

HADITS NABI TENTANG KONSUMSI: ANALISIS KORELASI HADITS DENGAN PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL

Irma Rumtianing Uswatul Hanifah
Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
irma@iainponorogo.ac.id

Abstract: *In Islam the purpose of consumption is not merely to satisfy goods (utilities), but more importantly the means to achieve true satisfaction that is satisfaction in the hereafter. Satisfaction is not only associated with the material but also with the spiritual, even the satisfaction of the consumption of an object if the satisfaction is contrary to the spirits of Islam, then this satisfaction must be abandoned. Therefore, rational consumers in Islamic economics are consumers who can guide their behavior in order to achieve maximum satisfaction in accordance with Islamic norms. Satisfaction or well-being in the afterlife is the main alternative that should concern every individual. Consumers will use their income not only for momentary pleasure, but for the invisible pleasures that will be enjoyed in the afterlife. Therefore, the existing income is not all spent to meet worldly needs, but is also set aside for the needs of the hereafter through the provision of infak or almsgiving to others in need. The purpose of writing this article is to describe the correlation of the hadith of Prophet SAW about consumption with consumer behavior in the digital age, where many conveniences are offered from this activity, thus allowing consumers to forget what was once taught by Prophet SAW in consuming.*

Keywords: *consumer behavior, digital age, consumption*

Abstrak: Dalam Islam tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (*utilitas*), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yaitu kepuasan di akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan tetapi juga dengan rohaniah, bahkan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda jika kepuasan tersebut bertentangan dengan roh-roh Islam, maka kepuasan ini harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam ialah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam. Kepuasan atau kesejahteraan di akhirat merupakan alternatif utama yang harus menjadi perhatian setiap individu. Konsumen akan menggunakan pendapatannya bukan hanya untuk kesenangan sesaat, melainkan untuk kesenangan yang tidak tampak yang akan dinikmati di akhirat kelak. Oleh karena itu, pendapatan yang ada tidak semua dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, namun juga disisihkan untuk keperluan akhirat melalui pemberian infak maupun sedekah kepada orang lain yang membutuhkan. Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mendeskripsikan korelasi hadits Nabi SAW tentang konsumsi dengan perilaku konsumen di era digital, dimana banyak kemudahan yang ditawarkan dari kegiatan ini, sehingga memungkinkan konsumen melupakan apa yang pernah diajarkan oleh Nabi SAW dalam berkonsumsi .

Kata Kunci: perilaku konsumen, era digital, konsumsi

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk *homo economicus*, artinya manusia ekonomi. *Homo economicus* merupakan sosok manusia yang rasional dan bebas dalam menentukan berbagai pilihan yang ada untuk mencapai tujuan tertentu. Maka dalam setiap perilakunya manusia harus lebih bersifat rasional dalam memilih sumber daya yang tersedia¹. Namun, pada kenyataannya perilaku manusia khususnya perilaku konsumsi lebih mengarah pada perilaku konsumtif². Jika diperhatikan lebih lanjut, perilaku konsumtif ini cenderung terjadi di masyarakat yang ada di sekitar kita, khususnya pada kalangan wanita dan usia yang akan beranjak remaja.

Konsumsi adalah suatu tindakan manusia dalam mengurangi atau menghabiskan kegunaan suatu barang/ jasa untuk memenuhi kebutuhan. Menurut Soeharno³, konsumsi adalah kegiatan memanfaatkan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Sedangkan, menurut Miller & Stafford⁴, “konsumen merupakan setiap orang yang membeli atau menggunakan suatu produk”. Perilaku konsumsi masing-masing orang berkaitan dari sikap lingkungan hidup dan cara hidupnya serta pendapatannya.

Tujuan seseorang melakukan konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup, mengurangi nilai guna barang/ jasa, dan memperoleh kepuasan. Orang yang rasional dalam berkonsumsi akan menghemat sebagian uang yang dimilikinya untuk konsumsi dan menggunakan sisa uang untuk ditabung. Seseorang dianggap bertindak rasional apabila mereka mempertimbangkan semua aspek dan alternatif yang memberinya *utilitas* paling tinggi⁵. Hal ini harus tetap mempertimbangkan lingkungan ekonomi yang meliputi pendapatan, harga, tabungan, kredit, serta kondisi ekonomi secara umum⁶.

Dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah memaksimalkan *masalahah*. Menurut Imam Shatibi, istilah *masalahah* maknanya lebih luas dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. *Maslahah* merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. *Maslahah* adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini⁷. Ada lima elemen dasar, yakni: agama, kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti

* Penulis adalah dosen Hadits dan Ilmu Hadits Jurusan Ilmu Al Quran dan Tafsir IAIN Ponorogo.

1. Case, K.E. & R.C. Fair. Prinsip-prinsip Ekonomi (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). (Jakarta: Erlangga, 2007), 29

2 Septiana, Aldila. Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-Nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM. 2013),

3 Soeharno, *Teori Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009), 6

4 Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. *Economic Education for Consumers (4e)*. (USA: South-Western Cengage Learning, 2010), 25.

5 Suprapti, Ni W.S. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. (Denpasar-Bali: Udayana University Press, 2010.)

6 Malhotra, N.K. *Marketing Research: An Applied Orientation (Sixth Edition)*. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010), 78

7 Machasin. *Islam Teologi Aplikatif*, Cet. Ke-1. (Yogyakarta: Pustaka Alief. 2003),

atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*). Dengan kata lain, masalah meliputi integrasi manfaat fisik dan unsur-unsur keberkahan.

Dalam Islam tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (*utilitas*), namun yang lebih utama ada lah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yaitu kepuasan di akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan tetapi juga dengan rohaniah, bahkan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda jika kepuasan tersebut bertentangan dengan roh-roh Islam, kepuasan ini harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam ialah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam. Menurut Kahf, perilaku ekonomi manusia dalam kerangka ekonomi Islam ditentukan oleh tiga prinsip, yaitu keyakinan terhadap hari akhir, konsep keberhasilan, dan konsep harta/kekayaan. Keyakinan terhadap hari akhir akan menjadikan setiap individu mengarahkan perbuatan dan perilakunya untuk kebaikan di dunia dan akhirat. Kepuasan atau kesejahteraan di akhirat merupakan alternatif utama yang harus menjadi perhatian setiap individu. Konsumen akan menggunakan pendapatannya bukan hanya untuk kesenangan sesaat, melainkan untuk kesenangan yang tidak tampak yang akan dinikmati di akhirat kelak. Oleh karena itu, pendapatan yang ada tidak semua dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, namun juga disisihkan untuk keperluan akhirat melalui pemberian infak maupun sedekah kepada orang lain yang membutuhkan⁸.

Tulisan berikut akan menjelaskan bagaimana Nabi Saw. Mengajarkan kepada umat Islam untuk memiliki perilaku yang baik dalam konsumsi. Selain itu tulisan berikut juga akan menganalisis korelasi hadits dengan perilaku konsumen di era digital saat ini.

HADITS NABI TENTANG KONSUMSI DAN STATUS KUALITASNYA.

