

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan sikap mengonsumsi sesuatu secara tidak terkontrol atau berlebihan karena sikap ini tidak memiliki prioritas utama dalam hidup sehingga hanya sebagai pemuas nafsu tanpa memikirkan keuntungan dari perilaku tersebut (Riani et al., 2022). Perilaku konsumtif adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan mengonsumsi suatu barang yang sebenarnya tidak diperlukan yang dilakukan atas dasar rasa kesenangan bagi orang yang melakukan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai pada taraf yang sudah irasional (Marindi & Nurwidawati, 2015). Perilaku konsumtif adalah perilaku mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang atau tidak diperlukan (khususnya yang berkaitan dengan respon terhadap konsumsi barang-barang sekunder), yaitu barang-barang yang kurang dibutuhkan.

Sehingga dari penjelasan-penjelasan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku pemborosan terutama pemborosan uang untuk digunakan membeli barang-barang yang berupa barang tidak begitu dibutuhkan dan terkesan tidak rasional dalam

memenuhi kebutuhan rasa senang di dalam kehidupan dunia saja tanpa memperhatikan aspek lainnya.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) indikator perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena terpengaruh omongan pihak lain.

Seseorang dalam membeli barang dapat disebabkan oleh pengaruh yang orang lain berikan sehingga setelah diberikan iming-iming orang tersebut akan merasa tertarik dan akhirnya membeli produk tersebut.

- b. Membeli barang bila penampilan luarnya unik.

Seseorang dalam memilih dan memutuskan membeli barang akan diawali dengan melihat bentuk fisik dari barang yang akan konsumen ini beli, sehingga konsumen akan lebih mudah tertarik untuk membeli bila barang yang dia lihat memiliki kesan awal yang unik, lucu, cantik, indah dipandang dan lain sebagainya. Sehingga kemasan atau wadah luar dari suatu barang akan sangat mempengaruhi pembelian konsumen.

- c. Membeli produk karena gengsi dan harga diri.

Saat ini, para konsumen juga banyak yang membeli suatu barang berdasarkan keuntungan dirinya saat mengenakan barang tersebut, konsumen akan lebih tertarik membeli suatu barang yang akan meningkatkan harga dirinya tanpa melihat aspek kebutuhan.

Sehingga aspek kebutuhan ditinggalkan dan tergantikan dengan aspek rasa ingin terlihat bergensi dan unggul daripada pihak lainnya.

- d. Membeli produk berdasarkan tingkatan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya).

Ibu rumah tangga atau kalangan sosialita saat ini lebih mementingkan membeli suatu produk berdasarkan tingkat harga tanpa memperhatikan kegunaan, para konsumen yang seperti ini akan lebih memilih membeli barang bermerek dengan harga tinggi dibandingkan barang yang sama tanpa merek dan harga yang cenderung lebih rendah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Seorang konsumen yang memiliki keuangan yang cukup cenderung akan membeli suatu produk untuk menjaga status sosialnya di dalam masyarakat, konsumen ini akan lebih memilih produk-produk yang diyakini memiliki simbol kekayaan dan kecukupan sehingga produk yang dibelinya tersebut sebenarnya tidak memiliki kebermanfaatan atau produk tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan.

- f. Memakai produk karena tertarik kepada tokoh yang mengiklankan dan memakai produk tersebut.

Seiring perkembangan zaman dan globalisasi, masyarakat akan sangat mudah untuk melihat dunia luar akibat mudahnya mengakses internet untuk mengetahui tokoh artis kegemarannya, karena rasa

sukanya melihat artis tersebut sehingga para konsumen tertarik membeli dan memakai produk yang dipakai tokoh idolanya.

- g. Munculnya penilaian bahwa produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Tidak sedikit pada saat ini kita mendengar bahwa tidak apa-apa membeli suatu barang yang bagus tetapi mahal daripada membeli barang yang murah tapi mudah rusak, di dalam kenyataannya tidak semua produk yang memiliki harga lebih rendah memiliki kualitas yang buruk. Karena pola pikir bahwa produk dengan harga mahal menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi untuk si pemakai, membuat para konsumen lebih tertarik membeli dengan harga yang lebih tinggi.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Konsumen akan cenderung menggunakan jenis produk yang sama dengan merek lain dari produk sebelumnya, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya (Adiputra & Moningga, 2012).

Ahira (2018) juga memberikan beberapa indikator tentang perilaku konsumtif, meliputi:

- a. Membeli barang diluar kemampuan diri.

Tidak sedikit orang pada saat ini membeli barang dengan harga tinggi tetapi keuangan yang dimilikinya rendah, padahal tentu saja seharusnya yang terjadi adalah jumlah pendapatan seseorang akan sangat mempengaruhi daya beli seseorang (Riani et al., 2022).

- b. Keinginan untuk meniru.

Keinginan untuk meniru barang yang dimiliki orang lain sehingga seseorang itu membelinya adalah salah satu sifat konsumtif, banyak orang yang merasa tertarik setelah melihat orang lain memakai atau mengenakan suatu produk. Sehingga timbulah rasa ingin mengikuti gaya dan akhirnya membeli karena berharap penampilannya akan membaik setelah mengenakan barang yang sama persis seperti orang lain.

c. Keputusan pembelian karena faktor emosi.

Kegiatan konsumsi yang didominasi dengan faktor konsumsi juga menyebabkan timbulnya perilaku konsumtif. Adanya emosional dalam kegiatan konsumsi, yaitu membeli suatu barang karena pertimbangan kesenangan atau sekedar mengikuti *trend*, dan akan menghasilkan kepuasan pada konsumen karena menganggap telah berhasil mengikuti *trend* (Ahira, 2018).

