

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Perilaku Konsumsi

1. Pengertian perilaku konsumsi

Perilaku menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah tanggapan atau reaksi individu yang terwujud dari gerak (sikap) tidak hanya dari badan ataupun ucapan. adapun menurut Peter Salim dan Yenny Salim yang berpendapat bahwa perilaku adalah tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan.

Sedangkan konsumsi diartikan sebagai pemakaian hasil produksi baik berupa makanan, pakaian dan lain-lain. jadi perilaku konsumsi merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang yang sebenarnya tidak diperlukan secara berlebihan, dan hanya mencapai kepuasan maksimal.¹

adapun pendapat dari Soeharno mengungkapkan bahwa konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup tergantung pada pendapatan yang diperoleh. Barang atau jasa yang dihasilkan oleh para produsen bukan hanya digolongkan sebagai barang mewah, namun termasuk juga barang-barang untuk memenuhi

¹ Arbanur Rasyid, "Perilaku Konsumtif Dalam Perspektif Agama Islam," *Jurnal Hukum Ekonomi* 5, no. 2 (2019): 172.

kebutuhan pokok dan barang-barang yang tergolong bukan untuk memenuhi kebutuhan pokok.

perilaku konsumsi merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu atau rumah tangga untuk pembelian barang-barang (tidak tahan lama maupun barang yang tahan lama) dan jasa hasil produksi, yang dilakukan secara rutin ataupun hanya sementara guna memenuhi kebutuhan dan mendapatkan kepuasan.² Konsumsi juga disebut selaku permintaan dalam Teori serta Praktek Ekonomi Islam, sedangkan produksidisebut selaku penawaran serta permintaan.³

Perilaku konsumsi juga diartikan sebagai perilaku membeli secara berlebihan sehingga tidak mencerminkan usaha manusia dalam memanfaatkan uang secara ekonomis. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat berlebihan sehingga menimbulkan sifat yang boros dan inefisiensi biaya.⁴

² Niati Lisma and Agung Haryono, “Analisis Perilaku Konsumsi Mahasiswa Ditinjau Dari Motif Bertransaksi (Studi Kasus Pada Mahasiswi S1 Pendidikan Ekonomi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan Tahun 2012),” *Jpe* 9, no. 1 (2016): 41–45.

³ Atika Rizki, Abdul Wahab, and Rahman Ambo Masse, “Teori Konsumsi Islami Sebagai Pedoman Perilaku Dan Penerapannya Dalam Kehidupan,” *ADZKIYA : Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah* 11, no. 2 (2023): 83–84.

⁴ Mega Dwi Yuniartika, “Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna Aplikasi Instagram Di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau,” 2022, 15.

2. Jenis –jenis Perilaku Konsumsi

Adapun jenis Perilaku konsumsi yang dibagi menjadi 3 jenis yaitu:

a. *Perilaku Impulsive Buying* (Pembelian tanpa perencanaan/tiba-tiba)

Impulsif buying merupakan pola perilaku konsumen dalam melakukan kegiatan pembelian suatu produk tanpa adanya tahap perencanaan terlebih dahulu. Perilaku pembelian ini biasanya timbul karena dipengaruhi oleh rasa penasaran dan suasana hati, teman, lingkungan toko, dan promosi yang ditawarkan. Dalam pembelian produk, perilaku antar konsumen bisa sama atau bisa berbeda. Seorang konsumen sebelum melakukan pembelian produk, ada yang sudah direncanakan dan ada yang belum direncanakan. Perilaku konsumen yang belum melakukan perencanaan dalam pembelian, dapat mendorong untuk melakukan pembelian spontan (impulse buying).⁵

Menurut Pendapat Beatty dan Farrel yang mendefinisikan pembelian impulsif sebagai pembelian cepat dan tiba-tiba dengan tidak adanya maksud sebelumnya untuk membeli kategori produk tertentu atau untuk memenuhi tugas membeli produk tertentu. selain itu ada juga pendapat dari Rook yang mengatakan bahwa pembelian impulsif diartikan sebagai

⁵ Exnasiyah Yahmini, “Kecenderungan Impulse Buying Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Latar Belakang Keluarga,” *Exero: Journal of Research in Business and Economics* 2, no. 1 (2020): 42,

pembelian ketika konsumen merasakan dorongan keinginan secara tiba-tiba, terkadang sangat kuat dan keras untuk membeli sesuatu secara cepat.⁶

b. *Perilaku Wasteful Buying* (pembelian yang bersifat boros)

Wasteful buying atau melakukan pemborosan adalah suatu perilaku konsumsi sebagai salah satu perilaku boros yang dimana sering menghamburkan banyak uang tanpa adanya kebutuhan yang jelas sehingga sering disebut pemborosan. Biasanya orang yang boros, setiap berbelanja tidak pernah memikirkan harga dan bahkan tidak pernah menyesuaikan dengan kebutuhan pokok sehingga akan mengalami kelebihan.

