

**KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT
EKONOMI ISLAM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi dan Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:

Muhammad Rifai
1504120422

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALANGKARAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JURUSAN EKONOMI ISLAM
PRODI EKONOMI SYARI'AH
TAHUN 2019 M / 1440 H**

PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : **KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT EKONOMI ISLAM**

NAMA : MUHAMMAD RIFAI

NIM : 1504120422

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PRODI : EKONOMI SYARIAH

JENJANG : Strata Satu (S1)

Palangkaraya, Juli 2019

Menyetujui

Dosen Pembimbing I



Dr. Saifani, M.H.

NIP. 196501011998031003

Dosen Pembimbing II

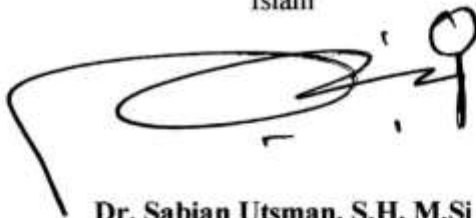


Muhammad Noor Sasuti, M.E.

NIP. 198704032018011002

Menyetujui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam



Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si

NIP.195605161994021002

Ketua Jurusan
Ekonomi Islam



Enriko Tedja S., M.S.I.

NIP.1984032120110011012

NOTA DINAS

Hal : **Mohon Diuji Skripsi Saudara
Muhammad Rifai**

Palangka Raya, Juni 2019

Kepada Yth.

Ketua Panitia Ujian Skripsi

**FEBI IAIN Palangka
Raya**

Di-

Palangka Raya

Assalamualaikum Wr Wb

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : **MUHAMMAD RIFAI**

Nim : **1504120422**

Judul : **KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT EKONOMI
ISLAM**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah, Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr Wb.

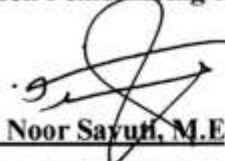
Dosen Pembimbing I



Dr. Sa'iani, M.H.

NIP. 196501011998031003

Dosen Pembimbing II



M Noor Sayuti, M.E.

NIP. 198704032018011002

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT EKONOMI ISLAM**, oleh Muhammad Rifai, NIM. 1504120244 telah dimunaqasyahkan oleh Tim *Munaqasyah* Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya pada:

Hari : Senin

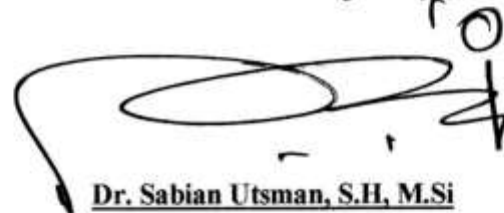
Tanggal : 26 Agustus 2019 M/ 25 Dzulhizah 1440 H

Palangka Raya, Agustus 2019

Tim Penguji:

1. **Dr. Syarifuddin, M. Ag** (.....)
Ketua Sidang/ Penguji
2. **Jelita, M. SI** (.....)
Penguji I
3. **Dr. Sadiani, M.H.** (.....)
Penguji II
4. **Muhammad Noor Sayuti, M.E** (.....)
Sekretaris Sidang/Penguji

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya,



Dr. Sabian Utsman, S.H, M.Si

NIP. 19631109 199203 1 004

KONSEP KONSUMEN CERDAS DALAM EKONOMI ISLAM

ABSTRAK

Oleh MUHAMMAD RIFAI

Jual beli merupakan sesuatu yang sudah tidak dapat dihindari. Namun perilaku konsumen dan hak konsumen sering menjadi permasalahan dalam transaksi jual beli. Diantaranya tidak teliti dalam membeli dan mengonsumsi barang produk. Penelitian ini ditulis sebagai kajian mengenai konsep konsumen cerdas yang ada dalam Ekonomi Islam, di mana konsep ini memiliki ciri khas khusus yang berbeda dengan konsep ekonomi konvensional, yaitu terdapat konsep *masalahah* dan konsep rasionalitas pembeli Islam. Adapun rumusan masalah pada kajian ini adalah: bagaimana latar belakang diperlukannya konsumen cerdas dalam Ekonomi Islam, apa konsep Ekonomi Islam yang menjelaskan konsumen cerdas dalam transaksi, dan bagaimana cara mencerdaskan konsumen dalam praktik jual beli dalam masyarakat.

Penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan (*library research*) dengan pendekatan *grounded theory* dalam mengkaji teori yang ada, yaitu teori konsumen cerdas baik secara konvensional dan Islam, disamping itu untuk memperdalam kajian juga digunakan pendekatan tafsir sebagai alat untuk membedah penafsiran ayat Al-Qur'an terkait perilaku konsumen. Data utama (*primer*) pada penelitian ini adalah teori konsumen cerdas yang berfokus pada rasionalitas, hak *khîyâr* dan *masalahâh*.

Hasil dari penelitian ini adalah konsep konsumen cerdas dalam ekonomi Islam, seperti prinsip mengonsumsi barang halal dan *thayyîb*, tidak berlaku *ishraf* dan *tabzîr*, menempatkan akal di atas hawa nafsu dan mengeluarkan zakat, infaq dan shadaqah. Kemudian memahami hak konsumen di dalam transaksi jual beli dengan memperhatikan hak *khîyâr*, hal ini bertujuan untuk menghindari penyesalan dan penipuan dalam transaksi, tercapainya jual beli suka sama suka (*tarâdîn*), dan keberkahan dalam jual beli. Adapun sebagai konsumen, juga dituntut untuk menjadi konsumen yang rasionalitas dan membeli dengan tujuan *masalahâh*.

Kata kunci: Konsep, Konsumen Cerdas, Ekonomi Islam

THE CONCEPT OF SMART CONSUMERS IN ISLAMIC ECONOMY

ABSTRACT

By MUHAMMAD RIFAI

Buying and selling is something that cannot be avoid. But consumer behavior and consumer rights often become problems in buying and selling transactions. Among them is not careful in buying and consuming products. This research was written as a study of the concept of smart consumers in Islamic Economy, this concept has special characteristics which are different from the concept of conventional economy. There is the concept of *maslahah* and the concept of Islamic buyers' rationality. The problem of this study are: how is the background of the need for smart consumers in Islamic Economy? What is the concept of Islamic Economy that explains about smart consumers in a transactions? And how to educate consumers in the practice of buying and selling in society?

This study is a *library research* with a *grounded theory* approach in reviewing existing theories, namely smart consumer theory in both conventional and Islamic economy, besides that, to deepen the study the researcher also used the interpretation approach as a tool to dissect the interpretation of the Qur'an regarding to consumer behavior. The main data (primary) of this study is smart consumer theory that focuses on rationality, *the rights of khîyâr* and *maslahâh*.

The results of this study are the concept of smart consumers in Islamic economy, such as the principle of consuming *halal* and *thayyib* stuff, does not apply *ishraf* and *tabzîr*, placing reason above lust and do the *zakat*, *infaq* and *sadaqâh*. Then understand consumer rights in buying and selling transactions by paying attention to *the rights of khîyâr*, this aims to avoid regret and fraud in transactions, achieve a good buying and selling transactions which is the both sides are agree each other (*tarâdîn*), and blessing in buying and selling transaction. For the consumers, it is also required to be a rational consumer and buy with the aim of *maslahâh*.

Keywords: Concepts, Consumers Smart, Islamic Economic

KATA PENGANTAR

Al-hamdulillâh, segala puji dan syukur hanya bagi Allah, Tuhan Pemberi nikmat dan hidayah. Doa kesejahteraan dan keselamatan senantiasa terucap bagi Nabi Muhammad SAW, juga *ahlu al-bait*, para sahabat dan seluruh kaum muslimin. Tepat bulan *Dzulqaidah* penulis mengungkapkan rasa syukur yang mendalam karena skripsi dengan judul “**Konsep Konsumen Cerdas dalam Ekonomi Islam**” telah terselesaikan, meski dalam proses penelitian serta penyusunan menghadapi berbagai hambatan dan rintangan.

Skripsi ini merupakan salah satu dari Tridarma Perguruan Tinggi. Melakukan penelitian untuk menjawab permasalahan yang ada di masyarakat. Pembahasan mengenai perilaku konsumen dan hak konsumen sudah banyak dibahas dalam buku-buku dan tulisan penelitian. Namun pada skripsi ini dibahas mengenai konsep konsumen yang cerdas dalam melakukan transaksi tidak hanya perilaku konsumen secara konvensional tapi juga memasukkan prinsip dan nilai-nilai menurut Ekonomi Islam untuk melengkapi khazanah keilmuan dalam bidang Ekonomi Islam.

Skripsi ini terbagi atas tiga pembahasan utama yang mengambil acuan dari filsafat ilmu, pertama ontologi, yaitu mencari teori yang ada, kedua epistemologi, yaitu menggunakan teori untuk mencari kebenaran dan titik temu dari teori yang sudah ada, dan yang ketiga aksiologi, yaitu nilai kegunaan dari penelitian ini. Pembahasan tersebut dituangkan ke dalam tiga rumusan masalah.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang membantu penelitian dan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir, secara langsung maupun tidak langsung, di antaranya adalah:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M. Ag sebagai Rektor IAIN Palangkaraya, *Allâhummagfir li masyâyikhinâ wa liman 'allamanâ warhamhum wa akrimhum biridlwânikal 'adhîm fî maq'adish shidqi 'indaka yâ arhamarrâhimîn.*
2. Bapak Dr. Sabian Utsman, M.Si sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, *Allâhummagfir li masyâyikhinâ wa liman 'allamanâ warhamhum wa akrimhum biridlwânikal 'adhîm fî maq'adish shidqi 'indaka yâ arhamarrâhimîn*
3. Bapak Dr. Sadiani, M.H sebagai Pembimbing I, *Allâhummagfir li masyâyikhinâ wa liman 'allamanâ warhamhum wa akrimhum biridlwânikal 'adhîm fî maq'adish shidqi 'indaka yâ arhamarrâhimîn*
4. Bapak M Nor Sayuti, BA sebagai Pembimbing II, *Allâhummagfir li masyâyikhinâ wa liman 'allamanâ warhamhum wa akrimhum biridlwânikal 'adhîm fî maq'adish shidqi 'indaka yâ arhamarrâhimîn*
5. Seluruh Dosen IAIN Palangkaraya yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mengajrkn berbagai macam ilmu dan wawasan kepada penulis. *Nafa'anallâhu bihim wa bâ 'ulumihim wa bâ asrârihim fî addârain.*
6. Kepala Perpustakaan dan seluruh Staff Perpustakaan IAIN Palangka Raya, *Jâzakumullâh ahsanal jâzâ.*
7. Orang tua penulis yang tiada pernah terhenti memberikan cinta kasih dan doa serta motivasi kepada penulis. *Allâhummagfir lahum warhamhum wa tawwil 'umrahum wa bârik lahum fid dunya wa al-âkhirah.*

