

PERILAKU KONSUMEN: WORLDVIEW QS. AL-QASHASH/28: 77

Aniq Akhmad Ali Bawafie¹

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar¹
alibawafi20@gmail.com¹

Halimah Basri¹

Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar¹
halimah.basri@uin-alauddin.ac.id²

Zuhaira Millatina³

Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara³
zuhairamillatina@gmail.com³

Keywords:

Consumer Behaviour;
Islamic Ethics;
Maslahah

ABSTRACT

Distinctive features of Muslim consumer behaviour include the tendency to choose products with halal certification, concern for ethical practices in sourcing and production, and the desire to support businesses that are in line with their Islamic values. The research method used is a literature study that follows a structured drafting process. Consumer behaviour in Islamic economics is considered holistic and based on ethics, from the selection of goods to their use, as well as the benefits obtained from consumed goods. Consumer behaviour in Islam focuses on the basic idea that humans tend to choose goods and services that provide maximum benefits (maslahah). In the view of Islamic economics, objects are not seen as perfect substitutes for each other. In Islamic economics, consumer behaviour is considered holistic and based on ethics, from the selection of goods to their use, as well as the benefits derived from the goods consumed. Muslim consumers are encouraged not to follow a consumptive lifestyle fuelled by lust, known as Tarf. Furthermore, the fulfilment of needs is done based on the level of kemashlahatan required to support an Islamic life.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Perilaku Konsumen;
Etika Islam;
Maslahah.

Ciri khas perilaku konsumen Muslim antara lain kecenderungan untuk memilih produk dengan sertifikasi halal, perhatian terhadap praktik etis dalam sumber dan produksi, serta keinginan mendukung bisnis yang sesuai dengan nilai-nilai Islam mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah studi literatur yang mengikuti proses penyusunan yang terstruktur perilaku konsumen dalam ekonomi islam dianggap holistik dan didasarkan pada etika, mulai dari pemilihan barang hingga penggunaannya, serta manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi. Perilaku konsumen dalam islam menitikberatkan pada ide dasar bahwa manusia cenderung memilih barang dan jasa yang memberikan manfaat maksimum (maslahah). Pandangan ekonomi Islam, benda-benda tidak dilihat sebagai substitusi yang sempurna satu sama lain. Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen dianggap holistik dan didasarkan pada etika, mulai dari pemilihan barang hingga penggunaannya, serta manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi. Konsumen Muslim dianjurkan untuk tidak mengikuti gaya hidup konsumtif yang

dipicu oleh hawa nafsu, yang dikenal sebagai Tarf. Lebih lanjut, pemenuhan kebutuhan dilakukan berdasarkan tingkat kemashlahatan yang diperlukan untuk mendukung kehidupan yang Islami.

PENDAHULUAN

Islam merupakan salah satu agama dengan pertumbuhan paling cepat, dengan penganutnya disebut sebagai Muslim. Berdasarkan proyeksi populasi yang dihitung oleh Pew Research Centre pada tahun 2017, jumlah umat Muslim diprediksi akan mencapai 2,99 miliar pada tahun 2060, atau sekitar 31 persen dari populasi global. Dengan jumlah populasi saat ini menurut agama, Muslim merupakan kelompok konsumen yang besar dan berkembang pesat. (Floren, 2019)

Indonesia saat ini menempati posisi keempat di dunia dalam hal kuantitas penduduk, sesudah Cina, India, dan Amerika Serikat. Menurut komposisi penduduk, umat Muslim mencapai 85% dari populasi Indonesia. Sebagai Muslim, mereka diharapkan untuk mengikuti aturan Islam, salah satunya adalah mengkonsumsi barang-barang halal. (Handriana dkk., 2020)

Perilaku konsumen Islami mengacu pada kebiasaan pembelian, preferensi, dan proses pengambilan keputusan dari mereka yang mengikuti keyakinan dan nilai-nilai Islam. (Magd & McCoy, 2014) Prinsip dan nilai-nilai ini mencakup kepatuhan terhadap produk dan layanan halal, konsumsi yang etis, serta mempertimbangkan keyakinan agama dalam membuat keputusan pembelian. Perilaku konsumen Muslim dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti ajaran agama, norma budaya, keyakinan pribadi, dan keinginan untuk mematuhi prinsip-prinsip Islam. (Muhammad Iskandar Hamzah dkk., 2020)

Beberapa ciri khas perilaku konsumen Muslim antara lain kecenderungan untuk memilih produk dengan sertifikasi halal, perhatian terhadap praktik etis dalam sumber dan produksi, serta keinginan mendukung bisnis yang sinkron dengan ajaran-ajaran Islam mereka. Pada diskusi ini, tradisi dan etnisitas muncul sebagai pengaruh penting terhadap praktik keagamaan. Selain itu, faktor-faktor seperti konteks budaya atau lokasi geografis seseorang juga dianggap relevan dalam proses pengambilan keputusan mereka. (Hayford & Trinitapoli, 2011)