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Di dalam kehidupan sehari-hari masyarakat era modern, proses konsumsi bukan lagi hanya untuk pemuas kebutuhan belaka tetapi banyak faktor terjadinya perilaku konsumsi yang lebih terkesan konsumtif dan pemborosan dan juga sebagai pemuas emosional seseorang. Mangkunegara (2005) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan perilaku konsumtif sebagai berikut:

Perilaku konsumen memiliki dua faktor kekuatan yaitu kekuatan sosial budaya dan juga kekuatan psikologis, dimana kekuatan sosial

budaya terdiri dari beberapa faktor yaitu tingkatan sosial, faktor budaya itu sendiri, kelompok acuan (*small reference group*) dan yang terakhir adalah keluarga. Sedangkan pada kekuatan psikologis terdiri dari kepribadian seseorang, keyakinan seseorang, pengalaman belajar dan juga gambaran diri.

Menurut Handoko, dkk. (1998) ada dua elemen penting yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu proses pengambilan keputusan dan kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa ekonomis.

Jadi dari penjelasan beberapa ahli di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kebudayaan, kekuatan psikologis, kepribadian dan proses pengambilan keputusan. Yang akan lebih dijelaskan sebagai berikut:

a. Faktor kebudayaan

Faktor kebudayaan adalah faktor yang di dalam proses perilaku konsumtif memiliki tingkat perilaku paling lebar dan luas dibandingkan dengan faktor-faktor lain, faktor kebudayaan dibagi lagi menjadi:

1) Kultur

Kultur adalah sesuatu yang paling mendasar bagi manusia, yang membedakan manusia dengan hewan adalah kultur yang dia dapatkan dari lingkungan tempat dia tinggal, seperti kultur budaya, kultur sosial dan kultur keluarga.

Pola kultur keluarga juga menjadi salah satu penyebab seseorang akan mengambil tindakan dalam melakukan konsumsi, pola kultur keluarga adalah sebuah gambaran hubungan antara satu anggota keluarga dengan anggota keluarga lainnya, terutama adalah hubungan antar seorang anak dengan ibu dan bapaknya (Miyarso, 2017).

Jadi dapat disimpulkan bahwa kultur juga memiliki pengaruh terhadap pengambilan keputusan konsumsi seseorang, satu keluarga tidak bisa dibandingkan dengan keluarga lainnya dalam pengambilan keputusan yang dipilihnya. Hal ini juga sama halnya dengan masyarakat pulau Sumatera juga memiliki perbedaan dalam konsumsi dibanding dengan masyarakat di pulau-pulau lainnya.

Masyarakat yang tinggal di pedesaan juga memiliki pola perilaku yang berbeda dalam hal konsumsi dibanding dengan masyarakat di perkotaan. Dan masyarakat dengan perekonomian yang cukup akan memiliki perbedaan dengan masyarakat dengan perekonomian tinggi dalam hal konsumsi.

2) Sub-Kultur

Sub-kultur adalah bagian-bagian lebih kecil dari sebuah kultur, apabila kultur adalah sebuah bagian yang besar maka di dalam bagian yang besar itu terdapat sub-kultur. Sub kultur bisa terdiri dari ras, agama, budaya, dan daerah geografis (Giantara & Santoso, 2014).

3) Kelas sosial

Kelas sosial adalah pandangan terhadap pembagian kelompok sosial yang biasanya dibagi berdasarkan jumlah pendapatan kelompok orang di dalam lingkungan masyarakat, kelompok sosial biasanya dijadikan acuan untuk menentukan status sosial dan derajat seseorang. Kelas sosial dari segi ekonomi juga merupakan hal yang mempengaruhi seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Untuk lebih memahami kelas sosial, dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Kelas sosial golongan atas, pada kelas sosial ini, orang-orangnya cenderung akan membeli barang yang harganya relatif mahal dikarenakan kemampuannya sudah mencukupi untuk seseorang memenuhi kebutuhan hidupnya dengan barang-barang yang berkualitas tinggi.

Pada kelas sosial golongan atas mereka lebih menjaga status dan kedudukan sosialnya, sehingga hanya mau membeli barang yang dianggap selevel dengan posisi mereka, pada kelas ini juga cenderung tidak memikirkan berapa harga yang mereka keluarkan asalkan barang tersebut dianggap pantas.

b) Kelas sosial golongan menengah, pada kelas sosial golongan menengah mereka lebih memilih membeli barang untuk memperlihatkan kepada orang lain tentang kekayaan yang dimilikinya, mereka lebih menyukai membeli barang yang terkesan banyak dengan kualitas yang dianggap tinggi.

Pada kelas sosial ini apabila belum mampu membeli barang-barang yang mahal seperti perhiasan, mobil, motor dan lain sebagainya mereka akan memaksakan hal tersebut dengan jalan kredit.

- c) Kelas sosial rendah, pada kelas sosial rendah orang-orangnya akan sangat berbeda dengan orang dari golongan atas dan golongan menengah, orang dari kelas sosial rendah akan membeli barang yang memang sesuai dengan kebutuhan sehari-harinya.

Orang dengan kelas sosial rendah hanya memiliki penghasilan yang tergolong kecil sehingga tidak berfikir untuk membeli barang yang terkesan mewah, mereka juga akan lebih memanfaatkan adanya promo.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kelas sosial terbagi menjadi 3 golongan, yaitu kelas sosial tinggi yang membeli barang dengan harga yang tinggi dan dengan kualitas yang tinggi, kelas sosial menengah yang membeli barang dengan kualitas yang baik dan dengan jumlah yang banyak walaupun terkadang dengan cara kredit, dan kelas sosial rendah yang membeli barang hanya untuk memenuhi kehidupan sehari-hari.