Sumartono juga berpendapat bahwa Wasteful Buying (Pemborosan), yaitu pembelian yang mengutamakan keinginan daripada kebutuhan dan menyebabkan remaja mengeluarkan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya sendiri, sehingga menimbulkan perilaku berlebihan dalam berkonsumsi.

⁶ Dian Sukma Andriyanto, Imam Suyadi, and Dahlan Fanani, "Pengaruh Fashion Involvement Dan Positive Emotion Terhadap Impulse Buying (Survey Pada Warga Kelurahan Tulusrejo Kecamatan Lowokwaru Kota Malang)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* | Vol 31, no. 1 (2016): 45.

c. *Perilaku Non Rational Buying* (Pembelian untuk Kesenangan semata)

Mencari kesenangan adalah salah satu tujuan manusia berperilaku konsumsi. Non rational buying (mencari kesenangan semata) merupakan suatu perilaku dimana konsumen ingin membeli barang yang dilakukan hanya semata-mata untuk mencari kesenangan diri dan kepuasan semata saja tanpa memikirkan harga. Salah satu yang dicari di dalam jenis ini adalah kenyamanan fisik yang dilatar belakangi oleh sifat merasa senang dan nyaman disaat memakai barang yang membuat dirinya menjadi tren. Hal inilah yang membuat manusia menjadi konsumsi.⁷

3. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumsi

Dalam upaya memperoleh dan memanfaatkan barang maupun jasa sering kali seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor itu eksternal maupun faktor internal. Menurut Armstrong dan Philip Kotler dalam buku karya Bilson Simamora ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi yaitu eksternal dan internal.:⁸

⁷ Desi Siringo-ringo, Tinneke E M Sumual, and Rahel W Kimbal, "Perilaku Konsumsi Masyarakat Pada Gaya Hidup Hedonisme Masyarakat Menengah Ke Bawah Di Kota Tomohon (Studi Kasus Pada Masyarakat Milenial Di Kelurahan Kakaskasen I, II, Dan III)," *Jurnal Equilibrium* 4 (2023): 30,

⁸ Bilson Simamora, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama), 2008

1. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang akan mempengaruhi besarnya konsumsi seseorang.

Faktor internal terdiri dari:

a) Faktor Usia

Usia anak-anak dapat mengambil keputusan dengan cepat, cenderung tidak terlalu banyak pertimbangan. Usia remaja sudah mulai mempertimbangkan beberapa hal, seperti mode, desain, dan lain-lain serta cenderung emosional. Usia tua (orang tua) cenderung rasional dan banyak yang dipertimbangkan, seperti harga, manfaat dan lain-lain.

b) Gaya Hidup

Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang menjalankan hidup, membelanjakan uang, dan memanfaatkan waktunya. Dalam pandangan ekonomi gaya hidup merupakan cara seseorang mengalokasikan pendapatannya dan bagaimana pola konsumsinya.

c) Motivasi

Motivasi dapat muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan konsumen, kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan dalam memenuhi kebutuhannya.

d) Persepsi

Persepsi adalah proses individu untuk mendapatkan, mengorganisasi, mengolah, dan menginterpretasikan informasi. Informasi yang sama dapat dipersepsikan berbeda oleh individu yang berbeda. Persepsi individu tergantung pada pengetahuan, pengalaman, minat, perhatian dan sebagainya.

e) Pembelajaran

Pembelajaran terjadi ketika konsumen berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan.