Untuk berhasil memasuki pasar konsumen Muslim, bisnis harus memahami dan menghargai faktor-faktor ini serta menyesuaikan produk serta layanan mereka untuk melengkapi kepentingan dan preferensi konsumen Muslim. Selain itu, bisnis perlu membangun kepercayaan dan kredibilitas dengan konsumen Muslim dengan memberikan informasi yang transparan mengenai status halal produk mereka, memastikan praktik yang etis dan berkelanjutan, serta secara aktif berinteraksi dengan komunitas Muslim. (Abdullah, 2018)

LANDASAN TEORI

1. Overview QS. al- Qashash/28: 77

Surat al-Qashash termasuk dalam surat-surat Makkiah serta terdapat 88 ayat. Artinya, surat ini diturunkan ketika kaum Muslimin berada di kota Mekah,

di mana jumlah mereka masih sedikit dan dalam kondisi lemah, sementara kaum kafir Quraisy berada dalam kondisi kuat dan berkuasa. Surat al-Qashash yang berarti cerita atau kisah, dinamai demikian karena pada ayat 25 terdapat kata "قصص". Kata "قصص" dan kata-kata yang mempunyai akar yang sama muncul 26 kali dalam Al-Qur'an, tersebar di 12 surat dan 21 ayat. Oleh karena itu, kisah atau cerita merupakan penggalan yang tidak terpisahkan dari al-Qur'an, yang berfungsi untuk menolak kepercayaan-kepercayaan yang salah. (Qomar, 2019, h. 28)

Surat al-Qashash merupakan surat yang terlengkap dalam menampung kisah Nabi Musa a.s., sehingga berdasarkan sebuah kisah, surat ini juga disebut dengan surat Musa. Selain itu, ayat 77-81 menggambarkan Nabi Musa a.s. dan Qarun yang marah dan sedih karena sakit hati yang dideritanya. Kisah ini diceritakan sebagai peringatan bagi kaum musyrik Mekah yang menindas umat Islam, sebagian karena kekayaan mereka. (Setiono, 2023, h. 602)

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ

Terjemahnya:

Dan, carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (pahala) negeri akhirat, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia. Berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.” (Kemenag RI, 2019) (QS. al-Qashash Ayat 77)

Ayat di atas dan ayat-ayat yang berdekatan menceritakan tentang Qarun, seorang yang sangat kaya pada masa Nabi Musa a.s. Menurut Abu Bakar al-Jazairi dalam tafsir *Aysarut Tafasir*, Qarun bin Yashar adalah sepupu Nabi Musa a.s. Allah memberinya kekayaan melimpah hingga diperlukan beberapa orang kuat hanya untuk mengangkat kunci-kunci gudang hartanya (al-Qashash: 76). Qarun menjadi sombong dan menganggap bahwa kekayaannya adalah hasil dari kepandaianya sendiri. Dia berpikir bahwa Allah memberinya kekayaan tersebut karena Allah mengetahui bahwa dia layak memilikinya (al-Qashash: 78). Ayat 77 yang akan kita bahas adalah nasihat dari kaumnya (Bani Israil) yang melihat kesombongan Qarun atas hartanya. (Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 270)

Al-Qur'an berisi berbagai kisah, termasuk kisah Qarun, memberikan pelajaran penting bagi kita sebagai umat Nabi Muhammad saw.. Kisah ini mengingatkan umat Islam untuk tidak meniru tindakan Qarun dengan kekayaannya. Selain itu, kita juga dianjurkan untuk mengikuti nasihat yang diberikan oleh kaum Nabi Musa a.s. kepada Qarun.

Allah berfirman:

لَقَدْ كَانَ فِي قَصَصِهِمْ عِبْرَةٌ لِأُولِي الْأَلْبَابِ مَا كَانَ حَدِيثًا يُفْتَرَى وَلَكِنْ تَصْدِيقَ الَّذِي بَيْنَ يَدَيْهِ وَتَفْصِيلَ كُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً لِّقَوْمٍ يُؤْمِنُونَ

Terjemahnya:

Sungguh, pada kisah mereka benar-benar terdapat pelajaran bagi orang-orang yang berakal sehat. (Al-Qur'an) bukanlah cerita yang dibuat-buat, melainkan merupakan pembenar (kitab-kitab) yang sebelumnya, memerinci segala sesuatu, sebagai petunjuk, dan rahmat bagi kaum yang beriman. (Kemenag RI, 2019) (QS. Yusuf Ayat 111)

Ada dua pandangan utama tentang siapa yang dimaksud dalam kisah mereka (قَصَصِهِمْ). Pendapat pertama menyatakan bahwa yang dimaksud adalah kisah Nabi Yusuf a.s. dan kaumnya, sebagaimana diungkapkan oleh ar-Razi, al-Mawardi, Ibnu Abbas, ath-Thabari, dan beberapa mufasir lainnya. Menurut Thanthawi, Ibnu Katsir, al-Syinqithi, dan beberapa mufasir lainnya, riwayat para nabi dan umatnya adalah yang dimaksud.(Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 271) Merujuk pada pendapat kedua, umat Islam sebaiknya mengambil hikmah dari kisah Qarun. Dengan demikian, kita bisa menghindari kemurkaan Allah swt. dan menyelamatkan diri dari siksa-Nya di akhirat nanti.(Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 271)