Kelas sosial juga memiliki 4 ciri-ciri, yaitu:

- (1) Masyarakat yang memiliki kelas sosial yang sama akan memiliki tingkah laku yang sama.

- (2) Masyarakat yang merasa memiliki tingkatan atas ataupun tingkatan bawah akan berada di posisi dimana mereka berada.
- (3) Di dalam kelas sosial biasanya memiliki hal-hal yang seragam seperti tingkat pendidikan, tingkat pendapatan dan juga pekerjaan.
- (4) Seseorang yang merasa bahwa dirinya sudah menduduki tingkat sosial yang lebih atas akan berpindah ke kelas sosial yang dirasa sesuai dengan dirinya yang sekarang (Giantara & Santoso, 2014).

d) Kelompok Anutan (*Small References Group*)

Saat seseorang ingin membeli sesuatu baik itu barang atau jasa seseorang akan lebih percaya dan yakin dengan sesuatu yang dipilihnya apabila mendapatkan panutan atau rujukan terhadap barang atau jasa yang ingin dibelinya.

Seseorang akan lebih memilih mencari tahu terlebih dahulu dari orang yang sebelumnya menggunakan barang dan jasa tersebut kemudian setelah cukup mendapatkan pengetahuan akan produk tersebut seseorang akan lebih yakin dan percaya untuk membeli barang atau jasa yang diinginkannya.

Kelompok anutan dipandang sebagai kelompok yang bisa memberikan saran dan perbandingan yang sesuai serta merupakan tempat pembentukan sikap seseorang. Kelompok rujukan sering kali menjadi faktor penentu dimana konsumen merasa yakin dan

akhirnya memilih untuk memiliki suatu produk atau jasa, sehingga kelompok rujukan seringkali menjadi faktor yang diidentifikasi oleh para produsen dalam mengelompokkan konsumennya.

Kelompok rujukan tidak hanya memiliki pengaruh yang besar dalam penentuan keputusan konsumen tetapi juga bisa berpengaruh terhadap perilaku dan gaya hidup seseorang, karena mereka bisa menjadi aspek yang mempengaruhi terhadap pilihan produk dan jasa yang akan dipilih orang lain.

Jadi dapat diambil kesimpulan bahwa dalam membeli sebuah produk atau jasa, kelompok rujukan memiliki peran dan andil yang lebih besar. Kelompok rujukan juga bisa menjadi faktor yang dapat diidentifikasi oleh para produsen dalam mengelompokkan konsumennya.

e) Kepribadian

Kepribadian adalah sesuatu yang bersifat internal di dalam diri manusia, kepribadian juga menjadi faktor penentu dalam sebuah perilaku konsumtif. Hal yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap suatu barang adalah persepsi orang tersebut dalam melihat barang dan jasa, citra produk yang ada dipikiran seseorang dapat merespon stimulus konsumtif dalam dirinya.

Kepribadian seorang konsumen akan sangat mempengaruhi dalam membeli produk atau jasa yang telah ditawarkan,

kepribadian juga merupakan ciri-ciri yang menjadi penyebab perilaku orang di dalam menghadapi lingkungan masyarakatnya.

f) Kepercayaan diri

Dalam perilaku konsumen rasa kepercayaan diri pada seseorang adalah hal yang ikut menjadi penyebab orang itu melakukan perilaku konsumtif, sikap dan kepercayaan seseorang terhadap suatu produk akan mempengaruhi orang tersebut untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan atau tidak. Kepercayaan inilah yang dapat membentuk citra sebuah produk dan merek dari suatu barang. Kepercayaan dan sikap konsumen berisi berbagai macam pengetahuan dan informasi yang diperoleh dari produk dan jasa, sehingga disaat konsumen tidak memiliki pengetahuan yang banyak terhadap barang atau jasa maka dapat berpengaruh terhadap keputusan konsumen tersebut untuk membeli barang atau jasa.

Sikap dan perilaku konsumen terhadap sebuah barang atau jasa dapat dirubah dengan pemberian pengetahuan terhadap barang atau jasa tersebut, melalui komunikasi yang persuasif dan pemberian informasi terhadap barang dan jasa dapat merubah sikap dan perilaku konsumen terhadap barang atau jasa tersebut. Pemberian informasi terhadap suatu barang atau jasa sering dimanfaatkan bagi pemasar untuk meraih minat para konsumen dengan iklan, brosur, pemasaran dan strategi-strategi lain sehingga memiliki sikap yang memang diinginkan oleh produsen.

4. Perilaku Konsumtif dalam Islam

a. Pengertian Konsumsi dalam Islam

Seperti yang kita sudah pahami sebelum-sebelumnya bahwa konsumsi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan tindakan kita menggunakan dan menghabiskan suatu barang dan dilakukan untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya agar di dalam kehidupannya selalu terpenuhi dan tercukupi. Seorang manusia tentu saja tidak bisa lepas dari melakukan kegiatan konsumsi karena manusia hidup dengan memakan dan meminum sesuatu yang menjadi dasar hidupnya, makan dan minum adalah sebuah proses dari konsumsi. Dalam kegiatan konsumsi tersebut juga terdapat syariat-syariat yang sudah diatur di dalam konsumsi Islam.