Mereka akan terus berusaha atau mencoba membeli berbagai macam pilihan produk sampai benar-benar puas. Produk yang memberikan kepuasan itulah yang akan dipilih lain waktu.⁹

2. Faktor Eksternal

a) Faktor Budaya

Budaya mempunyai pengaruh yang besar terhadap pembentukan sikap seseorang. Kebudayaan dapat memungkinkan seseorang bersikap negatif terhadap kehidupan individualisme yang mengutamakan kepentingan perorangan kerana budaya telah memberi corak pengalaman individu-individu yang menjadi anggota kelompok masyarakatnya. Sehingga, akan mempengaruhi perilaku konsumen yang tercermin pada

⁹ Harman Malau, *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional sampai Era Modernisasi Global* (Bandung: Alfabeta, 2017), 225.

cara hidup, kebiasaan, dan tradisi salah satunya dalam permintaan akan bermacam-macam barang atau jasa yang ditawarkan.

b) Faktor Sosial

Setiap masyarakat memiliki beberapa bentuk kelas sosial. Orang-orang dalam kelas sosial tertentu cenderung menunjukkan perilaku pembelian yang sama. Kelas sosial sendiri mengacu pada pengelompokan orang yang sama dalam perilaku berdasarkan posisi ekonomi mereka dalam masyarakat yang akan ikut membentuk perilaku seseorang ketika memberikan tanggapan atau reaksi terhadap berbagai hal, termasuk terbentuknya pola-pola konsumsi dalam pembelian suatu barang atau jasa.

c) Kelompok

Acuan/Kelompok Referensi Istilah kelompok referensi (referensi group) mengidentifikasi kelompok-kelompok yang mempunyai suatu pengaruh terhadap seorang individu, karena individu tersebut, terlepas dari apakah ia ingin mengakuinya atau tidak, ingin menjadi anggota kelompok tersebut.

Kelompok referensi dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam menentukan produk yang dikonsumsi. Salah satunya adalah kelompok teman sebaya. Teman sebaya mempunyai peran yang cukup besar terutama dalam pembentukan sikap. Adanya kecenderungan untuk

penerimaan dari teman sebayanya, mendorong para remaja mudah dipengaruhi oleh kelompoknya dibanding sumber - sumber lainnya.¹⁰

4. Perbedaan Konsumsi dan Konsumtif

Konsumsi, dari bahasa Belanda dinamakan dengan *consumptive*, ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Selain itu, Konsumsi adalah suatu kegiatan manusia mengurangi atau menghabiskan nilai guna suatu barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan, baik secara berangsur-angsur maupun sekaligus.

Kemudian Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsi barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan. Oleh karena itu, arti kata konsumtif (*consumptive*) adalah boros atau perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.

¹⁰ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 114.

B Perilaku konsumsi dalam perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Seluruh aturan islam mengenai aktivitas konsumsi di atas terdapat dalam al-quran dan as-sunnah. Jika manusia dapat melakukan aktivitas konsumsi sesuai dengan ketentuan al-quran dan as-sunnah, maka ia akan menjalankan konsumsi yang jauh dari sifat hina. Perilaku Konsumsi yang sesuai dengan ketentuan al-Quran dan as- sunah ini akan membawa pelakunya mencapai keberkahan dan kesejahteraanhidupnya.

Islam diartikan sebagai agama yang bersifat universal, dimana Islam mengajarkan segala aspek kehidupan dari mulai bangun tidur hingga tidur. Islam juga memposisikan konsumsi sebagai bagian dari aktifitas ekonomi yang bertujuan mengumpulkan pahala menuju kebahagiaan dunia dan akherat. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalahah (public interest or general human good) atas kebutuhan dan kewajiban.

1. Etika Konsumsi dalam Islam

Islam telah memberikan aturan atau batasan-batasan dalam melakukan perilaku konsumsi dan telah membatasinya dengan adanya etika. dan Adapun Etika Konsumsi dalam Islam dibatasi yaitu:¹¹

1. Tauhid (Unity/ Kesatuan)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT. Oleh karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan mentaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang diciptakan Allah untuk manusia.

2. Adil (equilibrium/ Keadilan)

Islam memperbolehkan manusia menikmati berbagai karunia yang telah dianugerahkan Allah. Pemanfaatan atas karunia Allah harus dilakukan dengan cara adil yang sesuai dengan syariah, sehingga selain mendapatkan keuntungan secara material ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Sehingga, dalam Islam konsumsi bukan hanya untuk barang-barang duniawi melainkan juga untuk kepentingan menuju jalan Allah.

¹¹ M. Nur Rianto Al-Arif, Dasar-Dasar Ekonomi Islam (Solo:PT. Era Adicitra Intermedia,2011), 168.