2. Tafsir Ekonomi QS. al-Qashash Ayat 77

Surat al-Qashash ayat 77 mengandung setidaknya empat pembahasan utama. *Pertama*, perintah untuk mencari manfaat untuk akhirat, seperti yang ditunjukkan dalam kalimat "وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ". Ibnu Katsir mengartikan lafazh *وَابْتَغِ* dengan *اسْتَغْمِلْ* yang berarti "gunakanlah"(Katsir, 1999, h. 253), yaitu sebuah perintah untuk memanfaatkan. Sementara itu, Abu Bakar al-Jazairi (Al-Jazairi, n.d., h. 184) dan Ibnu Abbas (Ibnu Abbas, n.d., h. 412) mengartikan lafazh tersebut dengan *أَطْلُبْ* yang berarti "carilah". Meskipun terdapat perbedaan dalam pemilihan kata, maknanya tetap sama. Pernyataan ini merupakan nasihat dari kaum Bani Israil kepada Qarun agar senantiasa menggunakan harta berlimpah dan kenikmatan lain yang telah Allah berikan untuk taat kepada-Nya dan mendekatkan diri kepada-Nya.(Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 272) Menurut Ibnu Abbas, pernyataan ini menyiratkan, "Carilah kehidupan setelah dunia, yaitu surga, dengan apa yang telah Allah berikan kepadamu berupa harta".(Ibnu Abbas, n.d., h. 412)

Arahan dalam ayat tersebut adalah firman Allah yang menceritakan ajakan kepada kaum Qarun untuk mengejar kebahagiaan ukhrawi dengan menaati aturan-aturan Allah dan melakukan perbuatan-perbuatan baik. Ada juga ajakan bagi Qarun untuk menghindari kekayaan yang berlebihan. Menurut al-Zamakhsyariy, anugerah Allah kepada Qarun berupa kekayaan dan kesuksesan diakui secara luas di antara kaumnya. Kekayaan dan kemakmuran seperti itu harus didistribusikan kepada mereka yang membutuhkan sebagai jaminan kenikmatan abadi. Penggunaan huruf *jar* "في" dalam hubungannya dengan frasa "ابْتَغِ" adalah komponen penting dari anugerah Qarun.(Millati & Arif, 2021, h. 255)

Harta bukan menjadi tujuan hidup seperti yang dijadikan pedoman oleh kaum kapitalis dan hedonis, namun dalam perspektif Islam, manusia selama hidup di dunia boleh meraih kebahagiaan dunia akhirat dengan memanfaatkan karunia Allah.(Azzumi dkk., 2023, h. 47) Para kapitalis beranggapan jika setelah kematian tidak ada kehidupan dan boleh jadi mereka mengetahui namun dengan sengaja tidak menghiraukan, padahal Allah swt. berfirman pada surah al-Kahf/18: 35-36,

وَدَخَلَ جَنَّتَهُ وَهُوَ ظَالِمٌ لِّنَفْسِهِ قَالَ مَا أَظُنُّ أَنْ تَبِيدَ هَذِهِ أَبَدًا وَمَا أَظُنُّ السَّاعَةَ قَائِمَةً وَلَئِنْ رُجِدْتُ إِلَىٰ رَبِّي لَأَجِدَنَّ خَيْرًا مِّنْهَا مُنْقَلَبًا

Terjemahnya:

Dia memasuki kebunnya dengan sikap menzalimi dirinya sendiri (karena angkuh dan kufur). Dia berkata, "Aku kira kebun ini tidak akan binasa selama-

lamanya, aku kira hari Kiamat tidak akan datang dan sekiranya aku dikembalikan kepada Tuhanku, pasti aku akan mendapat tempat kembali yang lebih baik daripada ini.”(Kemenag RI, 2019)

Keyakinan para kapitalis, kekayaan dapat memberikan kebahagiaan dan kesenangan pada hidup mereka. Mereka rela mengabaikan kepentingan publik demi keuntungan maksimal bagi sekelompok kecil individu. Korupsi dan monopoli dalam bisnis adalah wujud nyata dari keserakahan manusia, yang berasal dari individualisme kapitalis yang tidak terkendali.(Lahuri dkk., 2022, h. 106) Allah telah menganjurkan untuk tidak memakan harta orang lain dengan cara yang batil (QS./2: 188 dan QS./4: 39).

Para kapitalis merupakan gambaran perilaku Qorun pasa masa ini dengan penampilan dan strategi yang boleh jadi berbeda, akan tetapi memiliki kesamaan dalam keserakahan. Perilaku kapitalis tersebut telah banyak menjadi penyakit pada konglomerat dan mengakibatkan kesenjangan pendapatan. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Indonesia, rasio gini telah meningkat selama tiga tahun terakhir yakni 0,381 pada 2022, 0,384 pada tahun 2021, dan 0,388 pada tahun 2023. Semakin tinggi angka *gini ratio*, maka juga bisa dibaca semakin terjadi kesenjangan distribusi pendapatan.

