiri, jika mengatur diri sendiri di sebut otonomi, maka mandiri dimaksud adalah berdiri sendiri atas kekuatan sendiri, sejak awal santri telah dilatih untuk mandiri. Mereka kebanyakan memasak sendiri, mencuci pakaian sendiri, membersihkan kamar dan pondoknya sendiri

dan lain-lain. Metode sorogan yang individual juga memberikan pendidikan kemandirian. Melalui metode ini santri maju sesuai dengan kecerdasan dan keuletan sendiri. Tidak di berikannya ijazah yang memiliki civil effect juga menanamkan pandangan pada santri bahwa mereka kelak secara ekonomi harus berusaha mandiri, tidak mengharap menjadi pegawai negeri.

- h. Kesederhanaan, dilihat secara lahiriyah kesederhanaan memang mirip dengan miskin. Padahal yang di maksud sederhana di pesantren adalah sikap hidup, yaitu sikap memandang sesuatu, terutama materi, secara wajar, proporsional, dan fungsional. Sebenarnya banyak santri yang berlatar belakang orang kaya, tetapi mereka terlatih hidup sederhana. Ternyata orang kaya tidak sulit menjalani kehidupan sederhana bila di latih seperti cara pesantren itu. Kesederhanaan itu sesungguhnya merupakan realisasi ajaran islam yang pada umumnya di ajarkan oleh para shufi, hidup cara shufi memang merupakan suatu yang khas pesantren umumnya.⁴¹
- i. Memiliki iman yang kuat, secara singkat kondisi menyeluruh kehidupan budaya di pesantren itulah yang berdaya menanamkan keimanan seorang santri. Pengaruh kiyai, baik pada peribadatan ritual maupun dalam perilakunya sehari-hari, penghormatan orang pada sang kiyai, tata letak

⁴¹ *Ibid*, hal.305

rumah ibadat, rayuan bacaan sholawat dan pujian menjelang subuh, sebagai upacara keagamaan, semua itu mempengaruhi secara mendalam hati orang dan bersamaan dengan itu iman masuk.

Iman bertempat di hati, bukan di kepala. Karena itu, penanaman iman bukan terutama penanaman konsep di kepala sebagaimana dilakukan oleh kebanyakan guru agama sekarang. Iman di tanamkan langsung kedalam hati. Penanaman ini di pesantren dilakukan lewat contoh terutama dari kehidupan kiyai, pembiasaan, peraturan kedisiplinan, ibadah serta pepujian yang ritual dan kondisi umum kehidupan pesantren itu sendiri.

C. Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Secara umum, pesantren diartikan sebagai tempat tinggal para santri. Istilah lain menyebutnya bahwa pesantren juga pada dasarnya adalah sebuah asrama pendidikan Islam tradisional, di mana para siswanya tinggal bersama dan belajar bersama di bawah bimbingan seseorang (lebih) yang lebih di kenal dengan sebutan “kyai”. Pesantren juga bisa di definisikan sebagai lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari.

Pondok pesantren menurut M. Arifin yang di kutip oleh Mujamil Qomar, pondok pesantren berarti suatu lembaga pendidikan agama Islam yang tumbuh serta di akui masyarakat sekitar, dengan sistem asrama (komplek) di mana santri-santri menerima pendidikan agama melalui system pengajian atau madrasah yang sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dari *leadership* seseorang atau beberapa orang kiyai dengan ciri khas karismatik serta independen dalam segala hal.⁴²

Sementara menurut A. Halim, dkk. yang di kutip oleh Kompri, pesantren ialah lembaga pendidikan Islam yang mengajarkan ilmu-ilmu keislaman, di pimpin oleh kiai sebagai pemangku / pemilik pondok pesantren dan di bantu oleh ustad/guru yang mengajarkan ilmu-ilmu keislaman kepada santri, melalui metode dan teknik yang khas.⁴³