Dalam konsumsi Islam, konsumsi sebenarnya memiliki pengertian yang sama tetapi di dalam prosesnya memiliki beberapa perbedaan, di dalam konsumsi Islam perbedaannya adalah manusia melakukan kegiatan konsumsi harus sesuai dengan kaidah, konsep dan tata aturan yang sudah dijelaskan di dalam syariat keislaman. Keputusan yang diambil manusia dalam ekonomi Islam juga sudah menggambarkan konsumsi menurut syariat Islam selalu berkaitan dengan nilai moral dan juga nilai keagamaan. Dalam Al-Qur'an telah disebutkan bahwa ekonomi berasal dari kata *iqtishad* (penghematan atau ekonomi) yang dapat dengan mudah kita artikan bahwa Islam

melarang kita untuk melakukan hal yang berlebihan atau pemborosan (Sitepu, 2016).

Jadi dapat kita simpulkan bahwa konsumsi Islam adalah konsumsi dimana selama pemenuhan kebutuhan manusia didasarkan pada norma-norma keislaman dan tata aturan yang melibatkan sunnah dan hadist Islam.

b. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Sebuah proses konsumsi di dalam Islam tidak hanya melihat sebuah konsumsi sebagai suatu hal yang dilakukan untuk melangsungkan proses kehidupan saja, tetapi memiliki sebuah kaitan dengan pemenuhan kebutuhan agar manusia dapat melakukan ibadah kepada Tuhan-Nya yaitu Allah SWT. Dalam artian disaat kita melakukan konsumsi sebagai pemenuh kebutuhan biologis kita juga harus bersyukur kepada pemberi karunia konsumsi yaitu Allah SWT.

Tujuan seorang muslim terhadap perilaku konsumsi juga berbeda dengan tujuan orang lain, apabila orang lain melakukan konsumsi karena sebagai kebutuhan di dalam hidupnya, seorang muslim melakukan konsumsi juga dipergunakan untuk membantu seorang muslim untuk ritual beribadah kepada Yang Maha Kuasa. Dalam Islam, apabila kita melakukan sebuah konsumsi yang tujuannya adalah untuk beribadah maka selama proses konsumsi kita tersebut akan dinilai sebagai sebuah pahala, dan pahala tersebut akan terus bertambah seiring dengan perilaku konsumsi yang sesuai syariat keislaman.

Konsumsi dalam Islam tidak hanya memandang konsumsi sebagai sebuah kepuasan pribadi saja tetapi lebih dari itu, manusia terbaik dalam melakukan sebuah konsumsi harus memberikan kebermanfaatan kepada orang lain juga, baik itu tempat tinggal maupun lingkungan sekitar. Konsumsi dalam Islam merupakan pemanfaatan suatu barang dan jasa yang di dalam prosesnya dilakukan sebagai motivasi dalam ibadah. Motivasi ibadah dimiliki oleh orang-orang saat mereka mulai menyadari bahwa apa saja yang mereka konsumsi dan apa saja proses yang dilaluinya tidak terlepas dari karunia yang telah diberikan Yang Maha Kuasa. Oleh karena itu, sebagai hamba-Nya yang bersyukur dan memiliki keimanan yang tinggi harus membalas hal tersebut dengan melakukan ibadah dengan sebaik-baiknya.

Konsumsi Islam juga merupakan sebuah konsumsi yang tidak hanya dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dunia saja tetapi konsumsi Islam juga dilakukan untuk memenuhi kebutuhan akhirat. Dalam sebuah tulisan karya Syamsul (2014) dituliskan bahwa dalam konsumsi Islam ada beberapa hal yang ingin dicapai, yaitu:

- 1) Membentuk rasa syukur, di dalam sebuah konsumsi, menurut sudut pandang pelaku konsumsi muslim, setiap hal yang Ia lakukan sebagai bentuk perilaku konsumsi adalah pernyataan rasa syukur yang Ia tujukan kepada Allah.
- 2) Membentuk ahli ibadah yang memiliki jiwa syukur yang tinggi, seorang pelaku kegiatan konsumsi di mana dia sudah mengkonsumsi

banyak sekali jenis barang secara bersama-sama dan bisa merasakan hal tersebut sebagai sebuah karunia nikmat yang telah Allah berikan.

Seseorang yang memiliki jiwa syukur yang tinggi akan sangat berpengaruh dalam perbuatan ibadahnya, karena orang tersebut akan melakukan ibadah dengan dilandasi rasa syukur dan nikmat yang sangat besar akan pemberian Allah (Syamsul, 2014).

Dari pendapat di atas dapat kita simpulkan bahwa konsumsi dalam Islam memiliki kaitan dengan rasa syukur terhadap apa yang telah Allah berikan kepada kita sebagai hamba-Nya, karena rasa syukur yang kita miliki setelah barang atau jasa yang kita konsumsi membuat kita memiliki nilai-nilai spiritual dan meningkatkan keimanan dan kecintaan kita terhadap agama Islam yang berakibat semakin inginnya diri kita untuk melakukan ibadah dengan sebaik-baiknya. Rasa syukur tersebut juga membuat kita memiliki jiwa yang damai dan membuat kita lebih menghargai hal-hal kecil yang mungkin sebelumnya terlihat sangat sepele. Konsumsi dalam ekonomi Islam juga merupakan peningkat ibadah, dimana barang dan jasa adalah karunia Allah sama halnya dengan kehidupan yang diberikan kepada konsumen merupakan karunia Allah.