Kedua, larangan melupakan komponen duniawi dalam pernyataan " وَلَا تَنْسَ " وَ لَا تَنْسَ مِنْ الدُّنْيَا "نَصِيَّتِكَ". Larangan ini sebenarnya bermakna bahwa Qarun diperbolehkan untuk merasakan kekayaannya. Tujuan dari kampanye ini adalah untuk menghilangkan mitos bahwa memahami realitas dunia adalah hal yang mustahil. النَصِيْب adalah bagian dari keadilan. Ibnu Katsir(Katsir, 1999, h. 253) mendefinisikannya sebagai kebutuhan akan sandang, pangan, minum, papan, dan pasangan hidup. Larangan ini dimaksudkan untuk menjaga agar kenikmatan barang-barang duniawi tetap legal. Dengan demikian, Allah tidak sebatas memerintahkan makhluk-Nya untuk fokus beribadah, tetapi juga memberi mereka izin untuk melakukan pekerjaan duniawi.

Kalimat ini menjustifikasi perlunya keterlibatan ekonomi bagi semua Muslim. Bahkan, Islam mewajibkan umatnya untuk bekerja untuk menafkahi diri mereka sendiri, istri, dan keluarga mereka. Menafkahi istri dan anak-anak adalah salah satu hak yang harus ditegakkan. Islam melarang umatnya untuk hidup bergantung pada orang lain, misalnya dengan mengemis.(Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 277) Islam menuntun umatnya agar bersikap *zuhud*. *Zuhud* bukan berarti meninggalkan kesenangan hidup, berpakaian lusuh, atau hidup dalam kemiskinan. *Zuhud* juga tidak maksudnya berdiam diri di masjid sepanjang hari dan tidak melakukan apapun kecuali beribadah. Hal itu tidak benar karena meninggalkan harta benda sangatlah sederhana, terutama jika tujuannya adalah untuk mendapatkan pujian dan dukungan dari orang lain. Beberapa orang hanya mengandalkan pemberian dari orang lain, yang mengaku sebagai ahli ibadah atau keturunan Nabi Muhammad. Sebenarnya, Islam mendorong para pengikutnya untuk memakmurkan bumi, bekerja, dan menguasai dunia tanpa diperdaya olehnya.(Abdul Muqit, 2020, h. 39) Maka, dilarang bagi seorang Muslim untuk lebih disibukkan dengan kehidupan dunia dan mengabaikan kehidupan akhirat, atau sebaliknya.(Bahar, 2022, h. 826)

Namun demikian, ada sejumlah Muslim yang lebih memprioritaskan kebutuhan orang lain dibandingkan kebutuhan diri sendiri. Orang-orang ini lebih

dekat kepada Allah, mengesampingkan kepentingan duniawi. Seperti yang dilakukan oleh Abu Bakar ash-Shiddiq r.a., yang diceritakan oleh Umar bin Khaththab r.a., ia menyedekahkan seluruh hartanya. Namun, tindakan seperti ini tidak berlaku untuk semua orang. Diriwayatkan manakala Nabi Muhammad saw. pernah menolak sampai tiga kali ketika seorang laki-laki menemuinya untuk menyerahkan segenggam emas untuk disedekahkan. (Al-Faizin & Akbar, 2018, h. 279) Kemudian muncul pertanyaan, mengapa Nabi Muhammad memperbolehkan manakala Abu Bakar ash-Shiddiq memberikan semua kekayaan yang dimilikinya? Penjelasan adalah bahwa Nabi Muhammad mengakui ketulusan niat Abu Bakar dan kekuatan imannya, dan dia didukung oleh istri dan keluarganya. Manakala seseorang tidak yakin dengan kekuatannya sendiri atau pengabdian keluarganya, dia tidak boleh memberikan semua uangnya dan meninggalkan keluarganya. (Al-Qardhawi, 1997, h. 141–142)

Ketiga, instruksi untuk berbuat baik dalam frase "وَأَحْسِنْ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ". Sebenarnya, instruksi ini telah diperhitungkan oleh instruksi untuk mencari persiapan untuk kehidupan sesudah kematian yang sudah diuraikan sebelumnya. Penyebutan ulang ini bertujuan untuk memperkuat argumen yang terhubung dengan kata-kata berikutnya, yaitu perintah untuk berperilaku baik dengan cara yang sama seperti yang dilakukan Allah terhadap Qarun. Paralelisme antara perintah Allah untuk berbuat baik kepada Qarun dan apa yang diberikan-Nya kepada Qarun menekankan pentingnya mensyukuri setiap berkat. Penggunaan perintah "أَحْسِنْ" dihapus untuk menjadikan perintah berbuat baik merangkul segala aspek; baik terhadap diri sendiri, komunitasnya, dan seluruh ciptaan Allah.