3. Kehendak Bebas (Free Will)

Alam semesta yang diciptakan Allah dengan segala karunia yang diberikan memberikan kebebasan kepada manusia, namun kebebasan ini tidaklah terlepas dari qadha dan qadhar yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Sehingga, kebebasan dalam berkehendak haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai mendzolimi pihak lain.

4. Amanah/ Pertanggungjawaban (Responsibility)

Manusia bebas berkehendak dalam melakukan konsumsi tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik untuk keseimbangan diri sendiri, alam, masyarakat, dan di akhirat.

5. Halal/ Kehalalan

Merupakan salah satu batasan untuk manusia ketika memaksimalkan kegunaan. Dengan arti lain kehalalan adalah salah satu kendala memperoleh maksimalisasi kegunaan konsumsi dalam rangka ekonomi Islam. Kehalalan suatu barang merupakan antisipasi dari keburukan yang ditimbulkan dari barang tersebut.

6. Kesederhanaan

Merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi Islam. Sederhana dalam melakukan konsumsi memiliki arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Islam sangat melaerang perbuatan yang melampaui batas (israf), termasuk pemborosan dan berlebih- lebihan (bermewah-mewahan) dengan membuang baaang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta hanya menuruti nafsu semata.

2. Karakteristik Konsumsi dalam Islam

Ada beberapa karakteristik konsumsi Islam, di antaranya adalah :¹²

- 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 jugabutuh untuk berkembang.

¹² Karim, diwarman. A, Ekonomi Mikro Islam, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007),

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, hajiyat, 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 hajiyat 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.

3. Prinsip- Prinsip Konsumsi dalam Islam

Islam juga mengatur umatnya untuk tidak sembarang dalam menentukan apa yang dikonsumsi dengan memperhatikan prinsip- prinsip dalam Islam.

Menurut M. Abdul Manan, perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar yang salah satu diantaranya yaitu

a. Prinsip Keadilan

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rezekei yang halal dan tidak dilarang oleh syariat islam. Artinya, sesuatu yang di konsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum islam.

Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Qur'an Surah Al-Baqarah (2):(168)

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.

Ayat di atas menerangkan bahwa Allah membolehkan manusia untuk memakan segala yang ada di muka bumi, yaitu makanan halal, baik, bermanfaat bagi diri dirinya serta tidak membahayakan bagi tubuh dan akal pikirannya, jadi, keadilan yang dimaksud dalam aktivitas konsumsi yaitu mengkonsumsi barang ataupun jasa yang halal, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.

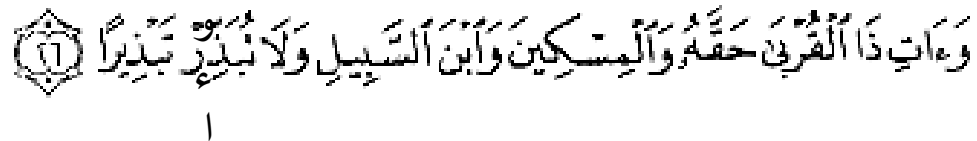
b. Prinsip Kebersihan

Prinsip kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah tentang makanan yang harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih, menyehatkan, suci dan bermanfaat.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip Kesederhanaan yang merupakan sebuah Prinsip yang mengatur manusia agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak terlalu berlebih-lebihan. sebab 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 keinginan yang justru bisa 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 social.

Hal ini Sebagaimana firman Allah SWT yang tertuang dalam Al-Qur'an surah Al-Isra Ayat 26



Artinya:

"Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros."

Ayat ini menjelaskan tentang perintah untuk berbuat baik kepada kaum dhuafa seperti orang-orang miskin, orang terlantar, dan juga orang yang dalam perjalanan. Hak lainnya yang harus ditunaikan adalah "mempererat tali persaudaraan dan hubungan kasih sayang satu sama lain, saling bersilaturahmi, bersikap lemah lembut dan sopan santun, memberikan bantuan kepada mereka, dan memberikan sebagian rizki yang Allah swt berikan kepada kita semua".

Selanjutnya Allah SWT memberikan penegasan bahwa kita dilarang untuk menghambur-hamburkan harta yang kita miliki secara boros atau berlebihan, Islam mengajarkan kita kesederhanaan,

sehingga kita harus membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhansaja, seperlunya saja dan tidak boleh berlebihan atau boros. seperti halnya denga firman Allah SWT dalam Q.S Al-Isra ayat 27

إِن الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya:

"Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara- saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya."