Seseorang yang melakukan konsumsi biasanya ditujukan untuk mengambil manfaat dari barang yang digunakan tetapi dalam konsumsi Islam memiliki tujuan akhir yang berbeda, dalam konsumsi Islam konsumsi tidak hanya menghabiskan nilai guna suatu barang tetapi juga sebagai sarana membantu dan sarana untuk beribadah.

c. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Konsumsi Konvensional dengan konsumsi Islam tentu saja memiliki perbedaan, dalam konsumsi Islam lebih ke arah pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan dalam diri setiap orang tetapi pada konsumsi konvensional di dalam proses konsumsinya terdapat paham materialistis yang hanya bersifat duniawi saja. Pada konsumsi konvensional lebih ke pola perilaku hidup modern dan hanya untuk memenuhi kehidupan duniawi sedangkan di dalam konsumsi Islam lebih menganjurkan kedalam konsumsi yang bersifat moderat dan proporsional sehingga proses konsumsinya lebih terarah serta diatur sunnah dan hadist.

Islam adalah agama yang sangat terperinci dan teratur, di Islam orang akan memiliki tata aturan yang sudah dijelaskan di dalam Al-Qur'an dan hadist. Dalam Islam orang akan memiliki aturan yang dimulai dari saat seseorang itu bangun dari tidurnya sampai seseorang itu tertidur lagi. Islam juga sangat mengatur cara orang untuk melakukan kegiatan konsumsinya, tentang hal baik dan buruk perihal konsumsi dan juga aturan-aturan lain seperti komunikasi terhadap orang lain yang tujuannya adalah dapat berguna bagi sesama.

Seperti surat Al-Baqarah ayat 168 di bawah ini yang artinya:

“Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; sungguh syaitan itu musuh yang nyata bagimu” (Al-Baqarah/2: 168).

Konsumsi adalah kegiatan menggunakan dan menghabiskan nilai guna suatu barang yang berasal dari pemberian Allah SWT dan digunakan dengan cara sebaik-baiknya untuk diri sendiri dan juga untuk orang lain.

Kegiatan konsumsi dalam Islam dikendalikan dalam 5 prinsip, sebagai berikut:

1) Prinsip keadilan

Prinsip keadilan di dalam konsumsi Islam adalah melakukan kegiatan konsumsi dengan cara yang adil dan halal tanpa melanggar tata aturan dan tidak merugikan orang lain. Dalam proses memperoleh konsumsi juga harus dilakukan dengan cara-cara yang tidak menimbulkan hal mubazir dan berguna bagi sesama.

Menurut Afzalurrahman (1995) “hidup yang baik berdasarkan Al-Qur’an adalah hidup dengan cara menikmati kehidupan dengan imbang tanpa memberatkan pihak-pihak lain”. Hal ini juga sesuai Al-Qur’an surat Al-Baqarah ayat 173 yang artinya:

“Sesungguhnya Dia hanya mengharamkan atasmu bangkai, darah, daging babi, dan (daging) hewan yang disembelih dengan (menyebut nama) selain Allah, tetapi barang siapa terpaksa (memakannya), bukan karena menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sungguh Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang” (Al-Baqarah: 173).

Ayat di atas sangat menjelaskan mengenai Islam sangat menganjurkan umat-Nya agar bertindak dengan sangat adil, dan

sebagai umat muslim kita hanya dianjurkan untuk memakan dan meminum makanan dan minuman yang halal saja, tetapi Islam juga sangat memudahkan umat muslim dengan memberikan beberapa pengecualian yaitu disaat harus terpaksa untuk memakan hal-hal yang telah diharamkan atau tidak baik.

2) Prinsip kebersihan

Kebersihan di dalam Islam juga sangat dianjurkan, menurut Al-Qur'an dan sunnah kita sebagai umat muslim sangat dianjurkan untuk memakan dan meminum hal yang baik-baik saja, serta memakan hal yang memang bersih dan cocok untuk dimakan. Makanan yang boleh dimakan juga makanan yang tidak kotor dan tidak menjijikkan yang disaat kita melihat makanan itu kita tidak merasa mual dan tidak membuat selera untuk makan hilang, karena makanan yang bersih dan didapatkan dengan cara yang adil tentunya adalah makanan yang akan diberkahi oleh Allah selain itu juga makanan yang bersih juga akan menyehatkan tubuh bagi yang memakannya.

Umat muslim tidak boleh asal-asalan dalam memilih makanan yang ingin dia makan, umat muslim juga harus memastikan kebersihan dari apa yang ingin mereka konsumsi. Jadi, di dalam Islam semua yang boleh dimakan adalah segala sesuatu yang sifatnya bersih dan didapatkan dengan cara yang adil dan tentunya akan memberikan manfaat yang baik. Sunnah Rasulullah SAW juga menyatakan bahwa kebersihan adalah sebagian dari iman.

Kebersihan yang dibahas dalam Islam juga bukan hanya aspek di dalam pembuatan makanan saja, tetapi juga bagaimana proses seseorang itu mendapatkan apa yang akan dia makan. Islam memberikan kebebasan untuk membelanjakan harta untuk memenuhi kebutuhan hidupnya di jalan yang baik dan benar dengan tujuan selama melakukan kegiatan konsumsi umat muslim tidak melakukan pelanggaran norma dan asusila. Kebersihan dalam aspek Islam memiliki banyak sekali tujuan, kebersihan bertujuan agar manusia memiliki kehidupan yang sehat agar tidak mengganggu proses ibadah untuk mengungkapkan rasa terimakasih kepada pemberi kehidupan yaitu Allah SWT.