Keempat, peringatan untuk tidak merusak di bumi yang disampaikan dalam frasa "وَلَا تَنۡغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ" dimaksudkan untuk mengingatkan untuk tidak mencampurkan keburukan dengan kebaikan. Hal ini disebabkan keburukan selalu menjadi lawan kata dari kebaikan. Oleh karena itu, anjuran untuk berbuat baik sejalan dengan penolakan untuk melakukan hal yang tidak baik. Pada bagian larangan tersebut, istilah "الْأَرْضِ" memiliki makna bumi yang ditinggali oleh manusia. Terkadang, tindakan merusak terhadap bumi secara fisik ditunjukkan oleh Allah di beberapa tempat. Berikutnya, frasa "إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ" merupakan justifikasi untuk melarang perilaku merusak di bumi. Ini karena manusia dilarang melakukan hal yang tidak disukai oleh Allah. Contohnya adalah kasus Qarun, seorang dari Bani Israel yang sebenarnya percaya pada satu Tuhan tetapi ragu terhadap ajaran Musa a.s.. Dia justru menjadi sombong dan melakukan tindakan merusak. (Millati & Arif, 2021, h. 255–258)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai merupakan studi literatur yang mengikuti proses penyusunan yang terstruktur. Langkah-langkahnya dimulai dengan melakukan tinjauan literatur terhadap buku referensi, jurnal ilmiah, dan penelitian terkait untuk mendukung tujuan penulisan artikel. Data dikumpulkan melalui survei langsung serta dari sumber kepustakaan. Sumber data diperoleh dari sumber primer serta sekunder. Sumber primer merujuk pada sumber-

sumber data asli, sementara sumber sekunder didapatkan dari asal-asal lain yang tidak langsung terhubung dengan sumber primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumen dalam Pandangan Islam

Perilaku manusia dalam perspektif Islam tentang kehidupan di dunia melihat dunia sebagai visi realitas dan kebenaran yang muncul di hadapan pikiran untuk melahirkan segala jenis keberadaan. Pandangan seperti itu tidak hanya mementingkan diri sendiri, tetapi juga memperhatikan seluruh anggota masyarakat tanpa memandang agama mereka. Berbeda dengan ekonomi tradisional yang menganggap seseorang sebagai ekonom rasional, Islam memberi pelajaran kebiasaan konsumsi yang seimbang, menghindari berlebihan atau terlalu sedikit. Berdasarkan pemikiran Abdul Mannan, larangan Islam tentang konsumsi diatur oleh lima prinsip, yaitu: (Sari Lubis & Padli Nasution, 2023, h. 185–186)

- a. Prinsip keadilan: Islam memiliki *overview* yang tidak sama mengenai apa yang boleh dan dilarang dilakukan dalam hal konsumsi, terutama terkait dengan mencegah penyakit dan bahaya. Dengan menjaga kesejahteraan, konsumen Muslim setiap saat harus melindungi hak orang lain yang berhak menerima dan menghindari segala bentuk diskriminasi. Menurut Al-Qur'an, kesejahteraan adalah tujuan hukum, karena keadilan bertujuan untuk membebaskan manusia menuju kesalehan dan menghasilkan kesejahteraan bagi masyarakat.
- b. Prinsip kemurnian: Kamu harus mengonsumsi makanan yang enak dan halal; jika tidak, itu bisa menjadi menjijikkan atau merugikan tubuh dan jiwa manusia.
- c. Prinsip kesederhanaan: Prinsip ini mengatur tingkah laku manusia dalam makan, minum, berpakaian, atau tempat tinggal, agar tidak berlebihan.
- d. Prinsip kedermawanan: Konsumsi manusia juga harus memperhatikan orang lain yang membutuhkan. Jika masih ada banyak makanan dan minuman, berikanlah kepada mereka yang benar-benar membutuhkannya.
- e. Prinsip moralitas: Manusia memiliki kehendak bebas yang berarti mereka memiliki nilai moral yang tidak terlepas dari kausalitas. Konsumen tradisional biasanya membangun moralitas ini hanya dengan mengikuti prinsip Utilitas, persetujuan, dan persetujuan.

Ekonomi Islam pada dasarnya berfokus pada pandangan manusia terhadap kekayaan. Ini mencakup semua tindakan manusia dalam mencari kekayaan (produksi), mengelola kekayaan (penyimpanan), dan menggunakan kekayaan (konsumsi). Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen dianggap holistik dan didasarkan pada adab, sejak dari memilih barang hingga pemakaiannya, serta manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi. Konsumen Muslim dianjurkan untuk tidak mengikuti gaya hidup konsumtif yang dipicu oleh hawa nafsu, yang dikenal sebagai *Tarf*. Islam sangat menentang *Tarf* karena dianggap sebagai penyebab bencana dan kerusakan dalam kehidupan umat manusia.