8. Semua sahabat setia yang banyak memberikan bantuan dan perhatian kepada penulis. *Jâzakumullâh ahsanal jâzâ.*
9. Semua pihak yang membantu, yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis sadari sepenuhnya dalam karya ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekhilafan. Kepada para pembaca dan para pakar, penulis mengharpakan teguran dan kritik konstruktif skripsi ini, penulis menerima dengan senang hati disertai ucapan terimakasih yang sebanyak-banyaknya. Semoga skripsi ini bermanfaat. *Yâ Allâh*, jadikan karya ini bernilai ibadah di sisi-Mu menjadi berkah bagi keluarga penulis, penghormatan atas jasa Guru dan Dosen penulis serta kebanggaan untuk almamater sebagai bukti pengabdian penulis. *âmîn ya Rabb al- 'âlamîn*

Palangka Raya, Agustus 2019

Muhammad Rifai
1504120422

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan skripsi dengan judul Konsep Konsumen Cerdas Menurut Ekonomi Islam, adalah benar karya saya sendiri dan bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain dengan cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan.

Jika dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran, maka saya siap menanggung resiko atau sanksi dengan peraturan yang berlaku.

Palangkaraya, Agustus 2019

Yang Membuat Pernyataan,



Muhammad Rifai
1504120422

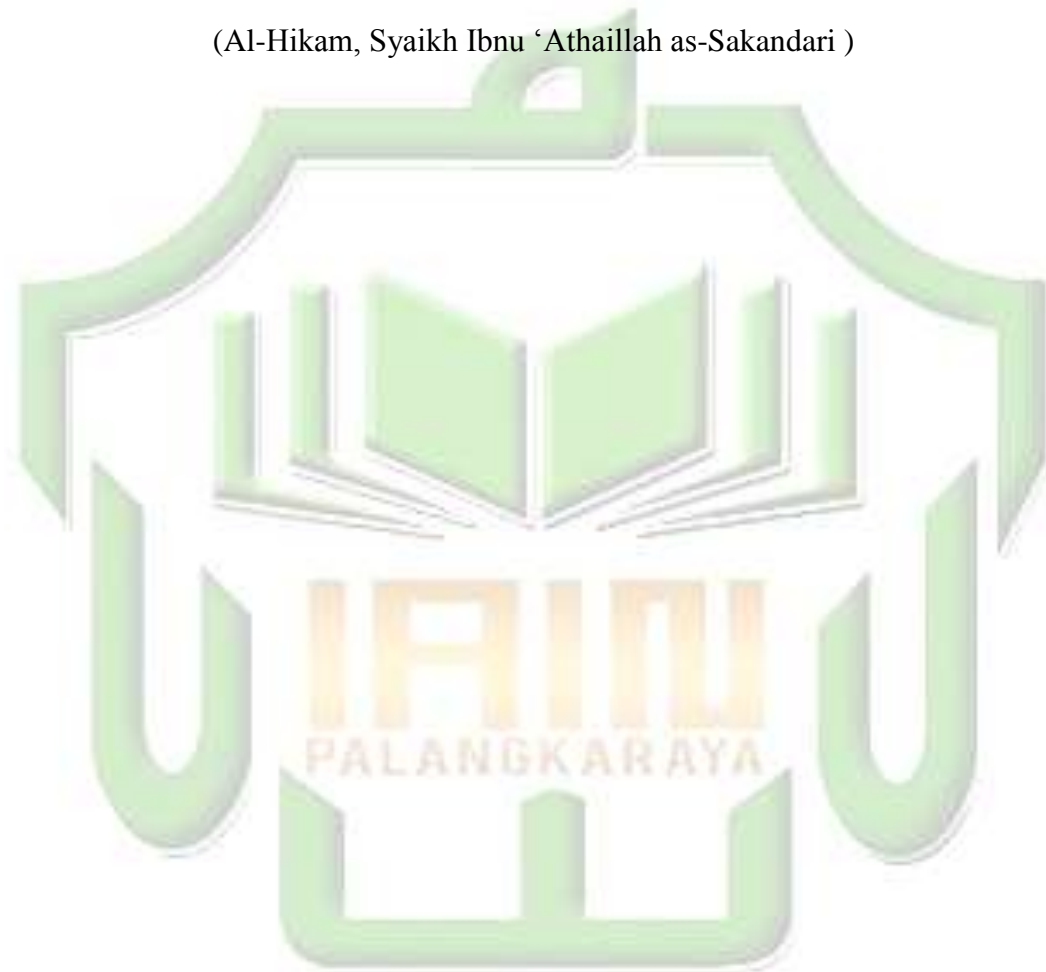
MOTTO

من علامات الإعتقاد على العمل نقصان الرجاء عند وجود الزلل

Salah satu tanda seseorang terlalu menggantungkan diri pada amal adalah mudah

putus harapan tatkala mendapati kegagalan

(Al-Hikam, Syaikh Ibnu ‘Athailah as-Sakandari)



PERSEMBAHAN

*Dengan Nama Allah, Yang Maha Pemurah, lagi Maha Penyayang
Segala Puji Bagi Allah Yang Maha Kuasa, yang menciptakan segala makhluk.
Bersyukurlah atas segala anugerah dan rahmat yang diberikan Allah, setiap
tarikan nafas mengandung dua rahmat sebagai anugerah, yaitu kehidupan dan
kebahagiaan. Karena itu setiap hembusan nafas patut kita syukuri.*

*Doa kesejahteraan dan keselamatan senantiasa terucap bagi Baginda Nabi
Muhammad SAW, Kemudian semoga keridhaan Allah tercurah kepada Sayyidina
Abu Bakar, Sayyidina Umar, Sayyidina Utsman dan Sayyidina 'Ali, Juga
Keluarga, Sahabat, Tabi'in, Tabi'ittabi'in, ahli Taqwa, orang yang berlemah
lembut, para penyantun dan orang dermawan.*

*Daku reda Allah SWT adalah Tuhan ku, Islam adalah agama ku. Baginda Nabi
Muhammad SAW adalah Nabi dan Rasul ku, al-Qur'an adalah Imam ku, Ka'bah
adalah kiblat ku, dan Mukmin adalah saudara ku, wahai Tuhanku, Engkau jualah
maksud dan tujuanku serta keredaan Engkau jua yang daku cari. Daku
mengharapkan kasih sayang-Mu dan kedekatan-Mu, âmîn ya Rabb al- 'âlamîn.*

*Teruntuk Guru-Guru ku, Dosen-Dosen ku, Siapalah daku tanpa engkau duhai
Guru, Tuan Guru Ahmad Rinjani, Bpk Akhmadi, Bpk Ramli, Bpk Rambeli, Bpk
Fuad, Bpk Budi Rahman, Bpk Saryono, Bpk Dayat, Bpk Sadiani, Bpk Sayuti, Bpk
Rasyidi, Bpk Irfan, Bpk Dakhoir, Bpk Enriko, Bpk Zainal, Bpk Yudis, Bpk Nizar,
Bpk Iwan, Acan Madhari, Acan Abu Hasan terimakasih Ilmu dan nasihat serta
Masa-masa indah yang diluangkan untuk ku.*

*Ibu Saminten, Ibu Diyah, Ibu Akram, Ibu Herliani, Ibu Ramlah(Alm), Ibu Susi,
Ibu Rusda, Ibu Nurlina, Ibu Rahmaniari, Ibu Jelita, Ibu Itsla, Acan Rowy, dan
Acan Hanan, terimakasih Ilmu dan Nasihat serta dorongan positif yang
diberikan kepada ku.*

Sungguh indah permata itu bila ia tersusun, namun tidak akan mengurangi keindahannya apabila ia tidak tersusun

Teruntuk kedua Orang Tua Ku, Syalahuddin Bin Barali dan Arbainah Binti Baseri yang memberikan segalanya kepada ku

Bumi menerima air dari langit dan dikembalikan dalam wujud debu

Teruntuk Kedua Saudari Ku, Amalia Azzahra dan Siti Rahmah teruslah berusaha dan semangat dalam menjalani hidup

Jika pohon cendana ditaruh di api maka keharumannya akan menyebar.

Teruntuk sahabat ku Koh Iwan, Koh Adit, Koh Faisal, Koh Sandi, Koh Safari, Koh Syarif, Koh Dodi, Koh Hafidz, Koh Reza Humay, Koh Reza JKT, Koh Jumberi, Koh Jumbryen, Koh Abay,

Guru Fakhri, Guru Zaki, Guru Yuda, Guru Wahyuni, Guru Noval, Guru Difa, Guru Debi, Guru Najib, Guru Agus, Guru Sahiba, Guru Rahman, Guru Nasikhin, Guru Arif Rahaman, Guru Zaini, Guru Burhan, Guru Radi, Guru Alul, Guru Imam, Guru Rizal, Guru Amat, Guru Rahmat,

Bro Wahyu, Bro Pampam, Bro Yadi, Bro Butak, Mas Lukman, Mas Ridwan, Mas Adi Bonek, Mas Bayu Lihin, Mas Nawi, Mas Sutiono, Mas Adi Teguh Saputra, Mas Rizky Samudra, Mas Dayat Sate, Mas Zaid, Mas Bimbim,

Phi Affan, Phi Syakir, Phi Chatchhawan, Phi Faiz, Phi Habeeb, Phi Ameen, Ci Fatia, Ci Vika, Ci Muna, Ci Nita, Ci Laila, Ci Liyaaa, Ci Sari, Ci Ifeh, Ci Dijah, Ci Lianti, Ci Rara, Ci Caca, Ci Nuda, Ci Tika, Ci Asfi, Ci Atul, Ci Lika, Ci Yaya, Ci Rima, Ci Novi, Ci Amay, Ci Imus, Ci Puja, Ci Putri, Ci Lusi, Ci Mulil, Ci Ameera, dan masih banyak lagi... terimakasih selama ini sudah bersedia membersamai, menyemangati, mendoakan, terimakasih sudah menerima kekuranganku.