Pesantren menurut Imam Zarkasyi yang di kutip oleh Amir, secara definitif mengartikan, pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam dengan sistem asrama atau pondok, di mana kyai sebagai figur sentralnya, masjid sebagai pusat kegiatan yang menjiwainya, dan pengajaran agama Islam dibawah bimbingan kyai yang diikuti santri sebagai kegiatan utamanya.⁴⁴

⁴² Mujamil Qomar, *Pesantren: dari Transformasi Metodologi Menuju Demokrasi Institusi*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal.2

⁴³ Kompri, *Manajemen dan Kepemimpinan Pondok Pesantren*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), hal.2

⁴⁴ Amir Hamzah Wirosukarto, et. al., *KH. Imam Zarkasyi dari Gontor Merintis Pesantren Modern*, (Ponorogo: Gontor Press, 1996), hal.5

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian pondok pesantren adalah suatu lembaga pendidikan dan keagamaan yang berusaha melestarikan, mengajarkan dan menyebarkan ajaran Islam serta melatih para santri untuk siap dan mampu mandiri. Atau dapat diambil pengertian dasarnya sebagai suatu tempat dimana para santri belajar pada seorang kyai untuk memperdalam atau memperoleh ilmu-ilmu agama yang diharapkan nantinya menjadi bekal bagi santri dalam menghadapi kehidupan di dunia maupun di akhirat.

Pondok pesantren adalah sebuah lembaga pendidikan yang memiliki ciri khas tertentu di dalamnya, unsur-unsur inilah yang membedakannya dengan lembaga-lembaga pendidikan lain. Ada beberapa aspek yang merupakan unsur dasar dari pesantren yang perlu dikaji lebih mendalam mengingat pesantren merupakan sub kultur dalam kehidupan masyarakat kita sebagai suatu bangsa. Seperti yang dikatakan oleh Abdur Rahman Saleh, bahwa Pondok pesantren memiliki ciri sebagai berikut:

- a. Ada kiyai yang mengajar dan mendidik
- b. Ada santri yang belajar dari kiyai
- c. Ada Masjid
- d. Ada pondok/asrama tempat para santri bertempat tinggal.⁴⁵

2. Macam-Macam Pondok Pesantren

⁴⁵ Abdur Rahman Saleh, *Pedoman Pembinaan Pondok Pesantren*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 1982), hal 10

Pondok pesantren di bagi menjadi dua macam:

a. Pesantren Tradisional

Pesantren tradisional ini masih mempertahankan sistem pengajaran tradisional, dengan materi pengajaran kitab klasik yang di sebut kitab kuning. Di samping itu model-model pengajarannya juga bersifat non-klasik yaitu dengan metode sorogan, wetonan dan bandongan.⁴⁶

- 1) Sorogan, metode di mana santri menyodorkan kitab (sorog) yang akan di bahas dan sang kyai, ustadz atau guru mendengarkan, setelah itu kyai memberikan komentar dan bimbingan yang di anggap perlu bagi santri.
- 2) Wetonan, cara penyampaian ajaran atau kitab kuning dimana seorang kyai membacakan dan menjelaskan isi ajaran atau kitab kuning tersebut, sementara santri mencatat arti dan penjelasan. Metode ini kyai berperan aktif, sementara santri bersikap pasif.
- 3) Bandongan, seorang santri tidak harus menunjukkan bahwa ia mengerti pelajaran yang sedang di hadapi. Para kyai biasanya membaca dan menerjemahkan kata-kata yang mudah.

b. Pesantren Modern

⁴⁶ Zuhri, *Convergentive Design: Kurikulum Pendidikan pesantren, Konsepsi dan Aplikasinya*. (Yogyakarta: Deeplublish, 2016), hal.195

Pesantren modern berusaha memadukan secara penuh sistem klasikal dan sekolah ke dalam pesantren. Pada pola ini pesantren memiliki ciri:

- 1) Mulai akrab dengan metodologi ilmiah modern.
- 2) Semakin berorientasi pada pendidikan dan fungsional, artinya terbuka atas perkembangan dirinya.
- 3) Penggolongan program dan kegiatannya makin terbuka, tidak lagi absolut tergantung kepada kiyai melainkan bisa mendapatkan ilmu pengetahuan dari luar.
- 4) Dapat berfungsi sebagai pusat pengembangan masyarakat.⁴⁷