Hadits tentang Hidup Sederhana

حَدَّثَنَا هِشَامُ بْنُ عَبْدِ الْمَلِكِ الْحِمَصِيُّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ حَرْبٍ حَدَّثَنِي أَبِي عَنْ
 أُمِّهَا أَنَّهَا سَمِعَتْ الْمُقْدَامَ بْنَ مَعْدٍ يَكْرِبُ يَقُولُ سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ
 عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ مَا مَلَأَ آدَمِيَّ وَعَاءٌ شَرًّا مِنْ بَطْنٍ حَسْبُ الْآدَمِيِّ لُقَيْمَاتٌ
 يُقْمَنَ صَلْبُهُ فَإِنْ غَلَبَتْ الْآدَمِيَّ نَفْسُهُ فَتَلُتْ لِلطَّعَامِ وَتَلُتْ لِلشَّرَابِ وَتَلُتْ لِلنَّفْسِ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Hisyam bin Abdul Malik Al Himshi telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Harb telah menceritakan kepadaku Ibuku dari Ibunya bahwa dia berkata; saya mendengar Al Miqdam bin Ma'dikarib

⁸ Harahap, Isnaini dkk, Hadits-Hadits Ekonomi, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2015), 153-154

berkata, "Aku mendengar Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Tidaklah anak Adam memenuhi tempat yang lebih buruk daripada perutnya, ukuran bagi (perut) anak Adam adalah beberapa suapan yang hanya dapat menegakkan tulang punggungnya. Jika jiwanya menguasai dirinya, maka sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minum dan sepertiga untuk bernafas."

Setelah dilakukan penelusuran di Maktabah Syamilah, hadits tersebut terdapat dalam kitab Sunan Ibnu Majah dalam kitab makanan, bab sederhana dalam hal makan dan tidak berlebihan, hadits nomor 3340. Jalur sanad hadits tersebut adalah Hisyam bin Abdul Malik Al Himshi, dari Muhammad bin Harb, Ummu Muhammad bin Harb dari Ibunya dari Al Miqdam bin Ma'dikarib dari Rasulullah SAW. Rawi terakhir dari hadits tersebut adalah Hisyam bin Abdul Malik bin Imran Al Himshi berasal dari tabhaqat tabi'ut tabi'in kalangan biasa dengan Kunyah Abu Taqiy, hidup di Negeri Syam dan wafat pada tahun 251 H. Komentar ulama terhadapnya diantaranya disampaikan oleh Abu Hatim menilai Mutqin, Abu Daud menilai dla'if, An Nasa'i menilai la ba'sa bih, Ibnu Hibban menilai tsiqat, dan Ibnu Hajar Al Asqalani menilai shaduq tetapi punya keragu-raguan⁹. Dari komentar ulama tersebut dapat disimpulkan bahwa hadits tersebut bernilai hasan, karena ada yang menilai dla'if dan punya keragu-raguan.

Hadits tentang Larangan Berbuat Boros

حَدَّثَنَا يَزِيدُ بْنُ هَارُونَ أَخْبَرَنَا هَمَّامٌ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ عَمْرِو بْنِ شُعَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ كُلُوا وَاشْرَبُوا وَتَصَدَّقُوا وَالْبَسُوا غَيْرَ مَخِيلَةٍ وَلَا سَرَفٍ وَقَالَ يَزِيدُ مَرَّةً فِي غَيْرِ إِسْرَافٍ وَلَا مَخِيلَةٍ

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Yazid bin Harun telah mengkhabarkan kepada kami Hammam dari Qotadah dari 'Amru bin Syu'aib dari bapaknya dari kakeknya, dia berkata; bahwa Rasulullah Shallallahu 'alaihi wa Salam bersabda: "Makanlah, minumlah, bersedekahlah, dan berpakaianlah kalian dengan tidak merasa bangga dan sombong serta berlebih-lebihan." Kesempatan lain Yazid berkata: "dengan tidak isrof (berlebihan), dan tidak sombong."

Setelah dilakukan penelusuran di Maktabah Syamilah, hadits tersebut terdapat dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab Musnad sahabat yang banyak meriwayatkan hadits, bab Musnad Abdullah bin 'Amru bin Al Ash r.a, hadits nomor 6408. Hadits tersebut diriwayatkan oleh Yazid bin Harun yang berasal dari thabaqat tabi'ut tabi'in kalangan biasa dengan kunyah Abu Khalid dan tinggal di Negeri Hait dan wafat pada Tahun 206 H. Komentar ulama terhadap Yazid bin Harun diberikan oleh Yahya bin Ma'in dengan kualitas tsiqah, Ibnul Madini juga menilai tsiqah, Al 'Ajli juga menilai tsiqah, Abu Hatim tsiqah, Ibnu Sa'd juga menilai tsiqah, Ibnu Hibban menilai

⁹ Maktabah Syamilah, kitab Sunan Ibnu Majah dalam kitab makanan, bab sederhana dalam hal makan dan tidak berlebihan, hadits nomor 3340

tsiqah dan Ya'kub bin Syu'aibah juga menilai tsiqah¹⁰. Berdasarkan penilaian ulama terhadap Yazid bin Haru tersebut maka hadits tersebut nilainya shahih.

Hadits tentang Tidak Hidup Mewah

حَدَّثَنَا إِسْمَاعِيلُ قَالَ حَدَّثَنِي مَالِكُ بْنُ أَنَسٍ عَنْ نَافِعٍ عَنْ زَيْدِ بْنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ
عُمَرَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عَبْدِ الرَّحْمَنِ بْنِ أَبِي بَكْرِ الصِّدِّيقِ عَنْ أُمِّ سَلْمَةَ زَوْجِ
النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ الَّذِي
يَشْرَبُ فِي إِنَاءِ الْفِضَّةِ إِنَّمَا يُجْرَجُ فِي بَطْنِهِ نَارَ جَهَنَّمَ

Artinya: *Telah menceritakan kepada kami Isma'il dia berkata; telah menceritakan kepadaku Malik bin Anas dari Nafi' dari Zaid bin Abdullah bin Umar dari Abdullah bin Abdurrahman bin Abu Bakr As Siddik dari Ummu Salamah isteri Nabi shallallahu 'alaihi wasallam bahwa Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam bersabda: "Orang yang minum dari bejana yang terbuat dari perak, hanyasanya ia menuangkan neraka Jahannam ke dalam perutnya."*

Setelah dilakukan penelusuran di Maktabah Syamilah, hadits tersebut terdapat dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab sisa musnad sahabat Anshar, bab hadits Ummu Salamah r.a, hadits nomor 25381. Hadits tersebut diriwayatkan oleh Yazid bin Harun yang berasal dari thabaqat tabi'ut tabi'in kalangan biasa dengan kunyah Abu Khalid dan tinggal di Negeri Hait dan wafat pada Tahun 206 H. Komentar ulama terhadap Yazid bin Harun diberikan oleh Yahya bin Ma'in dengan kualitas tsiqah, Ibnul Madini juga menilai tsiqah, Al 'Ajli juga menilai tsiqah, Abu Hatim tsiqah, Ibnu Sa'd juga menilai tsiqah, Ibnu Hibban menilai tsiqah dan Ya'kub bin Syu'aibah juga menilai tsiqah¹¹. Berdasarkan penilaian ulama terhadap Yazid bin Harun tersebut, maka kesimpulan penulis hadits tersebut nilainya shahih.