Semua orang memiliki prinsip-prinsip dan norma etika dalam Islam yang berlaku baik untuk kepentingan dunia maupun kehidupan akhirat. Teori perilaku konsumen Islam juga didasarkan pada prinsip-prinsip syariah Islam, yang meliputi nilai-nilai dasar yang melandasi teori, motivasi, dan tujuan konsumsi, sehingga strategi pemilihan dan alokasi anggaran untuk konsumsi dipengaruhi oleh keinginan untuk memaksimalkan manfaat dalam memenuhi kebutuhan. (Septrimadona, 2023, h. 53)

2. Masalah dalam Perilaku Konsumen Islam

Dalam Islam, perilaku konsumen didasarkan pada ide dasar bahwa orang harus memilih produk dan layanan yang memberikan manfaat paling besar. Hal ini sejalan dengan prinsip rasionalitas dalam ekonomi Islam, di mana setiap pelaku ekonomi berusaha memaksimalkan manfaat yang diperoleh melalui konsumsi. Dalam Al-Qur'an, istilah "masalah" sering dikaitkan dengan konsep utilitas atau *manafi'*, yang mengacu pada peningkatan dalam aspek material, fisik, dan psikologis. (QS. 6:76; 14:5; 17:28; 18:21; 27:55). Masalah juga dapat diungkapkan dengan istilah lain seperti hikmah, huda, dan barakah, yang menggambarkan imbalan baik yang dijanjikan Allah baik di dunia maupun akhirat (QS. 2:269; 24:41). Ini mengindikasikan bahwa masalah mencakup manfaat baik dalam kehidupan dunia maupun kehidupan akhirat. (Rahmawaty, 2021, h. 90)

Konsep masalah tidak hanya berlaku untuk perilaku konsumen, tetapi juga mencakup kegiatan ekonomi lainnya, mulai dari produksi, konsumsi, hingga distribusi. Kegiatan ini dianggap sebagai tugas keagamaan atau ibadah, karena inti dari konsep masalah adalah mencapai kepuasan baik dalam kehidupan dunia maupun akhirat. Segala kegiatan yang memberikan manfaat bagi kehidupan manusia disebut sebagai kebutuhan yang harus dipenuhi. Dalam konteks ini, Islam menekankan pemenuhan kebutuhan daripada keinginan karena keinginan manusia tidak terbatas. Memenuhi semua keinginan dapat mengarah pada perilaku konsumtif dan dianggap sebagai pemborosan. (Nugraheni, 2021, h. 47)

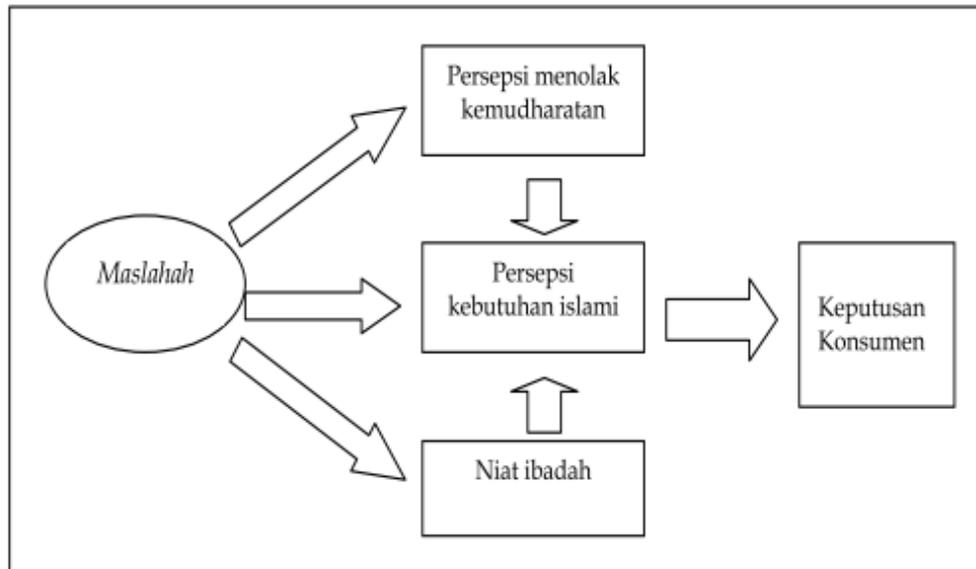
Penjelasan yang diberikan sebelumnya tidak menyiratkan bahwa seseorang menjadi pelit, melainkan Islam mengajarkan sikap moderat dalam pengeluaran harta. Ini berarti bahwa seseorang dapat menggambar hati, tetapi harus dengan cara yang jelas dan tidak ambigu, dan tidak dapat digambar dengan cara yang kikir. Pemborosan dapat merusak jiwa, kekayaan, dan masyarakat, tetapi kekikiran dapat menghalangi pertumbuhan dan menghasilkan kekayaan. (Nugraheni, 2021, h. 47) Hal ini dijelaskan dalam QS. Al-Furqan ayat 67,

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

Terjemahnya:

Dan, orang-orang yang apabila berinfak tidak berlebihan dan tidak (pula) kikir. (Infak mereka) adalah pertengahan antara keduanya. (Kemenag RI, 2019)

Menurut konsep ini, masalah memiliki potensi untuk meningkatkan kepercayaan diri konsumen Muslim, seperti yang dijelaskan di bawah ini:



Gambar 1.