Sejak awal pertumbuhannya, dengan bentuknya yang khas dan bervariasi, pondok pesantren terus berkembang. Namun perkembangan yang signifikan muncul setelah terjadi persinggungan dengan sistem persekolahan atau juga dikenal dengan sistem madrasah, yaitu sistem pendidikan dengan pendekatan klasikal sebagai lawan dari sistem individual yang berkembang di pondok pesantren sebelumnya. Berbagai pola pesantren telah diklasifikasikan, baik dari sudut pandangan kurikulum, sistem pendidikan, maupun dari pola pembelajaran yang dilaksanakan oleh pesantren. Tujuannya tidak lain adalah untuk mempermudah memahami dinamika perkembangan pesantren secara

⁴⁷ Fa'uti Subhan, *Membangun Sekolah Unggulan dalam Sistem Pesantren*, (Surabaya: Alpha, 2006), hal.8

umum. Di bawah akan dijelaskan tipologi Pesantren menurut Kemenag Republik Indonesia sebagai berikut:

a. Pesantren Tipe A

- 1) Para santri belajar dan menetap di pesantren
- 2) Kurikulum tidak tertulis secara eksplisit melainkan memakai *hiddencurriculum* (benak kyai)
- 3) Pola pembelajaran menggunakan metode pembelajaran asli milik pesantren (sorogan, bandongan, dan lain sebagainya)
- 4) Tidak menyelenggarakan pendidikan dengan sistem madrasah.

b. Pesantren Tipe B

- 1) Para santri tinggal dalam pondok/pesantren
- 2) Pembelajaran menggunakan perpaduan pola pembelajaran asli pesantren dengan sistem madrasah
- 3) Terdapatnya kurikulum yang jelas
- 4) Memiliki tempat khusus yang berfungsi sebagai sekolah (madrasah)

c. Pesantren Tipe C

- 1) Pesantren hanya semata-mata tempat tinggal (asrama) bagi para santri
- 2) Para santri belajar di madrasah/sekolah yang letaknya tidak jauh dengan pesantren

- 3) Waktu belajar di pesantren biasanya malam/siang hari jika para santri tidak belajar di sekolah/madrasah (ketika mereka di pesantren)
- 4) Pada umumnya tidak terprogram dalam kurikulum yang jelas dan baku.⁴⁸

D. Penelitian Terdahulu

Menurut Rozayni,⁴⁹ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana realisasi perilaku konsumen masyarakat di Komplek PEMDA perumahan cemara RT 03 RW 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru dan pandangan Ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen masyarakat di kompleks tersebut. Metode yang digunakan metode kualitatif. Hasil penelitian diketahui bahwa, realisasi perilaku konsumen masyarakat di Komplek PEMDA perumahan cemara RT 03 RW 04 Kelurahan Delima bersifat konsumerisme (berlebih-lebihan) dengan ciri-ciri belanja tidak sesuai dengan rencana, boros dalam pengeluaran sekunder dan tersier, dalam membeli pakaian dan minuman tidak memperhatikan ketentuan syari'ah tentang thayyibnya dan label halalnya. Menurut pandangan ekonomi Islam perilaku masyarakat di kompleks tersebut secara nyata tidak sesuai dengan

⁴⁸Tim Departemen Agama RI, *Pola Pembelajaran di Pesantren*, (Jakarta: Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam, 2003), hal.18

⁴⁹ Rozayni, *Perilaku Konsumen Menurut Perspektif Ekonomi Islam: Studi Kasus di Komplek Pemda Perumahan Cemara Rt 03 Rw 04 Kelurahan Delima Kecamatan Tampan Pekanbaru*, Skripsi : UIN Sultan Syarif Qasim Riau, 2011.

ekonomi Islam. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah berfokus pada perilaku konsumsi perspektif ekonomi Islam. Perbedaannya pada penelitian ini yang di jadikan subyek penelitian masyarakat di Komplek PEMDA, sedangkan subyek yang saya jadikan penelitian santri yang ada di pondok pesantren Ma'hadul 'Ilmi Wal 'Amal.