Sebuah cerita dari gurun, Ketika berada di tengah gurun ada seorang keturunan Arab duduk diantara pedagang perhiasan dari Bashrah dan mengisahkan sebuah cerita kepada mereka, dia bercerita, aku pernah tersesat di gurun dan kehabisan persediaan makanan. Aku merasa hampir mati saat tiba-tiba melihat sebuah tas yang penuh dengan permata. Aku selalu ingat waktu itu, saat harapan dan rasa bahagia muncul dalam diriku dengan pemikiran bahwa apa yang aku temukan tersebut berupa makanan. Sejurus kemudian kepahitan dan rasa menderita menguasaiku lagi saat aku temukan adalah permata.

Teruntuk Sahabatku, yang mendampingi ku selama perkuliahan, walau dalam berbagai keadaan, Siti Marina, terimakasih,..

Bunga kadang-kadang mekar kadang-kadang layu. Sebuah pohon kadang-kadang meranggas kadang-kadang menghijau.

Teruntuk sahabat-sahabatku di Organisasi, HMJ EI, DEMA Febi, SEMA Febi, GenBI Kalimantan Tengah, LDK-Damu, KSPM, KSEI, GPY Palangka Raya dan Perantau Berkarya Kalimantan Tengah, terimakasih kesempatan dan perkenannya selama ini. Senang rasanya pernah berproses bersama teman-teman

Jika sebuah pembicaraan berhasil tanpa pendapatku, aku tidak perlu bicara, tetapi jika aku melihat orang buta berada di dekat sumur. Dosa bagiku jika aku hanya diam.

Teruntuk teman seperjuangan, Esy 2015 dan Pbs 2015, sudah hampir empat tahun kita bersama membangun kekeluargaan yang baik, yang sama-sama berjuang, semoga dimudahkan segala urusan dan diberikan kebahagiaan yang tidak terputus.

Jika setiap malam adalah lailatul qadr, maka pada malam lailatul qadr akan menjadi tanpa qadr, jika semua bebatuan adalah permata dari Badakhshan, maka harga permata akan sama dengan harga batu biasa.

Teruntuk Kawan-Kawan yang sedang berproses, semoga tercapai segala cita-cita kebaikan kita,..

Aku dengar bahwa tanah liat dari timur dibentuk menjadi cawan porselen selama empat puluh hari, sedangkan di Baghdad setiap hari dibuat ratusan cawan, karena itu cawan Timur lebih mahal.

Tidak lupa, teruntuk Yang Mulia Bapak Ir. Joko Widodo Presiden Republik Indonesia, beserta Wakil Presiden, Para Menteri Kabinet Kerja, Kapolri, Panglima Militer, Gubernur Bank Indonesia beserta Jajaran, Yang Terutama Bapak Sugianto Sabran Gubernur Kalteng, dan Yang Berbahagia Bapak Fairid Nafarin, Wali Kota Palangka Raya beserta Jajaran, berkat kinerja Bapak dan Ibu Negeri ini aman, baik sosial, politik dan ekonomi yang cukup stabil sehingga aku dapat berkuliah dengan lancar.

Nama besar Nushirvan terus dikenang, meskipun telah lama dia meninggal. Lakukanlah kebaikan duhai manusia, dan yakini bahwa hidup adalah keberuntungan. Lebih dari itu, seperti sebuah teriakan, manusia tidak abadi.

Wahai kepuasan, jadikanlah aku orang kaya, karena selain kau, tidak ada kekayaan yang bisa bertahan

Wahai engkau yang membaca karya ini, berdoalah agar penulis mendapat ampunan dari Allah, berdoalah agar karya ini bermanfaat, semoga Allah mengampuni dosa kita semua

Sungguh aku memohon ampunan kepada Allah atas ucapan yang tidak ku iringi dengan perbuatan

Wahai Tuhanku, Curahkanlah selalu salawat dan salam kepada Kekasih-Mu Baginda Nabi Muhammad SAW sebaik-baik makhluk keseluruhannya, wahai Tuhanku, dengan Keberkatan Baginda Nabi Pilihan SAW, sampaikanlah maksud kami, dan ampunilah dosa kami yang telah lalu, wahai Tuhan Yang Luas Kemurahannya.

âmîn ya Rabb al- 'âlamîn

Alhamdulillah, akhirnya karya ini bisa aku selesaikan sebelum aku dipanggil Sang Khaliq.

(diolah dari, Qasidah Burdah Imam Bushiri dan Gulistan Sa'di As-Syirazi)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERSETUJUAN SKRIPSI.....	Error! Bookmark not defined.
NOTA DINAS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	x
MOTTO	xi
DAFTAR ISI.....	xvi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan.....	6
D. Kegunaan Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II KAJIAN TEORI DAN KONSEP PENELITIAN	
A. Penelitian Terdahulu	9
B. Kajian Teori.....	13
1. Teori Transaksi Ekonomi Islam	13
2. Teori Konsumen Cerdas.....	14
3. Teori Transaksi.....	19
4. Teori Konsumsi dalam Islam	20

5. Teori Jual Beli dan <i>Khiyâr</i> dalam Fiqih	24
6. Teori Konsumen dan Produsen dalam Ekonomi Islam.....	26
C. Konsep Penelitian.....	30
1. Konsep Konsumen Cerdas	30
2. Konsep Jual Beli.....	38
3. Konsep Al-Qur'ân	40
D. Kerangka Pikir	41
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian	44
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	44
C. Data dan Sumber Data.....	46
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
E. Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	
A. Latar Belakang Diperlukannya Konsumen Cerdas dalam Ekonomi Islam.....	50
1. Prinsip Halal dan <i>Tayyib</i>	50
2. <i>Ishraf</i> dan <i>Tabzîr</i>	55
3. Nafsu dan akal.....	61
4. Meningkatkan Potensi Zakat Infak dan Shadaqah	66
B. Konsep Ekonomi Islam yang Menjelaskan Konsumen Cerdas dalam Transaksi	76
1. Hak konsumen dalam Jual Beli.....	76
2. Hikmah <i>Khiyâr</i> Terhadap Pemenuhan Hak Konsumen	83
C. Cara Mencerdaskan Konsumen dalam Praktik Jual Beli di Masyarakat.....	87

1. Rasionalitas Konsumen.....	87
2. Membeli untuk memenuhi Utilitas dan <i>Maslahâh</i>	93

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lain lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut daftar huruf Arab tersebut dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba	B	Be
ت	ta	T	Te
ث	śa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	jim	J	Je
ح	h}a	h}	ha (dengan titik di bawah)
خ	kha	Kh	ka dan ha
د	dal	D	De
ذ	zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	ra	R	Er
ز	zai	Z	Zet
س	sin	S	Es

ث	syin	Sy	es dan ye
س	s}ad	s}	es (dengan titik di bawah)
د	d}ad	d}	de (dengan titik di bawah)
ط	t}a	t}	te (dengan titik di bawah)
ظ	z}a	z}	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain'....	Koma terbalik di atas
غ	gain	G	Ge
ف	fa	F	Ef
ق	qaf	Q	Ki
ك	kaf	K	Ka
ل	lam	L	El
م	mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	...'?...	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
---َ---	Fath}ah	A	A
---ِ---	Kasroh	i	I
---ُ---	D{hommah	u	U

Contoh:

كَتَبَ	: kataba	يَذْهَبُ	: yazhabu
ذَكَرَ	: zukira	سُئِلَ	: su'ila

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
يُ--َ---	Fath}ah dan ya	ai	a dan i
وُ--َ---	Fath}ah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : kaifa

هَوْلٌ : haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ-ا-ي	Fath}ah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ي-ي	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و-و	D}hommah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

قَالَ : qāla	قِيلَ : qīla
رَمَى : ramā	يَقُولُ : yaqūlu

D. Ta Marbut}ah

Transliterasi untuk *ta marbut}ah* ada dua, yaitu:

1. *Ta Marbut}ah* hidup

Ta marbut}ah yang hidup atau mendapat harkat fath}ah, kasrah dan d}amah, transliterasinya adalah /t/.

2. Ta Marbut}ah mati

Ta marbut}ah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbut}ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbut}ah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	: raudah al-atfāl - raudatul atfāl
الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ	: al-Madīnah al-Munawwarah al-Madīnatul-Munawwarah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *Syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu:

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanā	نَزَّلَ	: nazzala
الْبِرِّ	: al-birr	الْحَجِّ	: al-hajju

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ﺝ. Namun, dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *Qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik yang diikuti huruf *Syamsiah* maupun huruf *Qamariah*, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرَّجُلُ	: ar-rajulu	الْقَلَمُ	: al-qalamu
-----------	-------------	-----------	-------------

G. Hamzah (ء)

Telah dinyatakan di atas di dalam Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah*(ء)ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan di akhir kata. Bila *hamzah*(ء)itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

Hamzah di awal:

أَمِرْتُ : umirtu	أَكَلَ : akala
-------------------	----------------

Hamzah di tengah:

تَأْخُذُونَ : ta'khuzūna	تَأْكُلُونَ : ta'kulūna
--------------------------	-------------------------

Hamzah di akhir:

شَيْءٌ : syai'un	النَّوْءُ : an-nau'u
------------------	----------------------

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasinya ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

Contoh:

فَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْأَمْرَ يَزَانُ	: Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna Fa aufūl-kaila wal-mīzān
بِسْمِ اللَّهِ مَا جَرِيهَا وَ مَرْسَاهَا	: Bismillāhi majrīhā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasinya ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ ۗ	: Wa mā Muh}ammadun illā rasūl
شَهْرٍ رَمَادَانَ الَّذِي أَنْزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ	Syahru Ramad}āna al-laẓī unzila fihi al-Qur'anu

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِنَ اللَّهِ وَفَتْحٌ قَرِيبٌ	: Nas}rum minallāhi wa fath}un qarīb
لِلَّهِ الْأَمْرُ جَمِيعٌ	: Lillāhi al-amru jamī'ar Lillāhi amru jamī'ar

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Jual beli merupakan hal yang lumrah dan tidak bisa dihindari. Baik di pasar tradisional maupun di toko-toko yang terpisah dari pasar. Jual beli secara sederhana adalah pertukaran barang dan uang atau benda ekonomis lainnya antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kebutuhan. Karena perbedaan kebutuhan tersebut sering kita temui penjual ataupun pihak produsen yang berusaha meraup keuntungan lebih dengan cara yang bertentangan dengan hukum yang berlaku. Maka dalam hal ini konsumen juga dituntut untuk berlaku cerdas baik dalam hal pembelian maupun penggunaan pasca pembelian.