Dalam ayat yang ke 27 ini Allah berfirman bahwa orang-orang yang berperilaku boros adalah saudara- saudaranya setan, tentu kita tidak mau bukan menjadi saudara setan. Karena setan adalah makhluk yang Allah SWT ciptakan, tetapi ia ingkar kepada Allah SWT atau tidak mau menjalankan yang Allah SWT perintahkan. Sehingga setan nantinya akan masuk ke dalam neraka, setan akan selalu menggoda manusia untuk mengajak kita masuk ke dalam neraka, tentu kita sebagai seorang muslim yang beriman tidak mau masuk ke dalam neraka, mengingat sangat pedihnya siksa di dalam neraka.¹³

¹³ H.M.Syahrial, "Pandangan Islam Tentang Konsumsi (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits Ekonomi Tentang Konsumsi)," *Jurnal An-Nahl* 7, no. 1 (2020): 29,

maka dari itu kita perlu menanamkan keimanan dengan menjalankan semua perintahnya dan menjauhi segala larangannya, agar terhindar dari pedihnya siksa neraka dan salah satu yang perlu kita jauhi bahkan harus dihilangkan adalah bersikap atau berperilaku yang berlebihan, mulai dari berpakaian/fasion, maupun makanan dan minuman yang di konsumsi, sebab Allah SWT sangat tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Hal ini juga dijelaskan dalam firman Allah SWT yang ada pada

Q.S Al- A'raf Ayat:31

﴿يَبْنَىٰٓءَآدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ﴾

Artinya:

Hai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku israf (berlebihan) Islam memerintahkan:

- 1) Memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebihmanfaat; dan

- 2) Menjauhkan konsumsi yang berlebihan-lebihan untuk semua jenis komoditi, sehingga menciptakan kesejahteraan yang islami.¹⁴

Adapun Hadist yang Diriwayatkan dari Amr bin Syu'aib dari ayahnya dari kakeknya RA bahwa Nabi Muhammad SAW bersabda,

“ Makan dan bersedekahlah dan pakailah pakaian tanpa berlebihan dan sombong, ” (Hadits Riwayat Al-Nasa'i no. 558 dan Bukhari).

d. Prinsip Kemurahan Hati

Prinsip yang keempat adalah prinsip kemurahan hati. Jadi, dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika makan dan minum makanan dan minuman halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

¹⁴ Selviana Zakiah, “Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam* 02, no. 02 (2022): 7, <https://jurnal.unsur.ac.id/elecosy/index>.

e. Prinsip Moralitas

Kondisi moralitas bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi juga dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai dan moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebutkan nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasa kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan fisiknya.¹⁵ Hal ini penting karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.

D. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian ini merujuk pada beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya, antara lain :

Pertama penelitian yang dilakukan oleh Mertisa Fardesi dengan judul Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas. tahun 2020 , dengan hasil penelitian Perilaku konsumtif santri Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh dapat dilihat dari pengeluaran untuk kebutuhan harian dan

¹⁵ MA Mannan, M Nastangin, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, (Yogyakarta, PT. VerisiaYogya Grafika, 1995), Edisi Lisensi, h. 45-48.

kepemilikan pakaian dan lainnya. Faktor yang melatarbelakangi santri berperilaku konsumtif adalah faktor eksternal meliputi kelompok acuan dan lingkungan sekitar. Sedangkan faktor internal yaitu ikutikutan teman dan kebanggaan terhadap penampilan. Dari segi kebutuhan harian, lebih mengutamakan pemenuhan keinginan untuk membeli jajanan dan makanan di luar Dayah yang lebih bervariasi tanpa adanya batasan pengeluaran uang saku yang dimiliki.