Menurut Zulfikar,⁵⁰ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana menerapkan pemahaman konsumsi Islam dalam perilaku konsumsi Muslim. Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan ada empat unsur konsumsi Islam yang digunakan sebagai pedoman bagi umat Islam ketika mereka melakukan konsumsi, yaitu: konsumsi produk halal, menghindari konsumsi berlebihan (*israf*), membayar zakat, infaq, dan amal, dan membuat kebutuhan prioritas. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada perilaku konsumsi menurut Islam dan metode yang di gunakan yaitu metode kualitatif deskriptif. Perbedaannya pada penelitian tersebut mengambil suatu dimensi yang lebih khusus menganalisis tentang pengimplementasian pemahaman konsumsi Islam pada perilaku konsumsi konsumen muslim, sedangkan penelitian ini menganalisis tentang perilaku konsumsi santri di pondok pesantren.

⁵⁰ Zulfikar Alkautsar, "Implementasi Pemahaman Konsumsi Islam Pada Perilaku Konsumsi Konsumen Muslim", *JESTT* Vol. 1 No. 10 Oktober 2014, Universitas Airlangga

Menurut Eri,⁵¹ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif santriwati pondok pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal dalam pembelian jilbab. Jenis penelitian adalah penelitian lapangan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Hasil penelitian adalah untuk memenuhi kebutuhan santri seperti makan dan minum disediakan oleh Pondok Pesantren. Perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal dalam pembelian jilbab berbeda-beda, sebagian dari mereka selalu membeli jilbab saat ada model terbaru, ada yang kadang-kadang membeli dan ada yang tidak membeli. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini sama-sama meneliti perilaku konsumsi santri dan jenis penelitian yang digunakan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya penelitian tersebut terletak pada fokus penelitian mengenai perilaku konsumtif santriwati pondok pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal dalam pembelian jilbab. Sedangkan fokus penelitian ini mengenai perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Ma'hadul 'Ilmi Wal 'Amal sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

Menurut Wafiyatus,⁵² dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap motif santri dalam

⁵¹ Eri Fatmawati, *Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Miftahul Huda Kaliwungu Kendal dalam Pembelian Jilbab*, Skripsi: UIN Walisongo, 2014

⁵² Wafiyatus Sholiha, *Analisis Perilaku Santri dalam Penggunaan Jasa Laundry di Tata Usaha Laundry Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Ponorogo*, Skripsi: STAIN Ponorogo, 2015

menggunakan jasa laundry di tata usaha laundry pondok pesantren Wali Songo Ngabar. Adapun jenis penelitian yang di lakukan merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian bahwa perilaku santri dalam hal menggunakan jasa laundry sangat beragam, banyak yang menganggap penting dengan berbagai alasan. Alasan sakit, mudah lelah serta alergi detergen dapat di masukkan kedalam kebutuhan *dharuriyyah*. Sedangkan penggunaan jasa laundry karena alasan fokus belaja dan padatnya aktifitas dapat di masukkan dalam kategori *hajiyyah*, karena belajar akan ilmu formal dan non formal menjadi sesuatu yang penting bagi kehidupan manusia. Sedangkan alasan malas dapat di masukkan di tingkat *tahsiniyyah* karena hanya akan timbul rasa puas. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yang di jadikan subyek penelitian adalah santri pondok pesantren dan jenis penelitian yang di gunakan penelitian kualitatif. Perbedaannya terletak pada fokus penelitian tersebut mengenai perilaku santri dalam penggunaan jasa laundry, sedangkan fokus penelitian ini tentang perilaku konsumsi santri.