3) Prinsip Kesederhanaan

Umat muslim sangat dianjurkan di dalam kehidupannya untuk memiliki sikap yang sopan santun dan juga sederhana. Umat Islam juga dilarang untuk melakukan kegiatan yang berlebihan seperti melakukan pemborosan, karena di dalam kegiatan pemborosan banyak sekali hal yang dilakukan tanpa faedah dan hanya membuang-buang harta sehingga menimbulkan kemudharatan. Membuang-buang harta disebut dengan kata *tabzir* dan perilaku dimana berlebihan dan melampaui batas disebut dengan kata *israf* (Permi, 2022), baik *tabzir* maupun *israf* adalah kedua hal yang sangat dilarang untuk dilakukan umat muslim, karena apabila kedua hal tersebut terus menerus

dilakukan maka akan mengganggu sistem keadilan yang berimbans kepada pelaku dan orang lain.

Islam juga memberikan larangan kepada umat muslim untuk menjauhkan diri dari nikmat senang atas pembelian barang yang bersifat foya-foya dan berlebihan serta mengarahkan manusia gara melakukan konsumsi dengan sifat yang baik dan halal bagi kehidupan. Dalam hal ini Allah sudah menjelaskannya di dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 yang artinya:

“Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. Sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebihan” (Al-A'raf: 31).

Dari arti ayat di atas sudah sangat diterangkan mengenai betapa tidak sukanya Allah SWT terhadap orang-orang yang melakukan kegiatan konsumsi secara berlebih-lebihan tanpa memikirkan seberapa banyak yang memang dibutuhkan di dalam kehidupannya. Alangkah lebih baiknya untuk mencari ridha Allah SWT kita melakukan konsumsi tidak secara berlebihan baik itu makan maupun minum. Allah SWT lebih menyukai orang-orang yang tidak berlebihan dan juga memiliki jiwa sederhana dibandingkan orang yang suka berfoya-foya.

4) Prinsip Kemurahan Hati

Seorang muslim yang baik adalah seorang yang dapat berguna bagi dirinya dan juga orang lain. Di dalam prinsip kemurahan hati, seorang muslim sangat dianjurkan untuk melakukan perbuatan yang baik tentunya dengan bersikap baik, baik kepada dirinya sendiri maupun baik bagi orang lain dan lingkungan sekitar dengan cara saling berbagi. Saling berbagi juga sudah tertuang pada firman Allah surat As-Syuraa ayat 38 yang artinya:

“Dan (bagi) orang-orang yang menerima (mematuhi) seruan Tuhan dan melaksanakan shalat, sedang urusan mereka (diputuskan) dengan musyawarah antara mereka; dan mereka menginfakkan sebagian dari rezeki yang Kami berikan kepada mereka” (As-Syuuara: 38).

Dari ayat di atas sangat jelas bahwa Allah sangat menyukai orang yang saling tolong menolong terhadap sesama umat muslim lainnya.

5) Prinsip Moralitas

Prinsip moralitas adalah prinsip yang sangat berkaitan terhadap diri seorang muslim, di dalam perbuatannya melakukan konsumsi, prinsip moralitas mengambil peranan yang sangat besar. Konsumsi yang dilakukan seorang muslim tidak hanya ditujukan untuk memenuhi kebutuhan duniawi seperti kebutuhan biologis saja tetapi juga mempengaruhi nilai moral dan spiritual di saat seseorang itu melakukan konsumsi. Konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim haruslah berlandaskan moral dan etika yang baik serta terkandung di

dalam Islam. Di dalam Islam proses konsumsi makanan tidak hanya sekedar memakan lalu akhirnya kenyang tetapi juga ada aspek lain yaitu pemenuhan kebutuhan spiritual dan agama bagi perilaku konsumsi tersebut.

Islam sudah membuat aturan di dalam proses konsumsi berupa makan, disaat makan menyebut nama Allah dan setelahnya harus menyebut alhamdulillah atau bersyukur atas karunia Allah tersebut. Islam melarang untuk mengkonsumsi makanan yang asalnya tidak jelas, kotor dan haram dengan tujuan agar dapat menjaga dari segala hal buruk seperti sakit dan lain sebagainya. Islam juga sudah mengatur segala sesuatu menurut aturannya masing-masing agar umat muslim di dalam pemenuhan kebutuhannya senantiasa mendapatkan hal-hal yang baik saja dan tidak merugikan. Islam sangat melarang manusia untuk memakan hal-hal yang haram dan batil demi kenyamanan hidupnya di dunia ini.

B. Kajian Penelitian Yang Relevan

Tabel 1. Kajian Penelitian yang Relevan

No	Judul penelitian	Metode penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda (2013)	Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik sampling yang digunakan adalah <i>purposive sampling</i> . Metode pengumpulan data secara kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan model interaktif yang	Diketahui bahwa pembelian didasarkan atas dasar kesukaan dan ketertarikan terhadap model barang, membeli tanpa perencanaan, pertimbangan harga serta tidak mempertimbangkan kegunaan, membeli barang dengan harga yang mahal atau dengan merek ternama akan meningkatkan rasa percaya diri.	Persamaan: 1. Meneliti mengenai perilaku konsumtif masyarakat. 2. Menggunakan penelitian kualitatif 3. Menggunakan metode kualitatif . 4. Menggunakan model interaktif yang dikembangkan