Era digital memberikan dampak signifikan dalam transaksi sering kita temui supermarket dan ritel modern yang menjual berbagai kebutuhan sehari-hari yang memanjakan pengunjungnya dengan berbagai fasilitas. Berbeda dengan pasar dan toko tradisional yang masih relatif sederhana. Dalam melakukan transaksi pembeli diberikan hak untuk memilih barang yang akan dibelinya, salah satu contohnya adalah memilih pakaian. Membeli pakaian di ritel modern lebih mudah untuk memilih karena memiliki fasilitas ruang ganti berbeda dengan pasar tradisional yang belum memiliki ruang ganti. Tentunya hal ini menjadi permasalahan tersendiri bagi konsumen di pasar dan toko tradisional. Seringkali ditemui di pasar tradisional cara memilih pakaian dengan cara-cara yang tidak

lazim seperti mengalungkan celana di leher untuk mengukur lingkaran pinggang dan menggunakan ukuran jengkal ataupun terlebih dahulu dibawa pulang ke rumah dengan syarat tertentu, seperti tidak boleh melepas label dan jangka waktu tertentu. Namun sekarang saat teknologi semakin canggih kita mengenal istilah jual beli *online* masalah memilih semakin susah karena tidak bertemunya penjual dan pembeli secara langsung, bahkan barang yang dijual tidak diketahui secara langsung. Pembeli hanya mengetahui barang melalui gambar dan informasi spesifikasi tertulis di internet ataupun akun penjual.

Agama sebagai bagian sistem sosial yang melembaga dalam kehidupan bermasyarakat. Menurut Nasir, agama menjadi norma yang mengikat dalam keseharian dan menjadi pedoman ideal.¹ menjadi isu aktual yang diperbincangkan dalam berbagai perspektif, terutama perspektif ekonomi, disamping perspektif politik, psikologi dan hukum. Ini disebabkan banyaknya usaha dan pelaku ekonomi yang menambahkan simbol maupun kata Islam di dalam usahanya. Tidak terlepas dalam hal jual beli, sering kita menemui permasalahan-permasalahan yang terjadi di masyarakat. Tentunya hal ini merupakan dinamika yang tidak dapat dihindari.

Ciri khas ekonomi Islam adalah tidak memisahkan antara norma dan fakta, rasional. Secara umum, agama diartikan sebagai persepsi dan keyakinan manusia terkait dengan eksistensinya, alam semesta, dan peran

¹Finna Sri Yuniarti, "*Ekonomi Makro Syariah*", Bandung: CV Pustaka Setia, 2016, h.13.

Tuhan terhadap alam semesta dan kehidupan manusia. Sehingga membawa pola bahwa agama yang menentukan perilaku dan tujuan hidup manusia.²

Mengonsumsi merupakan hal yang harus dalam kehidupan manusia untuk mempertahankan hidupnya. Manusia perlu makan, memiliki pakaian, dan tempat tinggal untuk bertahan hidup. Demikian juga berbagai macam perlengkapan dan peralatan untuk memudahkan kehidupannya bahkan untuk menggapai prestasi dan martabat. Selama hal tersebut tidak bertentangan dengan hukum syariat, maka tidak menjadi masalah. Namun, apabila manusia menuruti keinginan dan hawa nafsunya dengan cara yang bertentangan dengan agama, maka hal demikian berakibat *mudharat*.

Konsumsi dalam ilmu ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Konsumsi juga diartikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusiawi (*the use of goods and services in the satisfaction of human wants*). Menurut Yusuf al-Qardhawi konsumsi adalah, pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Yang dimaksud dengan konsumsi disini bukan semata-mata makan dan minum saja. Konsumsi mencakup

²*Ibid*, h.12.

segala pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari.³

Monzer Kahf memberikan pendapat, konsumsi berlebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *ishraf* (Pemborosan) dan *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan atau hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Setiap kategori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta yang hampir-hampir sudah menggejala pada masyarakat yang berorientasi konsumtif. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah.⁴ Ayat Al-Qur'ān yang menerangkan larangan untuk berbuat boros dan berlebih-lebihan yaitu Q.S Al- Araf ayat 31 dan Q.S Al-Isrā ayat 27. Dimana ayat tersebut menerangkan secara jelas dan rinci.

Ketika lahir ke dunia manusia tanpa dibekali ilmu pengetahuan, sebagaimana ditegaskan Allah di dalam Q.S An-Nahl ayat 78.⁵

³Idri, *Hadis Ekonomi- Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana, 2015, h.97-98.

⁴*Ibid*, h. 118-119.

⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, Surabaya: Karya Agung, 2006, h. 375.

وَاللَّهُ أَخْرَجَكُمْ مِنْ بُطُونِ أُمَّهَاتِكُمْ لَا تَعْلَمُونَ شَيْئًا وَجَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَرَ وَالْأَفْئِدَةَ

لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ ٧٨

Artinya:“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatupun, dan Dia memberi kamu pendengaran, penglihatan dan hati, agar kamu bersyukur.”

Tetapi Allah Maha Bijaksana tidak menyia-nyiakan manusia dan juga makhluk lain yang telah diciptakan-Nya. Dari itu diturunkan-Nya Al-Qur’ān untuk menuntun mereka ke jalan yang benar sebagaimana ditegaskan dalam Q.S Al-Baqarah Ayat 185.⁶

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ هُدًى لِّلنَّاسِ وَبَيِّنَاتٍ مِّنَ الْهُدَىٰ وَالْفُرْقَانِ فَمَن

شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ ۖ وَمَن كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَىٰ سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِّنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ

بِكُمُ الْيُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلِتُكْمِلُوا الْعِدَّةَ وَلِتُكَبِّرُوا اللَّهَ عَلَىٰ مَا هَدَاكُمْ وَلَعَلَّكُمْ

تَشْكُرُونَ ١٨٥

Artinya:“(Beberapa hari yang ditentukan itu ialah) bulan Ramadhan, bulan yang di dalamnya diturunkan (permulaan) Al Qur’ān sebagai petunjuk bagi manusia dan penjelasan-penjelasan mengenai petunjuk itu dan pembeda (antara yang hak dan yang bathil). Karena itu, barangsiapa di antara kamu hadir (di negeri tempat tinggalnya) di bulan itu, maka hendaklah ia berpuasa pada bulan itu, dan barangsiapa sakit atau dalam perjalanan (lalu ia berbuka), maka (wajiblah baginya berpuasa), sebanyak hari yang ditinggalkannya itu, pada hari-hari yang lain. Allah menghendaki kemudahan bagimu, dan tidak menghendaki kesukaran bagimu. Dan hendaklah kamu mencukupkan bilangannya dan hendaklah kamu mengagungkan Allah atas petunjuk-Nya yang diberikan kepadamu, supaya kamu bersyukur.”

⁶Ibid, h. 35.

Jadi fungsi Al-Qur'an sangat penting bagi manusia di dunia ini untuk menuntun kehidupan mereka ke jalan yang benar demi memperoleh kebahagiaan yang abadi kelak di akhirat.⁷ Konsep konsumen cerdas yang disusun oleh Kementrian Perdagangan juga membicarakan mengenai konsumen cerdas yang membeli sesuai kebutuhan bukan keinginan. Skripsi ini membahas mengenai bagaimana konsep konsumen cerdas menurut ekonomi Islam. Maka beranjak dari hal tersebut peneliti berupaya mengkaji dan menganalisis masalah tersebut dalam skripsi berjudul "KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT EKONOMI ISLAM".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana latar belakang diperlukannya konsumen cerdas dalam Ekonomi Islam?
2. Apa konsep Ekonomi Islam yang menjelaskan konsumen cerdas dalam transaksi?
3. Bagaimana cara mencerdaskan konsumen dalam praktik jual beli di masyarakat?

C. Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendiskripsikan dan mengkaji latar belakang diperlukannya konsumen cerdas dalam Ekonomi Islam.

⁷Nashrudin Baidan, " *Metode Penafsiran Al-Qur'an*". Yogyakarta: PustakaPelajar, 2011, h.1-2.

2. Untuk mendiskripsikan dan mengkaji konsep Ekonomi Islam yang menjelaskan konsumen cerdas dalam transaksi.
3. Untuk mendiskripsikan dan mengkaji cara mencerdaskan konsumen dalam praktik jual beli di masyarakat.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoriti

Adalah untuk menjabarkan pengetahuan di bidang keimuan Ekonomi Islam khususnya tentang perilaku konsumendalam transaksi jual beli agar lebih teliti dalam membeli barang sehingga tidak merugikan materi baik dari segi finansial, penggunaan, dan pemakaian. Dalam hal kepentingan ilmiah, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi ilmu pengetahuan intelektual dibidang Ekonomi Islam. Dapat dijadikan titik tolak bagi penelitian selanjutnya, baik untuk peneliti yang bersangkutan maupun oleh peneliti lain sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan dan terus-menerus.

2. Kegunaan Praktis

Sebagai persyaratan untuk menyelesaikan studi di Isntitut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangkaraya sekaligus sumbangan pemikiran dan memperkaya literatur bagi kepustakaan serta sebagai

diskripsi perilaku konsumen dan motif dari pemilihan barang yang akan dibeli.

E. Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Kajian Teori dan Konsep Penelitian, yang terdiri dari penelitian terdahulu, kajian teori yang terdiri dari Transaksi Ekonomi Islam, Teori Konsumen Cerdas, Teori Transaksi, Teori Konsumsi dalam Islam, Teori Jual Beli dan *Khiyār* dalam Fiqih, Teori Konsumen dan Produsen dalam Ekonomi Islam, konsep penelitian yang terdiri dari Konsep Konsumen Cerdas, Konsep Jual Beli, Konsep Al-Qur'an, dan kerangka berfikir.

Bab III Metode Penelitian terdiri dari waktu dan tempat penelitian, jenis dan pendekatan penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data. dan analisis data.

Bab IV Hasil dan analisis terdiri dari, latar belakang diperlukannya konsumen cerdas dalam Ekonomi Islam, konsep Ekonomi Islam yang menjelaskan konsumen cerdas dalam transaksi, dan cara mencerdaskan konsumen dalam praktik jual beli di masyarakat.

BAB V Penutup, terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KONSEP PENELITIAN

A. Penelitian Terdahulu

Kajian terhadap penelitian terdahulu adalah suatu langkah yang sangat penting dalam sebuah penelitian, untuk mengetahui apakah sudah ada penelitian yang serupa dengan masalah yang diteliti atau belum. Selain itu, kajian terhadap penelitian sebelumnya bermanfaat sebagai data penguat bahwa tulisan tersebut merupakan hasil catatan asli dari suatu penelitian dan bukan plagiat.

Berdasarkan hasil telaah data oleh penulis, ditemukan tulisan sebelumnya yakni *Pertama*, Skripsi Zuliana dengan judul Prinsip Konsumsi dalam Islam Berbasis Nilai Material dan Spiritual (Analisis Konsep M. Abdul Mannān dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia), tahun 2015, dengan rumusan masalah. 1) Bagaimana analisis terhadap pemikiran M Abdul Mannan tentang prinsip konsumsi dalam Islam berbasis nilai material dan siritual, 2). Bagaimana aalisis terhadap pemikiran M Abdul Mannan tentang prinsip konsumsi dalam Islam berbasis nilai material dan siritual, relevansinya dengan kebijakan Konsumsi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan ekonomi Islam. Penelitian ini menyimpulkan tentang aktualisasi dari konsep konsumsi M Abdul Mannān di Indonesia. Aktualisasi tersebut dilihat dari perilaku konsumen dengan menyesuaikan sudut pandang Ekonomi Islan buah pemikiran dari M Abdul Mannān.

Kaitannya dengan skripsi penulis adalah konsep Ekonomi Islam yang mengatur tentang Konsumsi, sehingga konsumen bisa dikatakan konsumen yang cerdas.

Kedua, Skripsi dari Rahmad Kurniawan dengan judul *Prinsip Tarādin Pada Akad Jual Beli dalam Q.S An-Nîsa [4]: 29*, tahun 2014, dengan rumusan masalah: 1) Apa Makna *taradin* pada akad jual beli dalam Q.S an-Nisa [4]:2. 2) Apa saja kriteria transaksi dalam prinsip *taradin*. 3). Bagaimana penerapan prinsip *taradin* pada akad jual beli. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif dengan metode *library reserach*. Sumber data primer berupa Al-Qur'an dan tafsir, sedangkan data sekunder dari karya-karya dan teori yang membahas sumber primer. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa makna *taradin* pada akad jual beli dalam Q.S. an-Nisa ayat 29 adalah konsep itikad baik antara penjual dan pembeli, adanya sikap jujur di dalamnya, tidak ada unsur kecurangan, menipu dan hal buruk lainnya. Kriteria bertransaksi dalam prinsip *taradin* adalah atas dasar suka sama suka dengan sikap jujur, tanpa ada unsur kebatilan seperti tekanan, paksaan, penipuan dan mengambil keuntungan yang berlebihan. Penerapan *taradin* dalam akad jual beli keberlakuannya diterapkan melalui hukum perikatan namun harus tetap berdasarkan prinsip dasar nilai-nilai *ilahiyyah* yang ditranspormasikan dalam etika bisnis. Kaitannya dengan skripsi Penulis adalah pemenuhan hak konsumen dan cara transaksi yang sesuai dengan tuntunan *syariat* Islam.

Ketiga, Penelitian Eka Adi Putra, dengan judul Perilaku Pembelian Tidak Terencana (*Impluse Buying*) di Pusat Perbelanjaan Modern di Surabaya. Tahun 2015, berupa Jurnal, permasalahan yang dibahas mengenai pengaruh keterlibatan konsumen pada *fashion* dan ketersediaan dana terhadap pembelian tidak terencana. Berorientasi pada *fashion* melalui emosi positif konsumen. Penelitian yang dikaji berfokus pada perilaku konsumen *fashion* di pusat perbelanjaan Surabaya. Teori yang digunakan adalah teori *influse buying* atau pembelian yang tidak terencana, sehingga dalam melakukan pembelian konsumen terkadang tidak menempatkan kebutuhan dalam skala prioritas ataupun motif pembelian sebatas memuaskan keinginan. Keterkaitan dengan skripsi ini penulis adalah motif pembelian dan rasionalitas konsumen dalam keputusan membeli. Terkait juga dengan perilaku *ishraf* dan *tabzir* karena kecenderungan hanya untuk memenuhi keinginan.

Ketiga penelitian yang sudah dilakukan para peneliti sebelumnya, penulis menilai bahwa penelitian dengan judul “**KONSEP KONSUMEN CERDAS MENURUT EKONOMI ISLAM**” Belum banyak diteliti, hal itu terlihat dari penelitian yang sudah dilakukan oleh:

1. Zuliana, menjelaskan perilaku konsumsi menurut M Abdul Mannān, berfokus pada pemikiran tokoh mengenai basis nilai Material dan

Spiritual kemudian mengaitkan dengan aktualisasi perilaku konsumsi di Indonesia.⁸

2. Rahmad Kurniawan, menjelaskan prinsip jual beli *Tarādīn* atau suka sama suka dalam sebuah transaksi, sehingga tidak ada pihak yang dizolimi, baik penjual maupun pembeli berdasarkan prinsip dasar nilai-nilai *ilahiyah* yang ditranspormasikan dalam etika bisnis.⁹
3. Eka Adi Putra, menjelaskan perilaku konsumen yang melakukan pembelian secara tidak terencana dengan dasar teori *influse buying*.¹⁰

Untuk memudahkan dalam membedakan penelitian Peneliti dengan peneliti sebelumnya dapat dilihat dalam tabel berikut ini

Tabel:2.1.
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Zuiana tahun, Prinsip Konsumsi Dalam Islam Berbasis Nilai Material Dan Spiritual (Analisis Konsep M. Abdul Mannan dan Aktualisasinya	Analisis Konsep M. Abdul Mannān dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia	Kajian terhadap konsep dan perilaku konsumsi dalam Islam	Berfokus pada teori tokoh yaitu Muhammad Abdul Mannān seorang guru besar di Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank, Jeddah.

⁸Zuliana, *Prinsip Konsumsi dalam Islam Berbasis Nilai Material Spiritual (Analisis Konsep M Abdul Mannan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia)*, UIN Walisongo, 2015.

⁹Rahmad Kurniawan, *Prinsip Taradin Pada Akad Jual Beli*, IAIN Palangkaraya, 2013.

¹⁰Eka Adi Putra, *Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impluse Buying) di Pusat Perbelanjaan Modern di Surabaya*, Jurnal An-Nisbah, Vol.01, No. 02, April 2015.

	dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia)			
2	Rahmad Kurniawan tahun, Prinsip <i>Tarādin</i> Pada Akad Jual Beli Dalam Q.S. An-Nisa [4]: 29	Mengkaji Perilaku Konsumen dan Penjual dalam transaksi berdasarkan prinsip suka-sama suka	Kajian terhadap sikap konsumen dengan prinsip <i>tarādin</i>	Berfokus pada saat transaksi pembelian dengan prinsip <i>tarādin</i>
3	Eka Adi Putra tahun, Perilaku Pembelian Tidak Terencana (<i>Impulse Buying</i>) Di Pusat Perbenjaan Modern di Surabaya	Mengkaji sikap konsumen <i>fashion</i> di pusat perbelanjaan Surabaya	Kajian terhadap sikap konsumen dengan teori <i>influse buying</i>	Telaah sikap konsumen terhadap teori <i>influse buying</i>

Sumber: Dibuat oleh penulis, 2019

B. Landasan Teori

1. Teori Transaksi Ekonomi Islam

Sebelum mengetahui tentang transaksi ekonomi Islam, pemahaman tentang makna kata ekonomis (الأقتصاد) penting diketahui. Dalam literatur arab القصد (ekonomis) berarti kelurusan cara, dan القصد juga bermakna adil atau keseimbangan. Ekonomis dalam suatu aktivitas merupakan lawan dari kata pemborosan, yaitu antara sikap antara perilaku konsumtif dan penghematan berlebihan.¹¹ Tujuan Ekonomi Islam membawa kepada *al-falâh* (kejayaan) di dunia akhirat,

¹¹Abdullah Abdul Husain at-Tariqi, *Ekonomi Islam (Prinsip, Dasar dan Tujuan)*, dengan penerjemah M. Irfan Syofwani, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004, Cet ke-3, h. 13.

sedangkan ekonomi sekuler untuk kepuasan dunia saja. Ekonomi islam meletakkan manusia sebagai khalifah di muka bumi ini di mana segala bahan-bahan yang ada di bumi dan di langit adalah diperuntukkan kepada manusia.¹²

Seseorang bebas melakukan transaksi sesuai kebutuhan dan keinginannya. Mekanisme pasar merupakan suatu kekuatan yang bersifat massal (*impersonal*) dan alamiah (*natural*) sehingga mencerminkan kondisi ekonomi masyarakat luas. Sedangkan dalam konteks transaksi, konsep mekanisme pasar dibangun atas dasar prinsip *ar-ridhâ*, yakni segala transaksi yang dilakukan haruslah atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak (*freedom contract*). Keadaan rela sama rela merupakan kebalikan dari aniaya, yaitu keadaan dimana salah satu pihak senang di atas kesedihan pihak lain. Dalam hal harga, para ahli fiqih merumuskan sebagai *the price of the equivalent*. Konsep *the price of the equivalent* atau *thâman al mithl* ini mempunyai implikasi penting dalam ilmu ekonomi yaitu keadaan pasar yang kompetitif.¹³

2. Teori Konsumen Cerdas

Mengkaji perilaku konsumen berarti mengkaji perilaku manusia sebagai individu dalam aktifitas ekonomi, oleh karenanya aspek psikologis menjadi salah satu *equipment* (alat) yang tepat untuk

¹²Veitzal Rivai, Aminur Nuruddin, dan Faisal Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics (Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah Saw dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012, h.6.