Sedangkan dalam segi pakaian, mereka memiliki pakaian yang melebihi kapasitas lemari yang disediakan di Dayah karena tidak adanya batasan dalam kepemilikan pakaian. Sehingga pada akhirnya muncul sifat perilaku konsumtif atau israf.¹⁶

Kedua Penelitian yang dilakukan oleh Ria Listiana Devi yang berjudul Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus pada Mahasantri Putri Ma'had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo). Tahun 2020,. Dengan hasil penelitian menunjukkan pola konsumsi Mahasantri Ma'had Al-jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo muncul ketidaksesuaian antara teori dengan praktik yang ada sehingga menimbulkan konsumsi berlebihan. Faktor yang menjadi latar belakang adanya konsumsi adalah faktor eksternal

¹⁶ D. Henry et al., "Analisis Perilaku Konsumtif Dan Gaya Hidup Santri Ditinjau Dalam Perspektif Religiusitas (Studi Pada Dayah Modern Darul Ulum Banda Aceh," *Journal of the European Academy of Dermatology and Venereology* 34, no. 8 (2020): 96,

diantaranya sosial/ budaya dan kelompok acuan. Faktor sosial budaya ini bersangkutan dengan gaya hidup, kebiasaan, dan lingkungan sekitar yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang. Sedangkan kelompok acuan yang dimaksud adalah teman bermain atau temankuliah.¹⁷

Ketiga Penelitian yang dilakukan oleh Aviv Qurrota A'yuni dengan judul “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri Bringin, Kauman, Ponorogo.” tahun 2019, dengan hasil penelitian perilaku konsumtif santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri dapat dilihat dari segi kebutuhan harian, lebih mengutamakan pemenuhan keinginan untuk membeli makanan di luar pondok dan untuk pakaian tidak ada batasan dari pondok yang mengaturnya.

Faktor yang melatarbelakangi santriwati berperilaku konsumtif adalah faktor eksternal yaitu kelompok acuan dan lingkungan Pondok Pesantren. Kelompok acuan yang dimaksud adalah teman bermain. Arah orientasi dari adanya perilaku konsumtif di kalangan santriwati dapat dilakukan dengan mempertimbangkan kembali peraturan yang

¹⁷ “Analisis Pola Konsumsi Mahasantri Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Mahasantri Putri Ma ' Had Al -Jamiah Ulil Abshar IAIN Ponorogo),” 2020, 69.

berkaitan dengan kebijakan pondok mengenai penetapan batasan uang saku dan jumlah pakaian yang dimiliki.¹⁸

Keempat Penelitian yang dilakukan oleh Muh.Halimur Rosyid dengan judul “Analisa Perilaku Konsumsi Santri Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam.” tahun 2017 dengan hasil penelitian yaitu perilaku konsumsi santri di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar tingkat ekonomi atas dalam mengelola uang sebagian santri masih kurang baik karena masih adanya santri yang berperilaku israf (berlebih-lebihan).

Perilaku konsumsi santri di tingkat ekonomi menengah dalam mengelola uang sebagian santri masih kurang baik karena masih adanya santri yang berperilaku tabdhir. Perilaku konsumsi santri di tingkat ekonomi bawah dalam mengelola uang sebagian santri sudah cukup baik karena para santri yang mengedepankan etika konsumsi yang sesuai dengan Islam yakni menjauhi israf, tabdhir, dan safih.¹⁹

Kelima Penelitian yang dilakukan oleh Afif Abrar pada dengan judul “Analisis Pola Konsumsi dan Perilaku Berzakat Rumah Tangga Muslim pada Bulan Ramadhan.” tahun 2017 dengan hasil

¹⁸ A’yuni. Aviv Qurrota, “Analisis Perilaku Konsumtif Santriwati Pondok Pesantren Darul Fikri Bringin, Kauman, Ponorogo Dalam Perspektif Ekonomi Islam,” *Skripsi*, 2019, 8.

¹⁹ Muh. Halimur Rosyid, “Analisa Perilaku Konsumsi Santri Di Pondok Pesantren Wali Songo Ngabar Perspektif Ekonomi Islam” *Skripsi* (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2017), 6.

penelitian yaitu konsumsi makanan dan minuman, pakaian, perumahan, kesehatan, transportasi, dan kesehatan rumah tangga muslim di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang pada Bulan Ramadhan mengalami kenaikan dibandingkan dengan konsumsi di luar Bulan Ramadhan. Dan perilaku zakat rumah tangga muslim kebanyakan membayarkan zakatnya melalui masjid, karena lokasi masjid yang berada di tengah-tengah desa atau strategis, dan mudah dijangkau. Sedangkan faktor yang mempengaruhi konsumsi rumah tangga muslim pada Bulan Ramadhan diantaranya yaitu pendapatan, jumlah tanggungan keluarga, usia, pendidikan, nilai tradisi, tingkat religiusitas, dan dummy zakat.²⁰