		dikembangkan oleh Miles dan Huberman (1992)		<p>oleh Miles dan Huberman (1992)</p> <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat yang berbeda. 2. Pada penelitian ini hanya menyoroti perilaku konsumtif tetapi pada penulis juga menyoroti mengenai ekonomi syariah 3. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah <i>purposive sampling</i> sedangkan pada penulis menggunakan teknik <i>snowball sampling linear</i>
2	Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Tanjung Berulak Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar Menurut Ekonomi Islam (2022)	Penelitian ini adalah penelitian lapangan (<i>field research</i>). Subyeknya merupakan masyarakat Desa terutama ibu rumah tangga yang ada di Desa Tanjung Berulak Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menggunakan metode kualitatif	Penyebab masyarakat muslim terutama ibu rumah tangga dalam melakukan konsumtif dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, kepercayaan dan sikap, kelas sosial, kelompok anutan dan iklan. Sedangkan prinsip konsumsi dalam Islam diantaranya adalah prinsip keadilan, prinsip kesederhanaan, prinsip kebersihan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.	<p>Persamaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penelitian terhadap perilaku konsumtif. 2. Penelitian kualitatif. 3. Metode kualitatif <p>Perbedaan:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat penelitian. 2. Pada penelitian penulis menggunakan <i>snowball sampling linear</i> sedangkan pada saudara Endriko tidak
3	Perilaku Konsumtif Ibu Rumah Tangga (Perspektif Syari'at Islam) (2016)	Menggunakan metode deskriptif dengan mengumpulkan informasi aktual, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi dan menentukan apa yang dilakukan orang lain	Kesimpulan dari jurnal tersebut ditemukan kaitan antara perilaku konsumtif yang dilakukan ibu rumah tangga dengan perspektif syariat Islam.	<p>Persamaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan metode deskriptif 2. Meneliti mengenai perilaku konsumtif dan juga konsumsi menurut syariat Islam <p>Perbedaan :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi penelitian berbeda 2. Penelitian yang dilakukan hanya sebatas secara umum tidak

		dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang, dari metode deskriptif.		terperinci
4	Analisis Pengaruh Tingkat Perekonomian Keluarga Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat Desa Seteluk Atas Kabupaten Sumbawa Barat (2022)	Jenis penelitian Asosiatif dengan menggunakan jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian untuk menyatakan tanggapan dari responden terhadap setiap pertanyaan yang diberikan adalah dengan menggunakan <i>skala likert</i> . Menggunakan program SPSS. Output SPSS berupa hasil akan dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, uji hipotesis parameter individual (uji t), dan uji koefisien determinan (R^2)	Tingkat perekonomian keluarga berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif masyarakat Desa Seteluk Atas Kecamatan Seteluk Kabupaten Sumbawa Barat.	Persamaan : 1. Penelitian ini sama-sama meneliti tingkat konsumtif warga masyarakat Perbedaan: 1. Menggunakan penelitian kuantitatif
5	Perilaku Konsumtif Ditinjau dari Prinsip Konsumsi Islam (Studi Kasus Masyarakat Muslim Desa Hargomulyo Kecamatan Sekampung Kabupaten Lampung Timur. (2018)	Jenis penelitian lapangan bersifat kualitatif. Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode	Penyebab masyarakat di Desa Hargomulyo khususnya Ibu-ibu menjadi konsumtif dikarenakan faktor kepercayaan dan sikap terhadap iklan barang-barang baru dan tetangga kaya yang suka belanja. Pemahaman masyarakat tentang prinsip konsumsi dalam Islam juga belum semua memahami.	Persamaan: 1. Berupa penelitian kualitatif 2. Teknik pengumpulan data penulis menggunakan metode wawancara dan dokumentasi. 3. Sama-sama meneliti perilaku konsumtif masyarakat dari prinsip Konsumsi Islam.

		deduktif.		Perbedaan: 1. Tempat dilakukan penelitian berbeda. 2. Jumlah responden yang diteliti juga berbeda.
--	--	-----------	--	--

C. Kerangka Berpikir

Konsumtif adalah tindakan yang dilakukan seseorang dalam melakukan kegiatan konsumsi yang tidak tepat guna dan cenderung hanya sebagai pemenuh kepuasan nafsu semata tanpa memikirkan kepentingan dari perilaku konsumsi yang dilakukan. Perilaku konsumtif biasanya didasarkan pada rasa ingin memenuhi kepuasan dan keegoisan diri sendiri dan tidak sesuai dengan ekonomi Islam. Dilihat dari segi ekonomi Islam penerapan seorang muslim yang baik dalam melakukan kegiatan konsumsi adalah kegiatan yang hanya dilakukan untuk mendapatkan kebaikan dan tidak merugikan orang lain, sangat dilarang seorang mukmin untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang banyak menimbulkan keburukan dibandingkan kebaikan.