¹³Ahmad Dakhoir dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah)*, Surabaya: LaksBang PRESSindo, 2017, Cer ke-1, h.117-118.

memahami perilaku konsumen secara mendalam dan komprehensif, selain itu kekuatan faktor sosial budaya dan prinsip-prinsip ekonomis serta strategi pemasaran juga dapat menjadi alat analisis yang tajam. Kemampuan dalam menganalisis perilaku konsumen berarti keberhasilan dalam menyelami jiwa konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dengan demikian berarti pula keberhasilan pengusaha, ahli pemasaran, pimpinan toko dan pramuniaga dalam memasarkan suatu produk yang membawa kepuasan kepada konsumen dan bagi diri. Studi tentang perilaku konsumen akan menjadi dasar yang amat penting dalam manajemen pemasaran.¹⁴

Untuk melihat lebih jelas perilaku konsumen, dasar pemikiran utama dalam ilmu ekonomi adalah bahwa setiap orang itu akan memilih barang dan jasa yang mereka anggap paling bernilai dan bermanfaat, dan untuk menggambarkan perilaku ini digunakan dengan pendekatan teori utilitas (nilai guna). Utilitas ini secara sederhana artinya adalah “kepuasan/kenikmatan”, atau bagaimana konsumen mengurutkan berdasarkan nilai guna dari suatu barang dan jasa yang berbeda-beda. *Utility* (nilai guna) dianggap sebagai ukuran kemampuan barang/jasa untuk memuaskan kebutuhan, yang para ahli ekonomi mempercayai *utility* (nilai guna) ini merupakan ukuran kebahagiaan.¹⁵

¹⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003, h.6.

¹⁵Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Gava Media, 2016, h.144-145.

Konsumen saat mengambil keputusan dalam memecahkan masalah mengasumsikan bahwa konsumen memiliki sasaran yang ingin dicapai atau dipuaskan. Dalam hal ini konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal sebelum melakukan pembelian. Berikut adalah urutan pemecahan masalah konsumen:¹⁶

- a) Pemahaman adanya masalah
- b) Pencarian alternatif pemecahan masalah
- c) Evaluasi alternative
- d) Pembelian
- e) Penggunaan pasca pembelian

Setiap analisis ekonomi selalu didasarkan atas asumsi mengenai perilaku para pelaku ekonominya. Secara umum sering kali diasumsikan bahwa dalam pengambilan keputusan ekonomi, setiap pelaku selalu berpikir, bertindak dan bersikap secara rasional. “Rasionalitas” mempunyai akar dan bentukan kata yang boleh jadi secara kebahasaan menunjukkan makna dan konotasi yang berbeda-beda, seperti ratio (latin), rasion (*ration*), rasional (*rational*), rasionalitas (*rationality*), dan rasionalisme (*rationalism*). ratio (*latin*) berarti akal budi atau pikiran sehat. Rasion (*ration*) mengandung makna di antaranya *to supply with the rations* (menawarkan dengan ketentuan), *to limit or to restrict the use of* (membatasi penggunaan

¹⁶Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2008, Cet ke-3, h. 417.

barang tertentu).¹⁷ Rasional dalam bidang ekonomi mengerucut pada makna adanya batasan yang ditentukan oleh sebuah ketentuan. Terminologi rasionalitas dibangun atas dasar kaidah-kaidah yang diterima secara universal. Aksioma dalam pilihan rasional terdapat tiga sifat dasar.

a). Kelengkapan (*completeness*)

Jika individu dihadapkan pada dua situasi, A dan B, maka ia dapat selalu menentukan secara pasti salah satu dari tiga kemungkiana berikut:

- 1). A lebih disukai daripada B
- 2). B lebih disukai daripada A
- 3). A dan B keduanya sama-sama disukai

b). Transitivitas (*Transitivity*)

Jika seseorang “A lebih disukai daripada B” dan “B lebih disukai daripada C”, maka “A harus lebih disukai daripada C”. Asumsi ini menyatakan bahwa pilihan individu bersifat konsisten secara internal.

c). Kontinuitas (*Continuity*)

Jika bagi seseorang “A lebih disukai daripada B”, maka situasi-situasi yang secara cocok “mendekati A”, harus juga lebih disukai daripada B.¹⁸

¹⁷Osman Raliby, *Kamus Internasional*, Jakarta: Bulan Bintang, 1982, h. 436, 934.

¹⁸Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, Cet ke-6, h.52-53.

Rasionalitas Islam secara umum dibangun atas dasar aksioma yang diderivasikan dari agama Islam. Secara garis besar sebagai berikut:

- a) Setiap pelaku ekonomi bertujuan untuk mendapatkan *maslāhah*.
- b) Setiap pelaku ekonomi selalu berusaha untuk tidak melakukan kemubaziran (*non-wasting*).
- c) Setiap pelaku ekonomi selalu berusaha untuk meminimumkan resiko (*risk aversion*).
- d) Setiap pelaku ekonomi dihadapkan pada situasi ketidakpastian.
- e) Setiap pelaku berusaha melengkapi informasi dalam upaya meminimumkan resiko.¹⁹

Berbeda dengan sistem ekonomi konvensional (umum), terkait dengan perilaku konsumen rasional dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumen muslim rasional mencapai maksimum dalam mengkonsumsi sejumlah barang atau membelanjakan pendapatannya untuk amalan sholeh sesuai perintah Allah. Amalan sholeh tersebut bisa berupa zakat, infaq, dan shadaqah serta pengeluaran untuk saudaranya yang membutuhkan. Pengeluaran ZIS dan untuk saudaranya inilah yang diyakini akan memperoleh pahala, imbalan, dan berkah yang lebih besar dan akan memperoleh pahala dunia dan akhirat.²⁰

¹⁹Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam/P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009, h. 27-30.

²⁰Suyoto Arief, "Konsumen Rasional dalam Perspektif Islam", *Jurnal Islamic Economics Journal*, Vol. 01, No. 1, 2012, h 28-29.

3. Teori Transaksi

Secara umum transaksi diartikan sebagai kegiatan yang melibatkan paling sedikit dua belah pihak, baik pembeli dan penjual, yang saling melakukan pertukaran, melibatkan diri dalam perserikatan usaha, pinjam meminjam atas dasar sama-sama suka ataupun atas dasar suatu ketetapan hukum atau syariah yang berlaku. Transaksi harus dilandasi oleh aturan hukum-hukum Islam karena transaksi adalah manifestasi amal manusia yang bernilai ibadah dihadapan Allah, yang dapat dikategorikan menjadi dua transaksi halal dan haram.²¹

Istilah lain dalam jual beli adalah akad, secara bahasa berarti ikatan antara ujung-ujung sesuatu atau ikatan antara suatu pembicaraan atau dua pembicaraan. Pengertian akad secara istilah terbagi pada pengertian umum dan khusus. Akad dalam pengertian umum menurut fuqaha Malikiyah, Syâfi'iyah dan Hânabilah adalah:

Segala yang diinginkan untuk mengerjakan baik bersumber dari keinginan satu pihak seperti *waqâf*, pembebasan, *thalâq*, atau bersumber dari dua pihak, seperti jual beli, *ijârah*, *wakalah*, dan *rahn*. Sedangkan pengertian akad secara khusus adalah ikatan antara ijab dan Kabul dengan cara yang disyariatkan yang memberikan pengaruh terhadap objeknya.

²¹Muhammad dan Rahmad Kurniawan, *Visi dan Aksi Ekonomi Islam, Kajian Spirit Ethico-Legal atas Prinsip Taradin dalam Praktik Bank Islam Modern*, Malang: Intimedia, 2014, Cet ke-1, h. 59.

Memberikan pengaruh pada definisi ini maksudnya adalah memberikan akibat hukum yakni perpindahan barang menjadi milik pembeli dan uang menjadi milik penjual pada akad jual beli. Dengan demikian, akad merupakan ikatan antara ijab dan kabul yang menunjukkan adanya kerelaan para pihak dan memunculkan akibat hukum terhadap objek yang diakadkan.²²

4. Teori Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah tindakan menggunakan berbagai komoditas, baik barang maupun jasa, untuk memuaskan kebutuhan.²³ Sistem ekonomi Islam dilandasi dan bersumber pada ketentuan Al Qur'ān dan Sunnāh, berisi tentang nilai persaudaraan, rasa cinta, penghargaan kepada waktu, dan kebersamaan. Dari sistem ekonomi Islam tersebut tidak hanya menghapuskan ketidakseimbangan tetapi dapat merelokasi sumber daya dengan cara efisien secara bersamaan yang menciptakan pemerataan.²⁴

Para pakar *maqâsid* telah memetakan tujuan syariah menjadi beberapa bagian, Imam Syatibi membedakan *maslâhah* menjadi tiga bagian:

a). Kebutuhan *Dhâruriyat* (Primer)

²²Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Cet ke-1, h. 45-46.

²³Windy Novia, *Kamus Lengkap Ekonommi*, Bandung: Wipress, 2006, Cet ke-1, h. 192.

²⁴Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h.

Kebutuhan *Dhârurî* atau primer adalah kemaslahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika dia luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. Masalahat *dhâruriyat* ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar.

Adapun yang termasuk dalam ruang lingkup *maslâhah dhâruriyat* ini ada lima macam, yaitu hal-hal yang berkaitan dengan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Umumnya ulama *ushul fiqh* sependapat tentang lima hak tersebut sebagai *maslâhah* paling asasi.