Menurut Abdul,⁵³ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui perilaku konsumtif santri di pondok pesantren Pabela Magelang Jawa Tengah dan untuk mengetahui faktor apa saja yang melatari gaya hidup konsumtif santri. Penelitian tersebut adalah penelitian lapangan menggunakan pendekatan kualitatif. Metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara

⁵³ Muhammad Abdul Aziz, *Perilaku Konsumtif Santri Pondok Pesantren Magelang Jawa Tengah*, Skripsi: UIN Sunan Kalijogo Yogyakarta, 2016

dan dokumentasi yang akan diuraikan secara deskriptif. Hasil penelitian bahwa santri belum bisa dikatakan konsumtif. Akan tetapi, potensi untuk mengarahkan perilaku konsumtif ada. Faktor keluarga santri dapat memicu terjadinya perilaku hidup konsumtif jika santri banyak yang berasal dari keluarga yang terbiasa hidup konsumtif. Maka dampak yang muncul yaitu santri akan memiliki perilaku konsumtif dan sifat boros dalam membeli barang belanja dan kebutuhan. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yang dijadikan subyek penelitian adalah santri pondok pesantren dan jenis penelitian yang digunakan penelitian kualitatif. Perbedaan terletak pada fokus penelitian tersebut mengenai faktor yang melatarbelakangi gaya perilaku konsumtif santri, sedangkan fokus penelitian ini tentang perilaku konsumsi santri menurut perspektif ekonomi Islam.

Menurut Elvan,⁵⁴ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk melakukan analisis mendalam tentang pola konsumsi masyarakat modern dalam hal Islam, khususnya Imam Al-Ghazali di Ihya' Ulumuddin. Penelitian menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian bahwa Al-Ghazali meletakkan dasar kehidupan seorang Muslim dengan mencapai tujuan keselamatan akhirat. Adapun satu cara untuk mencapai tujuan akhirat dengan menjalankan kegiatan konsumsi berdasarkan syariah

⁵⁴ Elvan Syaputra, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali dalam Ihya' Ulumuddin", *Falah*, Vol. 2, No. 2, Agustus 2017, Universitas Sains Islam Malaysia

Islam. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah berfokus pada perilaku konsumsi perspektif Islam. Perbedaannya pada penelitian tersebut yang di jadikan subyek penelitian masyarakat modern, sedangkan subyek penelitian ini santri yang ada di pondok pesantren Ma'hadul 'Ilmi Wal 'Amal.

Menurut Haliimur,⁵⁵ dalam penelitiannya yang bertujuan mengetahui dan menganalisis perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar. Jenis penelitian yang digunakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar tingkat ekonomi atas dan menengah dalam mengelola uang masih kurang baik. Sedangkan perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar tingkat ekonomi bawah dalam mengelola uang sudah cukup baik. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang di gunakan metode penelitian kualitatif dan subyek penelitiannya yaitu santri. Perbedaan penelitian tersebut terletak pada fokus penelitian perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar berdasarkan tingkat ekonomi atas, menengah dan bawah. Sedangkan fokus penelitian ini perilaku konsumsi santri Pondok Pesantren Ma'hadul 'Ilmi Wal 'Amal sudah sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