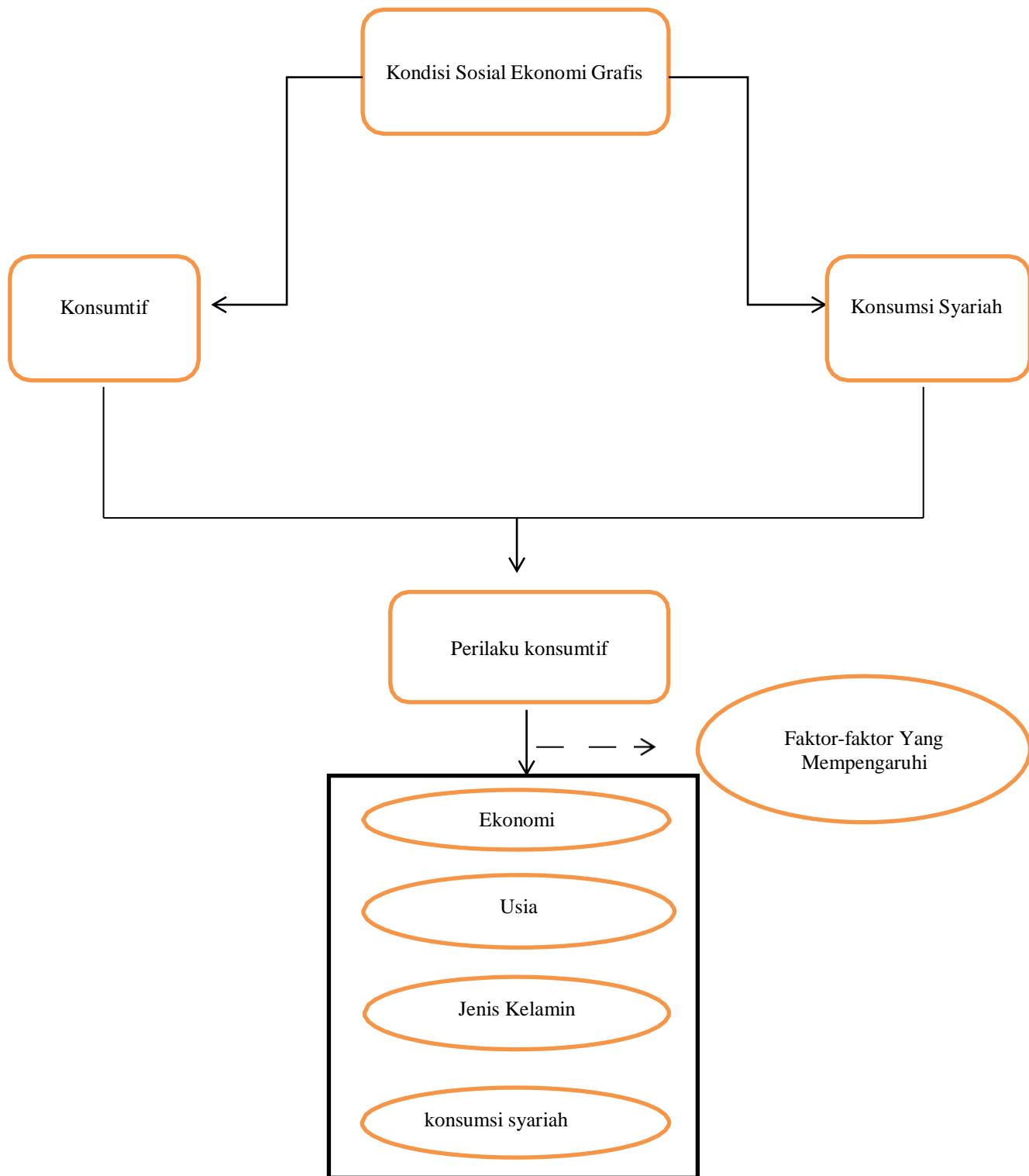
Ekonomi syariah atau yang lebih dikenal dengan ekonomi Islam melarang seseorang untuk melakukan konsumsi yang berlebih-lebihan dalam arti lain ekonomi Islam tidak memperbolehkan mukmin yang baik untuk melakukan pemborosan, sedangkan sikap konsumtif adalah sikap dimana seseorang melakukan hal-hal yang dilarang dalam ekonomi Islam yaitu boros dan bersifat tidak tepat guna sehingga menimbulkan banyak kerugian daripada kebermanfaatannya.

Desa Bumi Mulya adalah desa yang didominasi oleh hampir 100% penduduknya adalah warga muslim, dengan pekerjaan utama penduduknya adalah sebagai petani kelapa sawit. Masyarakat desa cenderung ingin memiliki kehidupan yang serba mudah dan serba instan. Karena masyarakatnya cenderung ingin memiliki kehidupan yang mudah salah satunya dalam hal pemenuhan kebutuhan pokok yaitu dalam bidang makanan, untuk itu penulis sangat tertarik untuk meneliti perilaku konsumtif warga masyarakat dengan melihat aktivitas mereka dalam hal pembelian produk makanan.

Untuk mengetahui perilaku konsumtif warga masyarakat, perlu adanya penelitian untuk melihat seberapa konsumtif dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam pembelian produk makanan yang meliputi tingkat ekonomi, tingkat umur, jenis kelamin, dan pemahaman mengenai konsumsi dari segi syariah. Masyarakat desa yang hampir 100% warga muslim membuat peneliti juga merasa tertarik untuk melihat berapa tingkat pemahaman mengenai ekonomi syariah dan apa pengaruh hal tersebut terhadap perilaku konsumtif masyarakat. Untuk itu penulis memberanikan diri mencantumkan ekonomi syariah untuk diteliti.

Berikut ini disusun kerangka berfikir konseptual dimana kerangka konseptual adalah panduan konseptual yang akan digunakan disaat melakukan analisis terhadap aspek yang akan dianalisis.

Berikut adalah kerangka pikir konseptual:



Grafik 1. Kerangka Berpikir

D. Kisi-kisi Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa paham responden mengenai perilaku konsumtif.
2. Bagaimana pemahaman responden mengenai perilaku konsumtif di dalam kehidupannya.
3. Apa tindakan-tindakan yang dilakukan responden untuk menghindari perilaku konsumtif.
4. Apa tindakan-tindakan responden untuk mengatasi masalah perilaku konsumtif.
5. Apakah responden mengetahui mengenai konsumsi Islam.
6. Apakah responden menerapkan prinsip konsumsi Islam di dalam kehidupan sehari-harinya.
7. Apakah responden bersedia menerapkan prinsip konsumsi Islam untuk menghindari perilaku konsumtif.