Secara umum, menghindari setiap perbuatan yang mengakibatkan tidak terpeliharanya salah satu dari kelima hal pokok tersebut, tergolong *dhârurî* (prinsip). Syariat Islam sangat menekankan pemeliharaan hal tersebut, sehingga demi mempertahankan nyawa (kehidupan) dibolehkan makan barang terlarang (haram), bahkan diwajibkan sepnjang tidak merugikan orang lain. Karena itu bagi orang dalam keadaan darurat khawatir akan mati kelaparan, diwajibkan memakan bangkai, daging babi dan minum arak.

b). Kebutuhan *Hajjiyat* (Sekunder)

Kebutuhan *hajjiyat* atau sekunder adalah 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.

c). Kebutuhan *Tahsiniyat* (tersier) atau *Kamaliyat* (Pelengkap)

Kebutuhan *Tahsiniyat* (tersier) atau *Kamaliyat* (Pelengkap) adalah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok diatas serta tidak pula menimbulkan kesulitan.²⁵

Selain untuk memenuhi kebutuhan diatas seorang muslim juga dituntut untuk mengkonsumsi barang yang halal seperti yang dikutip dari M. Abdul Mannān seorang guru besar di Islamic Research and Training Institute, Islamic Development Bank, Jeddah kelahiran Bangladesh 17 November 1939 menyatakan:

The difference between modern and Islamic Economics in respect of consumption lies in its approach towards satisfaction of ine"s wants. Islam does not recognize the pure materialistic bent of the modern pattern of consumption. (perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dan pola konsumsi modern)²⁶

Menyikapi pendapat M Abdul Mannān maka ada asumsi bahwa konsep dalam teori konsumsi modern belum memenuhi

²⁵Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004), h. 152-153.

²⁶Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Terjemah, M. Nastangin, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997, h. 44.

persyaratan bagi seorang konsumen Muslim. Sebagai buktinya, telah terjadi fenomena seperti barang konsumsi yang haram, dan membahayakan kesehatan. Masih ditemukan konsumsi dan produksi yang menimbulkan pencemaran lingkungan hidup mengakibatkan rusaknya ekosistem, dan banyak konsumsi produksi yang mengandung unsur penipuan dan haram.

Maslow memperkenalkan teori berjenjang seperti piramida untuk kebutuhan manusia dari tahap dasar kebutuhan dan paling atas untuk kebutuhan seorang individu. Tahap paling dasar adalah tahapan fisiologi yaitu kebutuhan terhadap makanan, udara dan sebagainya, Kemudian tahap kedua kebutuhan terhadap keselamatan. Menurut Maslow keperluan yang paling atas hanya akan dipenuhi setelah keperluan paling bawah tertutupi. Tahap ketiga adalah kebutuhan social yaitu keperluan pada memberi dan menerima kasih sayang. Kebutuhan keempat adalah kebutuhan terhadap penghargaan terhadap diri sendiri dan menerima penghargaan dari orang lain. . Jika kebutuhan ini dapat dipenuhi, seseorang akan lebih berkeyakinan. Tahap yang kelima adalah kebutuhan kepada hasrat diri yaitu kesempurnaan diri. Keperluan ini ialah kebolehan menggunakan sepenuhnya potensi diri dan

bakat (Maslow 1943). Ini menjelaskan keperluan manusia terbagi kepada keperluan fisik dan psikis (jiwa).²⁷

5. Teori Jual Beli dan *Khiyâr* dalam Fiqih

Secara etimologi jual beli disebut *al-bai'* yang berarti menjual, mengganti, dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Lafal *al-bai'* dalam terminologi *fiqh* terkadang dipakai untuk pengertian lawannya, yaitu lafal *al-syira* yang berarti membeli. Dengan demikian, *al-bai'* mengandung arti menjual sekaligus membeli atau jual beli.²⁸

Berdasarkan definisi di atas, maka pada intinya jual beli itu adalah tukar-menukar barang. Hal ini telah dipraktikkan oleh masyarakat prifimitif ketika uang belum digunakan sebagai alat tukar-menukar barang, yaitu sistem barter dalam terminologi *fiqh* disebut dengan *bai' al-muqayyadah*.²⁹ Ada tiga macam jual beli yaitu;

a) Jual beli barang nyata, dalam akad jual beli harus ada ijab kabul.

Pihak penjual dengan rela melepaskan barang dagangannya dan pihak pembeli dengan rela menerima barang itu dengan menyerahkan uang tunai sebagai bukti pembayaran. Ijab kabul bisa dilakukan dengan ucapan lisan maupun tulisan.

²⁷Nor Nazimi Mohd Mustaffa, Jaffary Awang, Aminudin Basir, "Teori Maslow Dan Kaitannya Dengan Kehidupan Muslim", Hadhari, Edisi 9, Februari 2017, h. 278.

²⁸Mardani, Fiqh Ekonomi Syariah, Jakarta, Kencana, 2012, h 101.

²⁹*Ibid*, h.101.

- b) Mejual sesuatu barang yang bersifat perjanjian atau disebut salam atau pesanan. Bila barangnya sudah bisa dipastikan sesuai sifat barang semula yang dicontohkan, maka hukumnya boleh.
- c) Menjual barang yang tidak nyata, tidak dapat dilihat mata. Jual beli dalam bentuk ini hukumnya tidak boleh. Namun, bila barang itu sebenarnya ada, hanya pada waktu akad disimpan, maka hukumnya tetap boleh asalkan tidak mudah mengalami perubahan bentuk.³⁰

Transaksi jual beli juga berlaku *khiyâr*. *Khiyâr* menurut Pasal 20 ayat 8 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah yaitu hak pilih bagi penjual dan pembeli untuk melanjutkan atau membatalkan akad jual beli yang dilakukan. Adapun macam-macam *khiyâr* sebagai berikut:

- a) *Khiyâr majelis* yaitu tempat transaksi, dengan demikian khiyar majlis berarti hak pelaku transaksi untuk meneruskan atau membatalkan akad selagi mereka berada dalam tempat transaksi dan belum berpisah.
- b) *Khiyâr syarat* yaitu kedua pihak atau salah satunya berhak memberikan persyaratan khiyar dalam waktu tertentu.
- c) *Khiyâr 'aib* yaitu hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan akad dikarenakan terdapat cacat pada barang yang mengurangi harganya.

³⁰Marjuqi Yahya, *Panduan Fiqih Imam Syafi'i, Ringkasan Kitab Fathul Qarib Al-Mujib*, Jakarta: Al-Maghfirah Cet Ke-1, h. 87-88.

d) *Khiyâr ru'yâh*, yaitu membeli suatu barang yang belum dilihat oleh pembeli. *Khiyâr* diberikan kepada pembeli ketika melihat barang dagangan bukan sebelumnya.³¹

Khiyâr disyariatkan agar tidak terjadi unsur menzalimi dan menerapkan prinsip jual beli harus suka sama suka (*ridhâ*).³² Pada masa perdagangan modern *khiyâr* sering dikaitkan dengan garansi, dalam ensiklopedia Indonesia garansi adalah bagian dari suatu perjanjian dari jual beli, di mana penjual menanggung kebaikan atau keberesan barang yang dijual untuk jangka waktu yang ditentukan, apabila barang tersebut mengalami kerusakan atau cacat maka segala perbaikannya ditanggung oleh penjual, sedang peraturan-peraturan garansi tersebut biasanya ditulis pada suatu surat garansi.³³

6. Teori Konsumen dan Produsen dalam Ekonomi Islam

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen adalah pemakai barang dari hasil produksi. Di dalam siklus ekonomi yang bermula dari dengan perolehan kekayaan, konsumsi barangkali merupakan tahap terakhir dan paling penting. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-

³¹Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu-Jilid-5*, Damaskus, Darul Fikr, 2007, h. 226.

³²Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, Cet Ke-2, 2013, h.105-106.

³³Ensiklopedi Indonesia Jilid II, Jakarta: Ichtar baru Van Home, 1980, h. 1082-1083.

barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga dan lain sebagainya.³⁴

Konsumen diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu; konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen Individu adalah orang-orang atau individu-individu yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri, bersama anggota keluarga, atau bersama teman-teman. Sedangkan konsumen organisasi diartikan sebagai lembaga atau instansi yang membeli produk untuk diperjualbelikan atau untuk kepentingan instansi/lembaga tersebut.³⁵

Ekonomi Islam Konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar sebagai berikut.

a) Prinsip Keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum.

b) Prinsip Kebersihan

Syarat kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an maupun Hādīst tentang makanan. Harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikan sehingga merusak selera.

c) Prinsip kesederhanaan

³⁴Muhammad Sharif Chaudhry, "Sistem Ekonomi Islam", Jakarta, Kencana, 2012, h

³⁵Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013, h. 30.

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebihan.

d) Prinsip kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan dengan kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya.

e) Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan.³⁶

Konsumsi dalam Islam tidak hanya untuk materi saja tetapi juga termasuk konsumsi sosial yang terbentuk dalam zakat dan shadaqah.

³⁶Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005, h. 93-95.

Dalam Al-Qur'ān dan hādits disebutkan bahwa pengeluaran zakat dan sodaqoh mendapat kedudukan penting dalam Islam.

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk barang maupun jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen.³⁷ Dalam aktifitas produksi, produsen mengubah faktor produksi menjadi barang dan jasa.³⁸

Orientasi dalam hal produksi barang dan jasa dalam ekonomi Islam menurut as-Syātibi, bahwa kebutuhan dasar manusia yang mencakup lima hal, yaitu terjaganya kehidupan beragama, (*ad-dîn*), terpeliharanya jiwa (*an-nafs*), terjaminnya kreasi berfikir (*al-'aql*), terpenuhinya kebutuhan materi (*al-mâl*), dan keberlangsungan meneruskan keturunan (*an-nasl*).³⁹

Mohammad Nejatullah Siddiqi⁴⁰ memberikan pemikiran tentang ekonomi Islam mengenai masalah produksi. Baginya, memaksimalkan laba bukanlah satu-satunya motif dan bukan pula motif utama produksi. Tujuan utama produksi adalah pemenuhan kebutuhan seseorang secara sederhana, mencukupi tanggungan keluarga, persediaan untuk menghadapi kemungkinan-kemungkinan masa depan, persediaan keturunan dan pelayanan social, serta infak di

³⁷Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi* Cet. 18, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002, h. 185.