Konsep Masalah(Rahmawaty, 2021, h. 100)

Gambar tersebut menggambarkan motif perilaku konsumen Muslim dalam pengambilan keputusan konsumsi. Proyek ini didasarkan pada konsep masalah, yang dirancang untuk memberikan nilai ketika mengkonsumsi barang dan jasa. Masalah ini tidak sesuai dengan bahaya, sehingga mendapatkan persepsi menolak bahaya. Selain itu, keinginan beribadah untuk memperoleh manfaat didorong oleh keridhaan Allah, yang terjadi dalam persepsi kebutuhan Islam. Dengan begitu, secara teoritis, keputusan konsumen Muslim dipengaruhi oleh pemikiran terhadap tuntutan Islam, yang dimotivasi oleh tujuan ibadah dan penolakan terhadap bahaya.

3. Preferensi Konsumsi Islami

Setiap jenis barang ekonomi dalam ekonomi konvensional pada dasarnya dianggap sebagai pengganti sempurna untuk barang ekonomi lainnya selama membagikan manfaat yang sama. Dampaknya, anggaran akan didistribusikan guna menggunakan barang-barang yang memberikan utilitas maksimal. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa tidak ada barang yang lebih bernilai dibandingkan barang ekonomi lainnya, dengan perbedaan terletak pada tingkat kepuasan yang diperoleh dari konsumsi barang tersebut. Oleh karena itu, barang yang membagikan manfaat lebih tinggi akan dianggap lebih bernilai dibandingkan barang yang membagikan manfaat lebih rendah.(Anto, 2003, h. 128–129)

Pandangan ekonomi Islam, benda-benda tidak dilihat sebagai substitusi yang sempurna satu sama lain. Produk ekonomi dianggap lebih bernilai dan berharga, oleh karena itu produk tersebut lebih diutamakan daripada pilihan konsumsi lainnya. Lebih jauh lagi, kebutuhan dipenuhi sesuai dengan tingkat kemashlahatan yang penting untuk mempertahankan kehidupan Islami. Pilihan konsumsi manusia dan pemuasan kebutuhan mengikuti pola tertentu antara lain:(Anto, 2003, h. 129–132)

- a. Memprioritaskan akhirat daripada dunia.

Pada dasarnya, seorang konsumen Muslim harus memilih antara mengkonsumsi komoditas ekonomi duniawi (konsumsi duniawi) dan produk ibadah (konsumsi ibadah). Konsumsi yang ditujukan untuk ibadah lebih bernilai daripada konsumsi duniawi, oleh karena itu keduanya tidak dapat sepenuhnya menggantikan satu sama lain. Konsumsi yang ditujukan untuk ibadah lebih bernilai karena bertujuan untuk mencapai falah, yang berkaitan dengan akhirat. Dengan demikian, konsumsi guna ibadah merupakan investasi untuk masa depan, sedangkan konsumsi duniawi merupakan untuk kebutuhan saat ini. Semakin besar konsumsi untuk ibadah, maka semakin tinggi falah-nya, begitu pula sebaliknya.

b. Stabil dalam pengutamakan pemenuhan kebutuhan.

Kebutuhan seseorang dalam konsumsi memiliki kepentingan yang berbeda-beda, namun terdapat prioritas yang menunjukkan tingkat kemanfaatan dalam pemenuhannya. Asy-Syatibi memisahkan pengutamaan kemaslahatan tersebut menjadi tiga jenis: *maslahah hajiyah*, *maslahah daruriyah*, dan *maslahah tahsiniyah*.

c. Melihat etika dan norma.

Hukum Syariah Islam menetapkan sejumlah panduan etika dan normatif untuk konsumsi Islami berdasarkan al-Qur'an dan Sunnah. Etika-etika ini sebagai keadilan, kebersihan, kesederhanaan, halalan tayyiban, dan keseimbangan.