Hadits tentang Perintah Berinfak

حَدَّثَنَا أَبُو النُّعْمَانِ قَالَ حَدَّثَنَا حَمَّادُ بْنُ زَيْدٍ عَنْ أَيُّوبَ عَنْ نَافِعٍ عَنْ ابْنِ
عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمَا قَالَ سَمِعْتُ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ح وَحَدَّثَنَا
عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مَسْلَمَةَ عَنْ مَالِكٍ عَنْ نَافِعٍ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ عُمَرَ رَضِيَ اللَّهُ
عَنْهُمَا أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ وَهُوَ عَلَى الْمُنْبَرِ وَذَكَرَ
الصَّدَقَةَ وَالتَّعَفُّفَ وَالْمَسْأَلَةَ الْيَدِ الْعُلْيَا خَيْرٌ مِنَ الْيَدِ السُّفْلَى فَالْيَدُ الْعُلْيَا هِيَ
الْمُنْفَقَةُ وَالسُّفْلَى هِيَ السَّائِلَةُ

¹⁰ Maktabah Syamilah, dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab sisa musnad sahabat Anshar, bab hadits Ummu Salamah r.a, hadits nomor 25381

¹¹ Maktabah Syamilah, dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab sisa musnad sahabat Anshar, bab hadits Ummu Salamah r.a, hadits nomor 25381

Artinya: Telah menceritakan kepada kami Abu An-Nu'man berkata, telah menceritakan kepada kami Hammad bin Zaid dari Ayyub dari Nafi' dari Ibnu'Umar radliallahu 'anhuma berkata; Aku mendengar Nabi Shallallahu'alaihiwasallam. Dan telah menceritakan kepada kami 'Abdullah bin Maslamah dari Malik dari Nafi' dari 'Abdullah bin 'Umar radliallahu 'anhua bahwa Rasulullah Shallallahu'alaihiwasallam bersabda ketika berada di atas mimbar, diantaranya Beliau menyebut tentang shadaqah dan masalah tangan yang diatas lebih baik dari pada tangan yang di bawah. Tangan yang diatas adalah yang memberi (mengeluarkan infaq) sedangkan tangan yang di bawah adalah yang meminta".

Setelah dilakukan penelusuran di Maktabah Syamilah, hadits tersebut terdapat dalam kitab Shahih Muslim, Kitab Zakat, bab Tangan diatas lebih baik dari tangan dibawah, hadits nomor 1715. Hadits tersebut diriwayatkan oleh Qutaibah bin Sa'id bin Jamil bin Tharif bin 'Abdullah dari Malik bin Anas bin Malik bin Abi 'Amir dari Nafi' maula Ibnu Umar dari Abdullah bin Umar bin Al Khatab bin Nufail, Qutaibah berasal dari thabaqat tabi'ul Atba' kalangan tua dengan kunyah Abu Raja' dan tinggal di Negeri Hims, wafat pada Tahun 240 H. Komentar ulama terhadap Qutaibah bin Sa'id bin Jamil bin Tharif bin 'Abdilah diberikan oleh Abu Hatim dengan kualitas tsiqah, An Nasa'i juga menilai tsiqah, Yahya bin Ma'in juga menilai tsiqah, Ibnu Hajar Al Asqalani juga menilai tsiqah¹². Berdasarkan penilaian ulama terhadap Qutaibah bin Sa'id bin Jamil bin Tharif bin 'Abdullah tersebut dan bahwa hadits tersebut terdapat dalam kitab shahih Muslim, maka kesimpulan penulis hadits tersebut nilainya adalah shahih.

PENJELASAN HADITS TENTANG KONSUMSI DAN PERILAKU KONSUMEN

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen. Secara bahasa, perilaku berarti tingkah, tindakan. Adapun secara terminologi perilaku adalah kegiatan atau aktivitas organisme (makhluk hidup) yang bersangkutan, sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar dan mempunyai bentangan yang sangat luas, antara lain berjalan, berbicara, menangis, dan bekerja. Konsumen (consumer) berarti orang yang melakukan konsumsi. Secara bahasa, konsumsi berarti merusak, menghabiskan, menyita, memakan atau meminum habis, dan menghamburkan. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, konsumsi berarti pemakaian hasil barang produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya)," Konsumen adalah orang menikmati kegunaan suatu barang atau jasa untuk dirinya, bukan untuk dijual atau diolah atau dikerjakan kembali.

Dari penjelasan di atas, maka dapat dipahami bahwa konsumsi adalah pemanfaatan atau pendayagunaan segala sesuatu yang dibutuhkan manusia, tidak

¹² Maktabah Syamilah, dalam kitab Shahih Muslim, Kitab Zakat, bab Tangan diatas lebih baik dari tangan dibawah, hadits nomor 1715.

identik dengan makan dan minum dalam istilah teknis sehari-hari. Namun, konsumsi sering diidentikkan dengan makan dan minum karena yang populer dikenal masyarakat luas tentang konsumsi adalah makan dan minum.¹³

Para pakar ekonomi dalam mendefinisikan konsumsi terdapat perbedaan, namun secara umum konsumsi didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi juga memiliki pengertian yang sama sebagaimana dalam ekonomi konvensional, namun, memiliki perbedaan yang mendasar yaitu terletak pada tujuan pencapaian konsumsi itu sendiri dan cara pencapaiannya harus memenuhi pedoman syariah Islam.

Qal'ahjiy berpendapat bahwa konsumsi adalah melenyapkan zat sesuatu atau menghabiskan manfaat sesuatu untuk memperoleh manfaatnya¹⁴. Sedang menurut Mannan (seorang profesor dari *Islamic Research and Training Institute Islamic Development Bank*, Jeddah), konsumsi merupakan permintaan, adapun produksi adalah penawaran atau penyediaan. Menurut beliau, perbedaan ilmu ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi konvensional."

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik pemahaman bahwa perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Penjelasan Konteks Hadits

Hadits tentang Hidup Sederhana

Dalam Wikipedia dijelaskan, bahwa hidup sederhana atau gaya hidup minimalis adalah praktik sukarela untuk menyederhanakan hidup seseorang seperti tinggal di rumah minimalis atau tidakkan amengurangi jumlah dan jenis harta kepemilikan. Ciri gaya hidup sederhana adalah perasaan puas dan cukup terhadap "apa yang dibutuhkan", bukan "apa yang diinginkan". Para penganut gaya hidup minimalis bisa memiliki berbagai motivasi untuk menjalankan lakunya, misalnya demi spiritualitas, kesehatan, menambah kuantitas waktu spesial di tengah-tengah keluarga dan para sahabat, menyeimbangkan waktu bekerja dan menikmati hidup, selera pribadi, berhemat, atau mengurangi sampah dan mencegah stres. Gaya hidup minimalis juga bisa muncul sebagai respons aktif atas materialisme, dan konsumtivisme.

Dalam ekonomi Islam konsumsi didefinisikan dengan memakan makanan yang baik, halal, dan bermanfaat bagi manusia (QS. al-Maidah [5]: 4,5; al-Baqarah [2]: 172;

¹³ Isnaini Harahap dkk, *Hadits-Hadits Ekonomi*,.....154 - 155

¹⁴

al-Mu'minuun [23]: 51, dan an-Nahl [16]: 114), pemanfaatan segala anugerah Allah SWT di muka bumi (QS. al-A'raaf [7]: 32), atau sebagai sebuah kebajikan, karena kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah wujud ketaatan kepada-Nya (QS. al-Baqarah [2]: 35, 168). Maksud dari ayat-ayat tentang konsumsi tersebut adalah bahwa seorang konsumen muslim tidak bisa mengonsumsi segala barang yang diinginkan, dan harus memperhatikan kualitas dan kemurnian barang yang di konsumsi. Seorang konsumen muslim juga harus mengonsumsi barang sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan hak hak orang lain yang ada di dalamnya. Maka dari itu term kesederhanaan merupakan salah satu prinsip dasar dalam konsumsi yang harus dijaga dan di imolementasikan..