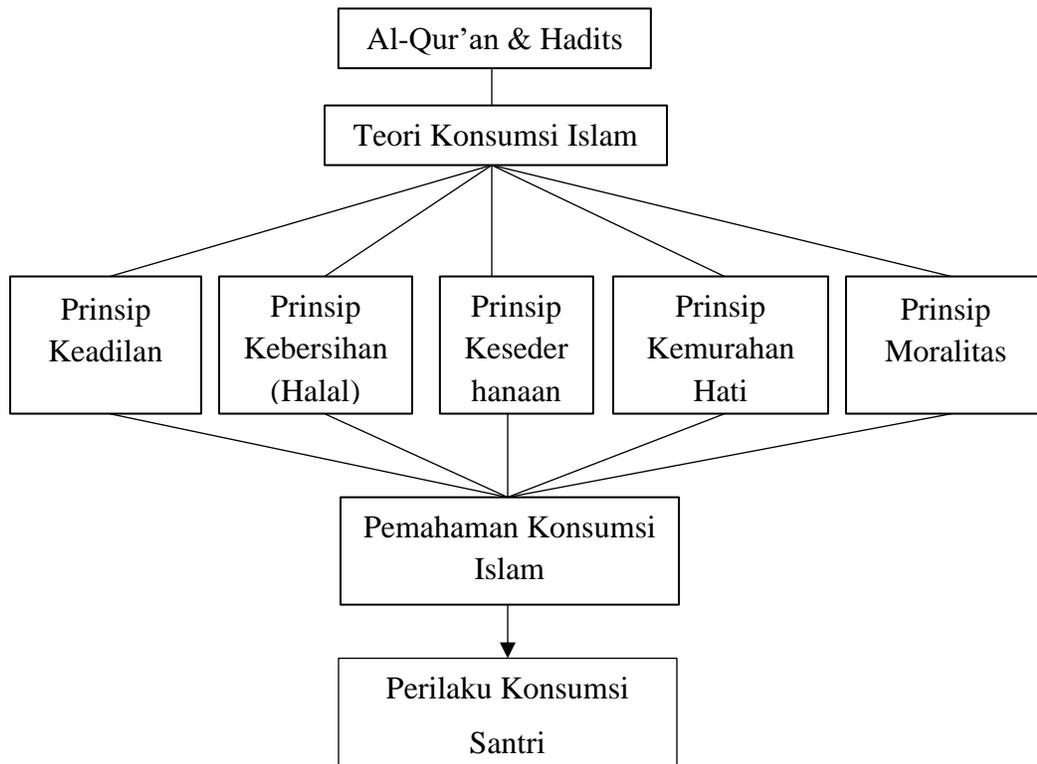
⁵⁵ Moh. Haliimur Rosyid, *Analisis Perilaku Konsumsi Santri Pondok Pesantren Walisongo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi: IAIN Ponorogo, 2017

Menurut Aulia dan Fitrah,⁵⁶ dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana pandangan Islam terhadap perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Barombog Kota Makasar. Jenis penelitian tergolong penelitian kualitatif dengan pendekatan studi etnografis dan normatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Perilaku konsumsi masyarakat di Kelurahan Barombog Kota Makasar tingkat ekonomi atas, untuk memenuhi kebutuhannya sebagai masyarakat masih belum menerapkan perilaku yang sesuai dengan Islam, yaitu berperilaku *tabzir* (boros). Sedangkan masyarakat tingkat ekonomi menengah dan tingkat ekonomi rendah dalam memenuhi seluruh kebutuhannya sudah sangat baik. Persamaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian ini adalah sama-sama berfokus pada perilaku konsumsi menurut Islam. Perbedaannya pada penelitian tersebut mengambil suatu dimensi yang lebih khusus menganalisis tentang perilaku konsumsi masyarakat di kelurahan Barobog kota Makasar, sedangkan penelitian ini menganalisis tentang perilaku konsumsi santri di pondok pesantren.

⁵⁶ Aulia Rahma dan Muh Fitrah, "Perilaku Konsumsi Masyarakat dalam Perspektif Islam di Kelurahan Barombog Kota Makasar", *Laa Maisyir*, Vol.5 No.1, 2018, UIN Alauddin Makasar.

E. Kerangka Berfikir

Gambar 2.1 Kerangka berfikir



Sumber: Diolah Penulis

Berdasarkan gambar 2.1 dapat diketahui bahwa Al-Qur'an dan hadits merupakan dasar teori konsumsi Islam yang harus di pahami oleh setiap orang muslim. Sebagai orang muslim dalam mengkonsumsi harus sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi seperti prinsip keadilan, prinsip kebersihan (halal), prinsip kesederhanaan atau tidak berlebih-lebihan (*israf*), prinsip kemurahan hati, dan prinsip moralitas. Penerapan pemahaman konsumsi islam pada konsumen muslim akan berdampak pada perilaku konsumsi santri. Seorang

santri yang taat akan senantiasa untuk menyesuaikan segala aktifitasnya dengan tuntunan Islam, termasuk dalam kegiatan konsumsi.