PENUTUP

Surah al-Qashash ayat 77 paling tidak memuat empat poin utama. *Pertama*, anjuran untuk memperoleh pahala guna kehidupan setelah di dunia. *Kedua*, larangan untuk melupakan bagian duniawi. *Ketiga*, instruksi untuk berbuat baik. *Keempat*, peringatan untuk tidak merusak di bumi. Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen dianggap holistik dan didasarkan pada etika, berawal dari pemilihan barang hingga pemakaiannya, serta manfaat yang diperoleh dari barang yang dikonsumsi. Konsumen Muslim dianjurkan untuk tidak mengikuti gaya hidup konsumtif yang dipicu oleh hawa nafsu, yang dikenal sebagai *Tarf*. Lebih lanjut, pemenuhan kebutuhan dilakukan berdasarkan tingkat kemaslahatan yang diperlukan untuk mendukung kehidupan yang Islami.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Muqit. (2020). Makna Zuhud Dalam Kehidupan Prespektif Tafsir Al-Qur'an. *Ta'wiluna: Jurnal Ilmu Al-Qur'an, Tafsir dan Pemikiran Islam*, 1(2), 36–51. <https://doi.org/10.58401/takwiluna.v1i2.235>
- Abdullah, J. Bin. (2018). Islamic marketing mix: is there a role for Islamic-based strategies? *International Journal of Islamic Marketing and Branding*, 3(1), 15–34. <https://doi.org/10.1504/ijimb.2018.10012709>
- Al-Faizin, A. W., & Akbar, N. (2018). *Tafsir Ekonomi Kontemporer: Menggali Teori Ekonomi dari Ayat-Ayat al-Qur'an*. Gema Insani.
- Al-Jazairi, A. B. (n.d.). *Aysarut Tafasir* (Vol. 3). Mauqi'ut Tafasir.
- Al-Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Gema Insani.
- Anto, M. B. H. (2003). *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*. Ekonisia.
- Azzumi, A. R., Miswanto Miswanto, & Naqiyah Naqiyah. (2023). Islamic Economic Thoughts And Their Relevance In Society 5.0 Era Of Zainal Abidin Ahmad. *Public Service and Governance Journal*, 4(2), 44–50. <https://doi.org/10.56444/psgi.v4i2.913>
- Bahar, M. (2022). Internalisasi Moderasi Beragama Perspektif Islam dalam Dunia Pendidikan: Sebuah Analisis Relevansi Pendidikan dengan Pembangunan Karakter Beragama Peserta Didik. *Ijd-Demos*, 4(2), 824–834. <https://doi.org/10.37950/ijid.v4i2.279>
- Floren, J. (2019). *Islamic marketing and consumer behaviour: a systematic literature review*. 2017. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2019-0100>
- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>
- Hayford, S. R., & Trinitapoli, J. (2011). Religious Differences in Female Genital Cutting: A Case Study from Burkina Faso. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 50(2), 252–271. <https://doi.org/10.1111/j.1468-5906.2011.01566.x>
- Ibnu Abbas. (n.d.). *Tannir al-Miqyas Min Tafsihi Ibnu Abbas* (Vol. 1). Mauqi'ut Tafasir.
- Katsir, I. (1999). *Tafsir Al-Qur'an Al-'Azim* (Jilid 6). Dar al-Tayyibah li al-Nashr wa al-Tawzi'.
- Kemenag RI. (2019). *Al-Qur'an dan Terjemahannya*.
- Lahuri, S. Bin, Fadhilah, L. N., & Kamaluddin, I. (2022). Pandangan Islamic Economic Ethics Terhadap Dimensi Individualisme Dalam Ekonomi Kapitalis. *el-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 10(1), 105–118. <https://doi.org/10.24090/ej.v10i1.6365>
- Magd, H. A. E., & McCoy, M. P. (2014). Islamic Finance Development in the Sultanate of Oman: Barriers and Recommendations. *Procedia Economics and Finance*, 15(14), 1619–1631. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00633-9](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00633-9)
- Millati, H., & Arif, M. (2021). Signifikansi Keseimbangan Kehidupan Duniawi Dan Ukhrawi Dalam Surah Al- Qashash Ayat 77. *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 9(2), 249–268. <https://doi.org/https://doi.org/10.21274/kontem.2021.9.2.249-268>
- Muhammad Iskandar Hamzah, Abdul Kadir Othman, Wan Edura Wan Rashid, & Noor Maisurah Awang Ngah. (2020). The Relationship between Halal Factors and Purchase Intention of Food Products as Moderated by Word-Of-Mouth Communications. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 865–882. <https://doi.org/10.33736/ijbs.3299.2020>
- Nugraheni, A. I. D. (2021). Perilaku Konsumen Pada Marketplace Dalam Perspektif Islam. *Al Maqashidi: Jurnal Hukum Islam Nusantara*, 4(2), 41–50.

<https://doi.org/https://doi.org/10.32665/almaqashidi.v4i2.912>

- Qomar, M. N. (2019). Pandangan Al-Qur'an Tentang Perempuan Bekerja (Hikmah Dibalik Surat Al-Qashash). *Jurnal Harkat: Media Komunikasi Gender*, 15(1), 24–33. <https://doi.org/10.15408/harkat.v15i1.12972>
- Rahmawaty, A. (2021). Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam: Konsep, Teori, dan Analisis. In *Jurnal Sains dan Seni ITS* (Vol. 6, Nomor 1). Idea Press.
- Sari Lubis, Y., & Padli Nasution, M. I. (2023). Analisis Perbedaan Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Konvensional dan Islam. *Economic Reviews Journal*, 2(2), 181–191. <https://doi.org/10.56709/mrj.v2i2.79>
- Septimadona, Y. (2023). Perilaku Konsumen Berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Warga Komplek Perumahan Pemda Kelurahan Kampung Rempak Kecamatan Siak). *Al-Hasyimiyah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 45–66. <https://e-journal.staisiak.ac.id/index.php/al-hasyimiyah/article/view/63>
- Setiono. (2023). Pendidikan Akhlak dalam Q.S. Al-Qashash Ayat 76-81 Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab. *Ulil Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(2), 597–608. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jim.v2i2.1141>