Implikasi prinsip kesederhanaan ini adalah bahwa konsumen boleh mengonsumsi barang asalkan barang tersebut mampu memberikan kebaikan serta kesempurnaan dalam usaha mengabdikan diri kepada Allah SWT. Oleh karena itu, berdasarkan Hadis di atas, Islam menganjurkan agar dalam berkonsumsi manusia jangan terlalu kenyang karena hal tersebut akan menghambat pergerakan dan aktivitas yang lain¹⁵. Dalam hadits Nabi pernah dijelaskan bahwa makan setelah lapar dan berhenti makan sebelum kenyang.

Hidup sederhana tidak selalu berada dalam kemiskinan, melainkan merasa puas, bersyukur, serta menghindari dari sikap berlebihan. Dalam istilah modern, hidup sederhana dapat dilakukan dengan menerapkan gaya minimalis. Artinya, barang-barang dibeli atau mengonsumsi makanan sesuai kebutuhan, bukan terus menuruti keinginan yang tak ada habis-habisnya. Dalam uraian "Bahagia Hidup Sederhana" yang diterbitkan Kementerian Agama RI, dinyatakan bahwa sikap sederhana dalam Islam bermakna kanaah, yang artinya menerima keadaan dengan ikhlas, bersabar dalam kesusahan, dan bersyukur ketika diberi nikmat dan keberuntungan. Lawan sikap sederhana adalah perbuatan boros yang diimbau agar dihindari setiap muslim, sebagaimana firman Allah SWT: "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya," (Q.S. Al-Isra[17]: 27). Hidup ikhlas dan sederhana bukan berarti menerima tekanan hidup begitu saja, abai berusaha, bukan juga bermalasan, dan pasrah menerima takdir. Hidup ikhlas dan sederhana dilakukan dengan berniat, berusaha, ikhtiar sesuai kemampuannya dengan maksimal, serta diiringi dengan tawakal kepada Allah SWT sebagai Dzat yang patut disembah dan berserah diri.¹⁶

Hadits tentang Larangan Berbuat Boros

Orang yang memiliki banyak uang atau mendapat tambahan gaji seperti THR, biasanya berpengaruh pada hawa nafsu belanja akan meningkat. Tanpa sadar uang yang

¹⁵ Isnaini Harahap, *Hadits-Hadits Ekonomi*, 10-151

¹⁶ Baca selengkapnya di artikel "Hidup Ikhlas dan Sederhana Menurut Islam: Pengertian serta Maknanya", <https://tirto.id/gbAt>.

diterima diluar gaji rutin tersebut sudah habis digunakan entah untuk barang yang memang dibutuhkan atau bukan. Padahal sebaiknya manusia tidak mengikuti hawa nafsu berbelanja tersebut, apalagi sebagai umat Islam yang dalam ajarannya, agama Islam memang mengajarkan untuk mengendalikan hawa nafsu, termasuk nafsu belanja. Salah satu contohnya adalah dari ibadah puasa pada bulan Ramadhan. Islam dan puasa sebenarnya memberi pelajaran untuk lebih mudah disiplin mengatur pengeluaran agar tidak boros.

Prinsip pokok dalam berkonsumsi salah satunya adalah tidak boros, yang mengandung pengertian bahwa dalam berkonsumsi konsumen muslim mengedepankan kesederhanaan, yakni menganjurkan agar dalam berkonsumsi sampai pada tingkat minimum (standar), sehingga bisa mengekang hawa nafsu dan keinginan kepada konsumsi yang berlebihan (QS. al-Furqaan [25]: 67; al Araaf [17]: 31; al-Baqarah [2]: 219). Konsumsi yang berlebihan adalah perbuatan yang tidak terpuji karena termasuk pemborosan atau *israf*. Islam menganjurkan konsumsi yang dilakukan dengan seimbang, yaitu tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan (QS. al-Furqaan [25]: 67). Kikir dapat diartikan ketika seseorang tidak mengonsumsi harta yang dimiliki untuk diri dan keluarganya sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya. Islam menganggap perbuatan ini sebagai suatu kejahatan, karena di samping tidak bersyukur karunia Allah (QS. Ali-Imran [3]: 80; an-Nisaa' [4]: 36-37) juga karena dianggap menyembunyikan harta sehingga mengurangi tingkat penggunaan, dan dengan demikian mengurangi tingkat produksi dan kesempatan kerja dalam masyarakat. Sementara berlebih-lebihan berarti menghambur-hamburkan kekayaan dan keinginan yang tidak penting. Praktik ini juga dilarang karena dapat mempercepat penipisan input-input produksi. Prinsip kesederhanaan juga mengajarkan kepada konsumen apabila pendapatan konsumen meningkat, penda patan tersebut seharusnya tidak digunakan untuk meningkatkan volume konsumsi, namun untuk kesejahteraan sosial (QS. al-Israa' [17]: 26; al-Baqarah [2]: 273; al-Ma'aarij [70]: 24-25; at-Taubah [9]: 60).¹⁷

Hadits tentang Tidak Hidup Mewah

Sebagaim agama adalah agama yang komprehensif dan universal, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat dan mengingatkan agar manusia tidak terlena dalam kehidupan yang materialistis dan hedonistis. Hal itu bukan berarti bahwa Islam melarang manusia untuk menikmati kehidupan dunia, Allah SWT telah memberikan manusia berbagai macam kenikmatan yang menunjang kehidupan manusia yang dinamis, berupa pakaian, minuman, makanan, perumah, kendaraan, alat komunikasi, alat rumah tangga, dan sebagainya. Hal penting yang harus diperhatikan adalah bahwa Allah SWT mengingatkan kepada manusia untuk tidak berbuat boros dan berlebih-lebihan (*israf*). Termasuk dalam perilaku *israf* atau berlebih-lebihan adalah implementasi watak manusia yang terus ingin menukar dan mengganti sesuatu yang dikonsumsi, padahal fungsi dan kualitas barang yang lama masih bagus. Allah SWT

¹⁷ Isnaini Harahap, Ibid, 151-152

sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Seseorang yang belanja dengan israf, tanpa skala prioritas *masalah*, sehingga lebih besar pengeluarannya daripada penghasilannya akan mendatangkan bencana bagi diri dan keluarganya. Dia akan terjerat utang yang berkepanjangan atau kesulitan hidup masa depan. Islam juga mengingatkan manusia untuk berinfak ketika penghasilannya melebihi kebutuhan, tidak lebihpun penghasilannya juga tetap diperintahkan untuk berinfak. Karena keberkahan harta akan diperoleh bagi orang yang suka berinfak¹⁸.

Rasulullah SAW bersabda, "*Jauhilah gaya hidup mewah. Sesungguhnya hamba-hamba Allah itu bukan orang-orang yang bermewah-mewahan.*" Dalam **hadist** lain, Rasulullah SAW bersabda, "*Sesungguhnya hidup sederhana termasuk bagian dari iman.*"

Gaya hidup mewah sering disebut dengan hedonism dan ia adalah adalah musuh ekonomi yang tersembunyi. Keberadaan hedonisme di masyarakat tentu akan berdampak pada egoisme konsumen. oleh karena itu, sikap hedonisme harus dihindari. untuk membatasi keegoisan, Islam mengajarkan umatnya untuk memprioritaskan *mashlahah*. Berbeda dengan hedonisme, *mashlahah* memiliki parameter yang dapat diukur. Keegoisan dapat dicegah dengan konsep untuk melindungi kekayaan, diri (jiwa), agama, keluarga dan intelektual. Islam melarang keberadaan sikap hedonisme dan mendorong sikap mempromosikan *mashlahah*.

Hadits tentang Perintah Berinfak

Tujuan konsumsi dalam Islam bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (*utilitas*), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yaitu kepuasan di akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan tetapi juga dengan rohaniah, bahkan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda jika kepuasan tersebut bertentangan dengan roh-roh Islam, maka hal itu harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam ialah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam. Menurut Kahf, perilaku ekonomi manusia dalam kerangka ekonomi Islam ditentukan oleh tiga prinsip, yaitu keyakinan terhadap hari akhir, konsep keberhasilan, dan konsep harta/kekayaan. Keyakinan terhadap hari akhir akan menjadikan setiap individu mengarahkan perbuatan dan perilakunya untuk kebaikan di dunia dan akhirat. Ke puasan atau kesejahteraan di akhirat merupakan alternatif utama yang harus menjadi perhatian setiap individu. Konsumen akan menggunakan pendapatannya bukan hanya untuk kesenangan sesaat, melainkan untuk kesenangan yang tidak tampak yang akan dinikmati di akhirat kelak. Oleh karena itu, pendapatan yang ada tidak semua dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, namun juga disisihkan untuk keperluan akhirat melalui pemberian infak maupun sedekah kepada orang lain yang membutuhkan.

¹⁸ Ibid, 152-153

Keberhasilan dalam Islam diukur dengan keridhaan Allah, Segala perbuatan yang dilakukan harus selaras dan tidak bertentangan dengan apa-apa yang telah ditetapkan Allah. Kekayaan, tenaga, waktu, semuanya harus digunakan untuk jalan Allah, bukan untuk kepeningangan diri sendiri. Kekayaan atau harta dalam Islam merupakan amanah Allah yang harus dibelanjakan secara benar, adil, dan seimbang, yaitu tidak boros, tidak kikir, dan tidak pula mubazir. Harta yang dimiliki tidak semata-mata untuk dikonsumsi, tetapi juga untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Itulah kenapa Islam kemudian memotivasi umatnya untuk menyalurkan sebagian rezekinya dengan menyebutkan bahwa tangan yang di atas, yaitu orang-orang yang memberikan sebagian dari rezeki yang dimilikinya adalah perbuatan yang mulia, karena dengan memberikan infak kita dapat membantu orang yang sedang kesusahan, yatim piatu, dan juga dapat membantu orang yang terkena musibah. Sehingga kita dapat mempererat hubungan antara sesama.

Infaq/sedekah adalah hal mulia yang diajarkan pada banyak agama. Sedekah pada dasarnya adalah membagi sedikit rejeki yang dimiliki untuk orang lain. Mereka yang hidupnya kekurangan materi atau membutuhkan bantuan secara sosial, merekalah orang-orang yang berhak menerima sedekah. Banyak orang menganggap sedekah sebagai bentuk buang-buang uang, padahal ini adalah bagian dari pelajaran akan keikhlasan.

Diantara manfaat dari infaq/sedekah adalah sebagai tanda syukur atas nikmat rizki dan kesehatan badan yang telah diberikan, memberikan keberkahan pada rizki dan keluarga, membantu kehidupan orang lain, mempererat tali silaturahmi, membuka pintu rizki dan melipatgandakannya, memperpanjang warisan, dan sebagai naungan dihari kiamat¹⁹.

Hikmah dari melakukan infaq dan sedekah adalah diampuni segala dosanya. Orang yang berinfaq dan bersedekah akan terhindar dari siksa neraka karena semua dosanya sudah diampuni. Di dalam sebuah hadits dijelaskan bahwa harta yang diinfaqkan akan menjadi benteng pada saat hari pembalasan kelak. Dengan banyaknya keuntungan yang didapatkan melalui sedekah, umat Islam dianjurkan untuk gemar berinfaq/sedekah dalam kondisi apapun.

Prinsip-Prinsip Perilaku Konsumen Muslim

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*).

¹⁹ Diriwayatkan dalam hadis riwayat Ahmad, Rasulullah bersabda, "*Naungan bagi seorang mukmin pada hari kiamat adalah sedekahnya.*"

Utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan seorang konsumen ketika mengonsumsi sebuah barang.²⁰ Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Rasionalnya, konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Kepuasan dan perilaku konsumen dalam kajian ekonomi konvensional mempunyai dua hal yang perlu dikritisi, yaitu: *Pertama*, Tujuan konsumen yaitu mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa yang dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. Hal ini perlu dikritik karena barang yang memuaskan belum tentu identik dengan barang yang membawa manfaat atau kebaikan. *Kedua*, Batasan konsumsi hanya terpaku pada *budget constraints* (batas anggaran). Sepanjang ada anggaran, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengonsumsi barang yang diinginkan. Sikap ini akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan barang yang dikonsumsi.²¹

Berbeda dengan tujuan konsumsi konvensional, seorang Muslim dalam melakukan konsumsi lebih mempertimbangkan masalah daripada utilitas. Masalah berasal dari kata salah yang berarti baik. Dalam arti yang umum masalah bermakna segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik maupun menghasilkan, seperti menghasilkan keuntungan atau dalam arti menolak atau menghindarkan, seperti menolak kemudaratan atau kerusakan. Kekuatan masalah dapat dilihat dari segi tujuan syara' dalam menetapkan hukum, yang berkaitan dengan lima prinsip pokok bagi kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Juga dapat dilihat dari tingkat kebutuhan dan tuntutan kehidupan manusia pada lima hal tersebut, yaitu: *Pertama*, masalah darurat yaitu kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan manusia, baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika dia luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. Masalah darurat ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak, maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar. *Kedua*, masalah haji yaitu segala sesuatu yang oleh hukum syara' tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan, dan *ihthyath* (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut. Dan *Ketiga*, masalah *tahsiniyyat* yaitu tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok di atas serta tidak pula menimbulkan kesulitan. Sekiranya kemaslahatan tidak dapat diwujudkan dalam kehidupan tidaklah menimbulkan kesulitan dan kegoncangan serta rusaknya tatanan kehidupan manusia.²²

²⁰ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, Cet. IV (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 127

²¹ *Ibid*, 128

²² Amir Syaifuddin, *Ushul Fiqh* Jilid 2, Cet. V, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2011), 345. Lihat Juga pada *Asy Syatibi Al MUwafaqat*, Jilid III (Saudi Arabia: Dar Ibn Affan, 1997), 17 – 23.

Tujuan dari syariat Islam dalam berkonsumsi adalah pencapaian *masalahah*. *Maqasid* syariah menghendaki aktivitas dan tujuan konsumsi adalah dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan beragamanya. Konsumsi dalam Islam mempunyai tingkatan pemenuhan kebutuhan. Islam memberikan norma-norma dan batasan-batasan pada individu dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup mereka. Norma dan batasan ini pada akhirnya yang membentuk pola perilaku konsumsi tertentu bagi individu Muslim yang secara zahir membedakannya dengan perilaku (lifestyle) yang tidak memiliki roh konsumsi Islam.

Menurut Yusuf Qardhawi, ada beberapa norma dasar yang menjadi landasan dalam berperilaku konsumsi seorang muslim, antara lain yaitu: Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir, tidak melakukan kemubadziran., tidak hidup mewah dan boros, kesederhanaan, dan mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang bersifat pribadi,²³

Tidak *israf* merupakan tuntutan yang harus disesuaikan dengan kondisi seseorang, karena kadar yang dinilai cukup bagi seseorang. belum tentu cukup bagi orang lain. Boleh jadi, *israf* pada seseorang. tetapi tidak *israf* bagi orang lain. Maka yang lebih tepat tidak *israf* di maknai dengan berbuat proporsional dalam berbagai hal, baik makan, minum, pakaian, alat rumah tangga, dan sebagainya.

Allah SWT sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Sese orang yang belanja dengan *israf*, tanpa skala prioritas *maqasid* (masla hah), sehingga lebih besar spending dari penghasilan akan membuah kan bencana, yaitu akan mencelakakan dirinya. Kebutuhan manusia tentu tidak sebatas makan, minum, pakaian, perumahan, tetapi juga kendaraan, sarana komunikasi dan alat-alat teknologi lainnya, seperti handphone, komputer, notebook, dan alat rumah tangga yang mem permudah kehidupan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan terse but, manusia sering tidak pernah merasa puas dengan apa yang telah dinikmati (dikonsumsi). Manusia sering dihindangi penyakit tamak. lika manusia telah mendapatkan dan menikmati sesuatu, maka ia ingin mendapatkan yang satu lainnya. Hal ini sesuai dengan Hadis Rasulullah SAW yang berbunyi:²⁴

حدثنا عبد الله حدثني أبي حدثنا محمد بن جعفر وحجاج قالوا حدثنا شعبة عن عاصم بن بهدلة عن زر بن حبیش عن أبي بن كعب قال ان رسول الله صلى الله عليه وسلم قال ان الله تبارك وتعالى امرني أن أقرأ عليك القرآن قال فقرأ الم يكن الذين كفروا من أهل الكتاب قال فقرأ فيها ولو ان بن آدم سأل واديا من مال فأعطيه لسأل ثانيا فأعطيه لسأل ثالثا ولا يملأ جوف بن آدم الا التراب ويتوب الله على من تاب وان ذلك الدين القيم عند الله الحنيفة غير المشركة ولا اليهودية ولا النصرانية ومن يفعل خيرا فلن يكفره

²³ Yusuf Qordhawi, Norma dan etika Ekonomi Islam, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), 137

²⁴ Ahmad bin Abdullah Asy- Syaibani, Musnad Ahmad bin Hanbal, juz V (Kairo: Muasshasah, T, th),

"Abdullah bercerita kepada kami telah berbicara ayahku, berka ta Muhammad bin Ja'far dan Hajjaj, keduanya berkata, bercerita kepada kami Syu'bah dari 'Ashim bin Buhdalah dari Zar bin Hubaisy, dari Ubay bin Ka'ab berkata, bahwasanya Rasulullah SAW bersabda, "Sesungguhnya Allah Tabaraka wa Ta'ala menyuruhku untuk membacakan kepadamu Al-Qur'an. Dia (Ubay) berkata, kemudian Beliau membaca (orang-orang kafir dari ahli kitab). Kata Ubay, di dalamnya Beliau membaca 'Jika seandainya anak Adam meminta satu wadah berupa harta lalu diberikan wadah itu kepadanya, maka pasti dia meminta yang kedua, dan jika diberikan maka pasti akan meminta yang ketiga. Dan tidaklah penuh mulut anak Adam itu kecuali diisi dengan debu dan Allah mene rima tobat bagi orang yang bertaubat. Dan, sesungguhnya agama yang lurus di sisi Allah adalah yang hanif bukan musyrik atau Ya hudi dan bukan pula Nasrani. Bagi siapa yang mengerjakan keba jikan, maka dia tidak pernah mengingkari-Nya.

Tuntunan Islam dalam mengonsumsi makanan dan minuman yaitu mencari yang ma'ruf dan baik. Dalam mencari barang yang hendak dikonsumsi, setiap insan harus menjauhi godaan-godaan setan yang senantiasa bermaksud menjerumuskan manusia kepada perbuatan tercela, seperti korupsi, pungli, dan mencuri. Selain itu, Al-Qur'an mengingatkan agar manusia tidak hanyut dan tenggelam dalam kehidupan yang materialistis dan hedonis. Akan tetapi hal itu bukan berarti bahwa Islam melarang manusia untuk menikmati ke hidupan dunia ini. Sebagai anugerah Allah, Dia memberikan segala nya kepada manusia, berupa pakaian, minuman, makanan, peruma han, kendaraan, alat komunikasi, alat rumah tangga, dan lain-lain.

Kekayaan atau harta dalam Islam merupakan amanah Allah yang harus dibelanjakan secara benar, yaitu harus seimbang dan adil, tidak boros, tidak kikir, dan tidak pula mubazir. Harta yang dimiliki tidak semata-mata untuk dikonsumsi, tetapi juga untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Hal ini yang membedakan antara perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dengan ekonomi Islam. Nafkah atau infak harus dilakukan dalam rangka ketaatan ke pada Allah SWT. Pada hakekatnya, apa pun yang diinfakkan adalah untuk kebaikan diri sendiri dan diganti oleh Allah SWT. Hal ini tertera dalam Al-Qur'an pada surah Muhammad (47) ayat 38 dan Saba' (34) ayat 39.

- QS. Muhammad (47) ayat 38:

متأنيّة هؤلاء تدعون لتنفقوا في سبيل الله فمنكم من يخجل ومن يبخل فإنما يتخل عن نفسه، والله الغني وأنتم الفقراء وإن تتولوا يستبدل قوما غيركم ثم لا

يكونوا أمثلكي

Ingatlah, kamu ini orang-orang yang diajak untuk menafkahkan (hartamu) pada jalan Allah. Maka di antara kamu ada yang kikir, dan siapa yang kikir sesungguhnya Dia hanyalah kikir terhadap dirinya sendiri, dan Allah-lah yang Mahakaya sedangkan kamu lah orang-orang yang berkehendak (kepada-Nya); dan

jika kamu berpaling niscaya Dia akan mengganti (kamu) dengan kaum yang lain; dan mereka tidak akan seperti kamu ini.

QS. Saba' [34] ayat 39;

قل إن ربى ينشط الرزق لمن يشاء من عباده، ويقدر له " وما أنفقتم من شيء فهو تخلفه، وهو خير الرازقيت -

Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezeki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)." dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezeki yang sebaik-baiknya.

Menurut Metwally, ada beberapa perbedaan perilaku konsumen Muslim dan non-Muslim, di antaranya adalah ; *Pertama*, seorang konsumen muslim tidak hanya mencapai kepuasan (utility) dari konsumsi barang dan penguasaan barang tahan lama, tapi fungsi utilitasnya juga berpusat sekitar kepuasan yang dikehendaki Allah. Hal ini berarti kepuasan konsumen Muslim memiliki fungsi sedekah. *Kedua*, Jumlah barang dan jasa yang dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim berbeda dengan konsumen non-muslim walaupun barang tersebut sama-sama tersedia. *Ketiga*, seorang Muslim dilarang menerima atau membayar bunga dari berbagai pinjaman. *Keempat*, Pendapatan seorang konsumen Muslim dapat dioptimalkan, yaitu pendapatan bersih setelah zakat. *Kelima*, Seorang konsumen muslim harus memperhitungkan konsumsinya dan tidak boleh menghamburkan hartanya.²⁵

Prinsip moralitas juga terlihat dari ajaran Islam yang menganjurkan agar menyebut nama Allah sebelum makan dan minum dan mengucapkan alhamdulillah setelah melakukan konsumsi. Demikian pula dalam berpakaian, naik kendaraan, dan lain-lain. Dengan demikian konsumen Muslim akan merasakan kehadiran Ilahi pada proses konsumsi barang-barang yang dibutuhkannya. Hal ini penting, karena Islam menghendaki perpaduan perilaku material dan nilai-nilai spiritual.

Dengan demikian, prinsip akhlak islami mengajarkan bahwa konsumsi harus dapat memenuhi etika, adat kesopanan, dan perilaku terpuji. Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan hanya untuk memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat (*falah*). Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan *maslahah*. Jadi, tujuan konsumen Muslim bukan memaksimumkan *utility*, tetapi memaksimumkan *maslahah*.

Parameter kepuasan dalam ekonomi Islam bukan hanya terbatas pada benda-benda konkret (materi), tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak, seperti

²⁵ M.M., Metwally, Teori dan Model Ekonomi Islam, (Jakarta: Bangkit Daya Insana, 1995), 26-29.

amal saleh yang dilakukan manusia. Kepuasan dapat timbul dan dirasakan oleh seorang manusia Muslim ketika harapan mendapat kredit poin dari Allah SWT melalui amal salehnya. Dengan demikian, jelas terlihat bahwa perilaku ekonomi Islam tidak didominasi oleh nilai alamiah yang dimiliki oleh setiap individu. Terdapat nilai di luar diri manusia yang kemudian membentuk perilaku ekonomi. Nilai ini diyakini sebagai tuntunan utama dalam hidup dan kehidupan manusia²⁶.

KORELASI HADITS NABI SAW TENTANG KONSUMSI DENGAN PERILAKU KONSUMEN DI ERA DIGITAL.

Manusia banyak memiliki kebutuhan hidup yang beraneka ragam dan memiliki tingkatan yang secara umum terbagi menjadi tiga, yaitu kebutuhan primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tertier (*tahsiniyyat*). Dalam kebutuhan primer manusia, sejak dahulu hingga sekarang menurut M. Quraish Shihab dapat dikatakan sama, yaitu kebutuhan pangan, sandang dan papan. Sedangkan untuk kebutuhan sekunder dan tertier, yang menduduki peringkat kedua dan ketiga setiap orang tidak sama kebutuhan tergantung kebutuhan dan kemampuan. Hal tersebut sudah tertulis dalam Al-Qur'an surat At Thaaha ayat 118 s.d 119 yang artinya: "*Sesungguhnya kamu tidak akan kelaparan dan telanjang di dalamnya. Dan sesungguhnya kamu tidak akan merasa dahaga dan tidak (pula) akan ditimpa panas matahari di dalamnya*". (QS. Thaahaa [20]: 118-119).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa di dalam surga disediakan pangan, atau dalam bahasa ayat di atas "tidak lapar dan tidak dahaga. Sandang digambarkan dengan kata "tidak telanjang" dan papan disebutkan dengan kalimat "tidak disengat matahari." Ketiga jenis kebutuhan tersebut memotivasi manusia untuk berusaha memenuhi kebutuhannya melalui konsumsi berbagai barang yang terkadang muncul tindakan ekstrem dalam konsumsi tersebut²⁷.

Dalam memenuhi kebutuhannya, sebagian orang ada yang sangat berlebihan dalam berkonsumsi sehingga menimbulkan sikap israf, namun sebaliknya ada yang terlalu kikir dan bakhil dalam melakukan konsumsi. Konsumsi dalam Islam harus dilandasi nilai-nilai spiritualisme dan keseimbangan. Selain itu, konsumsi dalam Islam memiliki dua sisi, yaitu untuk diri sendiri dan orang lain, yaitu saudara seiman yang miskin melalui kegiatan infak dan sedekah.

Toko online atau *online shop* merupakan fenomena baru di era globalisasi saat ini. *Online shop* kini sudah menjamur luas di Indonesia bahkan, sudah dikenal baik oleh berbagai kalangan, mulai dari orang biasa, artis, figur publik, pejabat pemerintah bahkan presiden. *Online shop* memberikan warna baru bagi perubahan berkonsumsi masyarakat. *Online Shop* adalah proses transaksi jual beli barang yang bisa dilakukan secara *online* tanpa harus bertatap muka langsung dengan pembeli maupun penjual.

²⁶ Isnaini Harahap, Ibid 162

²⁷ Isnaini Harahap, dkk., *Hadits-Hadits Ekonomi* (Jakarta: Kencana, 2015), 149

Dengan berbelanja melalui *online*, konsumen akan mendapatkan pengalaman berbeda yang tidak bisa didapatkan bila berbelanja secara konvensional.

Awal perkembangannya, *online shop* digunakan oleh perusahaan perdagangan yang memutuskan untuk mencoba strategi baru pemasaran di dunia maya. Namun jumlah *online shop* yang dikelola oleh perseorangan jauh lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan perdagangan tersebut. Tahun 1994 *online shop* sudah diperkenalkan kepada masyarakat, awal mula sistem penjualan *online* dikenal dengan istilah *electronic commerce* atau *e-commerce*. *E-commerce* merupakan suatu transaksi yang dilakukan antara penjual dan pembeli atau dengan pihak lain dalam hubungan perjanjian yang sama untuk mengirimkan sejumlah barang, pelayanan atau peralihan hak dimana komersial ini terdapat dalam media elektronik (media digital) yang secara fisik tidak memerlukan pertemuan para pihak dan keberadaan media ini dalam *public network* (sistem tertutup).²⁸

Aktivitas berbelanja online atau online shopping menjadi gaya hidup baru bagi pengguna internet. Komunikasi terbuka yang sejajar, datar dan luas menimbulkan komunikasi tak terbatas antar pengguna internet. Sehingga pada akhirnya akan membuka peluang terjadinya proses transaksi jual beli. Platform atau forum jual beli sering digunakan bagi pengguna internet laki-laki untuk belanja online. Sedangkan pengguna internet perempuan cenderung memilih situs jejaring sosial yaitu sebesar 50,6% dan 24% laki-laki.²⁹

Pola jual beli yang berubah dari manual menjadi digital, memungkinkan konsumen juga berubah perilakunya konsumsinya. Tawaran kemudahan dan diskon serta hadiah yang menggiurkan tentu akan menjadi daya tarik tersendiri dari yang semula tidak ingin membeli lalu membeli produk yang ditawarkan tersebut. Sehingga kadang-kadang barang yang dibeli tidak terpakai dan akhirnya tidak berguna. Perilaku semacam ini tentu tidak sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, dimana unsur masalah menjadi prioritas dalam perilaku konsumen.

Media sosial sangat dominan menjadi pengubah perilaku belanja masyarakat Indonesia. Perubahan perilaku belanja utamanya terjadi pada konsumen yang menjadikan belanja secara daring (*online*) sebagai pilihan utama. Peningkatan belanja daring tercatat dari laman nextren. grid.id dengan nilai 5 miliar dollar AS. Pada 2018,

²⁸ Miranda Sofia, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau," *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan mu Politik Universitas Riau*, No. 1, (2017).

²⁹ Wibowo Bambang Setio, "Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif serta dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa," *Bisnis Teori Dan Implementasi*, 1 (Februari 2020).

Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) menyatakan bahwa sektor belanja daring menjadi primadona investasi³⁰.

Salah satu puncak dari belanja online adalah pada masa Ramadan 2018 lalu yang jatuh pada pertengahan Mei hingga pertengahan Juni. Riset konsumen yang dirilis lembaga riset Snapcart pada pekan ketiga Juli terhadap sedikitnya seribu responden menunjukkan bahwa selama Ramadan 2018, program belanja di berbagai situs belanja diketahui konsumen melalui media sosial. Sebanyak 52 persen responden mengetahui program Konsumen mengetahui program tersebut melalui iklan televisi (44 persen), kabar dari mulut ke mulut (word mouth 18 persen), dan berita media massa (9 persen).

Tahun 2019 penggunaan media sosial untuk belanja online semakin meningkat, terlebih lagi tahun 2020 saat masa pandemi covid-19 dan pppm diberlakukan diseluruh Indonesia belanja online menjadi pilihan utama. Berbagai macam produk makanan, minuman, fashion, kosmetik, elektronik dan kebutuhan rumah tangga lainnya dapat dengan mudah didapatkan tanpa harus keluar rumah barang sudah sampai pada alamat pembeli.

Pakaian dan aksesoris fashion masih menjadi yang paling banyak dibeli konsumen dengan jumlah produk yang mencapai 40 persen dari total responden. Selain itu, beberapa produk lain seperti produk digital (28 persen), produk kosmetik dan personal (21 persen), kebutuhan rumah tangga (17 persen), sepatu (16 persen), dan produk tas (15 persen) juga diminati konsumen. Riset di atas juga membuktikan bahwa orang Indonesia memilikiciri khas saat Ramadhan dan Idul Fitri yakni memakai baju baru. Selanjutnya, riset juga memunculkan kenyataan bahwa konsumen pria paling sering membeli pakaian. Sesudah itu, pria juga menaruh minat membeli gawai dan aksesorisnya. Angkanya menyentuh 16 persen³¹.

Selain pakaian dan aksesoris, produk makanan juga menjadi pilihan konsumen disaat tidak boleh makan ditempat. Aplikasi Go Food banyak dimiliki oleh pemilik ponsel. Disaat malas memasak dan bingung menentukan menu makanan, Go Food adalah alternatif untuk mendapatkan makanan tanpa repot harus keluar rumah.

Jual beli secara online seperti ini telah merubah perilaku masyarakat dari konvensional menjadi digital. Sehingga perilaku konsumtif bukan tidak mungkin akan menyertai pola kehidupan masyarakat di zaman yang serba digital. Perilaku konsumen adalah sesuatu yang kompleks dan multidimensi. Multidimensi menjelaskan perilaku konsumen yang membahas berbagai aspek konsumen dalam pengambilan keputusan. Proses pengambilan keputusan ini dipengaruhi oleh banyak faktor seperti demografis, psikografis, gaya hidup dan nilai-nilai. Kompleksitas pengambilan keputusan yang akan semakin meningkat seiring naiknya kebutuhan dan keinginan pelanggan akan pertimbangan beberapa pihak seperti teman dan keluarga.

³⁰ Erlita Ridanasti, *Perilaku Konsumen 4.0; Konsep dan Transformasi* (Yogyakarta; Stel Kendo Kreatif, 2020), 27

³¹ *Ibid*, 28

Sehingga yang perlu diperhatikan bagi para konsumen adalah nilai-nilai masalah dalam kegiatan jual beli tersebut, agar terhindar dari hal-hal yang dilarang dalam agama. Sikap hidup sederhana, tidak boros, tidak hidup mewah dan perintah untuk melakukan infaq yang diperintahkan oleh Rasulullah Saw. adalah hal-hal yang senantiasa harus dilakukan oleh umat Islam di tengah zaman yang serba digital.

KESIMPULAN

Dalam berkonsumsi, seorang muslim dituntut untuk memperhatikan nilai-nilai *masalah*, bukan sekedar untuk mencapai kepuasan. Sikap hidup sederhana, tidak boros, tidak hidup mewah dan perintah untuk melakukan infaq yang diperintahkan oleh Rasulullah Saw. adalah hal-hal yang senantiasa harus dilakukan oleh umat Islam di tengah zaman yang serba digital. Digitalisasi dalam model pertukaran barang dan jasa telah memudahkan manusia mendapatkan segala kebutuhan hidup dengan sangat cepat dan murah. Lahirnya teknologi digital ini tentu merupakan hal yang sangat menggembirakan dan disambut baik. Namun, harus disadari bahwa dampak negatif dari lahirnya teknologi digital merupakan sesuatu yang harus diperhatikan juga. Gaya hedonism dan suka berlenih-lebihan dalam berkonsumsi adalah hal yang menyertai kemudahan berbelanja di era digital saat ini.

Hadits Rasul terkait tentang konsumsi tersebut sudah selayaknya untuk dibumikan dan implementasikan oleh umat Islam dalam kehidupan sehari-hari, agar manusia memiliki kontrol diri disaat segala kemungkinan kepuasan diri dapat diperoleh dengan mudah dengan kecanggihan teknologi yang diciptakan untuk kemudahan dan kesejahteraan manusia. Sehingga bukan hanya kepuasan di dunia saja yang diperoleh, tetapi juga kepuasan di akhirat.

REFERENSI

- Ahmad bin Abdullah Asy- Syaibani, Musnad Ahmad bin Hanbal, juz V (Kairo: Muasshasah, T, th)
- Amir Syaifuddin, Ushul Fiqh Jilid 2, Cet. V, (Jakarta: Kencana Prenada Gorup, 2011)
- Asy Syatibi Al MUwafaqat, Jilid III (Saudi Arabia: Dar Ibn Affan,1997)
- Baca selengkapnya di artikel "Hidup Ikhlas dan Sederhana Menurut Islam: Pengertian serta Maknanya", <https://tirto.id/gbAt>.
- Case, K.E. & R.C. Fair. Prinsip-prinsip Ekonomi (Wibi Hardani & Devri Barnadi, Ed.) (Jilid 1 Edisi 8). (Jakarta: Erlangga, 2007)
- Erlita Ridanasti, Perilaku Konsumen 4.0; Konsep dan Transformasi (Yogyakarta; Stel Kendo Kreatif, 2020)
- Harahap, Isnaini dkk, Hadits-Hadits Ekonomi, Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2015)
- M.M., Metwally, Teori dan Model Ekonomi Islam, (Jakarta: Bangkit Daya Insana, 1995)
- Machasin. Islam Teologi Aplikatif, Cet. Ke-1. (Yogyakarta: Pustaka Alief. 2003)
- Maktabah Syamilah, dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab sisa musnad sahabat Anshar, bab hadits Ummu Salamah r.a, hadits nomor 25381
- Maktabah Syamilah, dalam kitab Musnad Imam Ahmad bin Hanbal, kitab sisa musnad sahabat Anshar, bab hadits Ummu Salamah r.a, hadits nomor 25381
- Maktabah Syamilah, kitab Sunan Ibnu Majah dalam kitab makanan, bab sederhana dalam hal makan dan tidak berlebihan, hadits nomor 3340
- Maktabah Syamilah,dalam kitab Shahih Muslim, Kitab Zakat, bab Tangan diatas lebih baik dari tangan dibawah, hadits nomor 1715.
- Malhotra, N.K. *Marketing Research: An Applied Orientation (Sixth Edition)*. (New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2010)
- Miller, R. LeRoy. & A.D. Stafford. *Economic Education for Consumers (4e)*. (USA: South-Western Cengage Learning, 2010)
- Miranda Sofia, "Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau," *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan mu Politik Universitas Riau*, No. 1, (2017).
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, Ekonomi Islam, Cet. IV (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012)
- Septiana, Aldila. Pengaruh Economics Literacy terhadap Perilaku Konsumsi yang Dimediasi oleh Nilai-Nilai Budaya Lokal dan Promosi pada Siswa SMA Negeri Se Kota Pamekasan. Tesis tidak diterbitkan. Malang: PPs-UM. 2013)
- Soeharno, *Teori Ekonomi Mikro*. (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2009)
- Suprpti, Ni W.S. *Perilaku Konsumen: Pemahaman Dasar dan Aplikasinya dalam Strategi Pemasaran*. (Denpasar-Bali: Udayana University Press, 2010.)
- Wibowo Bambang Setio, "Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif serta dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa," *Bisnis Teori Dan Implementasi*, 1 (Februari 2020).
- Yusuf Qordhowi, Norma dan etika Ekonomi Islam, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997)