³⁸M Nur Rianto Al Arif, *Teori Mikroekonomi, Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana Cet Ke-1, h.148.

³⁹*Ibid*, h.156.

⁴⁰Ekonom Muslim India pemenang Hadiah Internasional Raja Faisal Untuk Studi Islam, Lahir 1931M dalam

jalan Allah SWT.⁴¹Ekonomi konvensional, motivasi utama bagi produsen adalah mencari keuntungan materiil (uang) secara maksimal sangat dominan, meskipun saat ini sudah berkembang bahwa produsen tidak hanya bertujuan mencari keuntungan maksimal semata. Namun tetap secara konsep tujuan produsen dalam ekonomi konvensional selalu menitikberatkan pada penggandaan materi yang akan didapat oleh perusahaan.⁴²

C. Kajian Konsep Penelitian

1. Konsep Konsumen Cerdas

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, konsumen adalah pemakai barang dari hasil produksi. Di dalam siklus ekonomi yang bermula dari dengan perolehan kekayaan, konsumsi barangkali merupakan tahap terakhir dan paling penting. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi keinginan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga dan lain sebagainya.⁴³

Konsumen diklasifikasikan menjadi dua macam yaitu; konsumen individu dan konsumen organisasi. Konsumen Individu adalah orang-orang atau individu-individu yang membeli produk untuk dikonsumsi sendiri, bersama anggota keluarga, atau bersama

⁴¹Yadi Janwari, *Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016, Cet ke-1, h. 299-300.

⁴²*Ibid*, h.157.

⁴³Muhammad Sharif Chaudhry, "*Sistem Ekonomi Islam*", Jakarta, Kencana, 2012, h

teman-teman. Sedangkan konsumen organisasi diartikan sebagai lembaga atau instansi yang membeli produk untuk diperjualbelikan atau untuk kepentingan instansi/lembaga tersebut.⁴⁴

Cerdas menurut KBBI adalah sempurna perkembangan akal budinya (untuk berfikir, mengerti, dan sebagainya); tajam pikiran. Bahasa lain dari cerdas adalah intelektual atau inteligensi berasal dari bahasa Latin *intelligere* yang berarti mengorganisasikan, menghubungkan, atau menyatukan satu dengan yang lain (*to organize, to relate, to bind together*). Menurut panitia istilah pedagogis (1953) yang mengangkat pendapat Stern, yang dimaksud dengan intelektual adalah daya menyesuaikan diri dengan keadaan baru menggunakan alat-alat berpikir menurut tujuannya.⁴⁵

Kecerdasan (*intelligence*) adalah istilah yang sulit untuk didefinisikan dan menimbulkan pemahaman yang berbeda-beda di antara para ilmuwan. Dalam pengertian yang populer, kecerdasan sering didefinisikan sebagai kemampuan mental umum untuk belajar dan menerapkan pengetahuan dalam memanipulasi lingkungan, serta kemampuan untuk berfikir abstrak (Bainbridge, 2010). Definisi lain tentang kecerdasan mencakup kemampuan beradaptasi dengan lingkungan baru atau perubahan lingkungan saat ini, kemampuan untuk mengevaluasi dan menilai, kemampuan untuk memahami ide-ide yang kompleks, kemampuan untuk berpikir produktif, kemampuan

⁴⁴Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013, h. 30.

⁴⁵Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana, 2013, Cet Ke-3, h. 43.

untuk belajar dengan cepat dan belajar dari pengalaman bahkan kemampuan untuk memahami hubungan.⁴⁶

Perspektif hukum yang tertuang dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen yang kemudian menjadi sebuah Konsep Konsumen Cerdas dari Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dijelaskan mengenai cara menjadi konsumen yang cerdas adalah sebagai berikut:

1. Tegakkan Hak & Kewajiban Anda Selaku Konsumen

Konsumen diajarkan untuk kritis dan berani memperjuangkan haknya apabila barang/jasa yang dibelinya tidak sesuai dengan standar yang dipersyaratkan dan tidak sesuai dengan diperjanjikan, tetapi konsumen juga harus mengerti kewajibannya sebagaimana tercantum pada UUPK (Undang-Undang Perlindungan Konsumen).

2. Teliti Sebelum Membeli

Konsumen diajarkan selalu mempunyai kebiasaan untuk teliti atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan/tersedia dipasar. Minimal secara kasat mata dapat digunakan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dari barang dan/ atau jasa tersebut, dan bila kurang jelas/paham, dapat menyampaikan untuk bertanya atau untuk memperoleh informasi atas barang dan/atau jasa tersebut.

⁴⁶Muhammad Yaumi dan Nurdin Ibrahim, *Pembelajaran Berbasis Kecerdasan Jamak (Multiple Intrligences)*, Jakaarta: Kencana, 2013, Cet Ke-1, h.. 9.

Berdasarkan hal ini, dapat diperoleh gambaran umum atas barang dan/atau jasa yang ditawarkan di pasar.

3. Perhatikan Label, MKG, dan Masa Kadaluarsa

Konsumen harus lebih kritis untuk mengetahui kondisi barang dan/atau jasa, khususnya atas barang makanan, minuman, obat dan kosmetik, dalam keadaan terbungkus yang disertai label. Dalam label dicantumkan antara lain: komposisi, manfaat aturan pakai, dan masa berlaku. Bila membeli produk telematika dan elektronika harus dilengkapi dengan petunjuk penggunaan (manual) dan kartu jaminan garansi purna jual dalam bahasa Indonesia. Perhatikan masa kadaluarsa agar berhati-hati terhadap barang yang masuk kedalam tubuh atau yang digunakan diluar/atas tubuh. Karena barang tersebut sangat erat kaitannya dengan aspek kesehatan, keamanan dan keselamatan (K3L) konsumen.

4. Pastikan Produk Sesuai dengan Standar Mutu K3L

Konsumen diajak untuk mulai akrab dengan produk bertanda SNI dan memperhatikan produk yang sudah yang wajib SNI. Produk bertanda SNI lebih memberikan jaminan kepastian atas kesehatan, keamanan dan keselamatan konsumen, bahkan lingkungannya (K3L). Saat ini terdapat produk dengan SNI yang diberlakukan secara sukarela (*voluntary*) dan 89 jenis produk yang sudah SNI Wajib. Standar lain yang diberlakukan di dunia adalah *Japanese Industrial Standards (JIS)*, *British Standards (BS)*,

American Society for Testing and Materials (ASTM), Codex Standard, Conformita Europenne (CE), dan lain-lain.

5. Beli Sesuai Kebutuhan Bukan Keinginan

Konsumen diajak untuk mempunyai budaya perilaku tidak konsumtif artinya bukan barang dan/atau jasa yang menguasai atau mempengaruhi konsumen andalah sebagai konsumen yang menguasai keinginannya untuk membeli barang dan/atau jasa.⁴⁷

Disini menjelaskan bagaimana menjadi konsumen yang cerdas tidak hanya pada saat pembelian namun juga sebelum dan pasca pembelian. Pada umumnya tidak sedikit masyarakat tertentu yang masih beranggapan, aktivitas ekonomi memiliki prinsip bahwa: “Bagaimana dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk menghasilkan keuntungan yang sebesar-besarnya”. Prinsip ini tentunya bukan prinsip ekonomi, sebab dapat kita pahami, yakni dengan pengorbanan yang sekecil-kecilnya untuk memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya, hanyalah merupakan hayalan atau angan-angan yang tidak realistis. Prinsip ekonomi yang benar adalah: “Dengan pengorbanan yang layak berusaha untuk menghasilkan kemanfaatan secara optimal”. Pengorbanan yang layak artinya berkorban secara tidak kikir, tidak berlebih-lebihan, dan tidak boros. Sedangkan kemanfaatan secara optimal berarti manfaat terbaik yang selayaknya dapat dicapai sesuai dengan

⁴⁷Nanang Suryadi, *Konsumen Cerdas Pahami Perlindungan Konsumen*, Kontes SEO 2013, h.3-4.

pengorbanannya. Dengan demikian dalam melakukan aktivitas ekonomi, bukan berarti mengajak kita untuk bersikap kikir atau sebaliknya boros, tetapi bagaimana mengelola aktivitas ekonomi tersebut secara layak dalam arti seimbang. Sikap hidup boros merupakan perilaku hidup yang berorientasi pada kebutuhan sekarang, sesaat, didasarkan pada dorongan nafsu yang tidak terkendali, dan tidak berorientasi pada masa datang. Padahal sesuatu yang sudah pasti (*certainty*) di masa datang adalah ketidakpastian (*uncertainty*). Ini artinya kebutuhan ekonomi dan konsumsi tidak hanya ditujukan untuk masa sekarang, tetapi juga untuk kepentingan masa datang.

Pada kenyataannya kita sadari bahwa, pemborosan tidak hanya dapat terjadi pada masyarakat yang mempunyai daya beli tinggi atau mampu secara finansial, tetapi juga dapat terjadi pada masyarakat yang kurang mampu secara finansial. Tidak sedikit seseorang atau keluarga yang mempunyai pendapatan kategori cukup memadai, tetapi mereka selalu mengalami kekurangan atau ketidakcukupan. Perihal ketidakcukupan ini berapapun pendapatannya dapat dikatakan tidak cukup. Oleh karena itu bukan besarnya pendapatan yang menunjukkan kecukupan ekonomi, tetapi bagaimana seseorang tersebut mampu mengelola pendapatannya atau hartanya sehingga dapat mencukupi kebutuhan hidupnya dengan baik. Ini artinya pengelolaan ekonomi dengan

prinsip kelayakan, tidak bersikap kikir dan tidak boros menjadi kunci keberhasilan ekonomi, baik itu ekonomi individu, keluarga, ataupun ekonomi suatu negara dalam lingkup yang lebih luas.

Keterkaitan dengan dampak eksponensial dari perilaku hidup boros, Zaini Muchtarom dkk menjelaskan bahwa: “Pemborosan dalam hidup sehari-hari, bukan saja merusak jiwa yang bersangkutan, tetapi juga mengacaukan masyarakat, menimbulkan kecurigaan kepada pihak lain. Ketenteraman masyarakat menjadi terganggu, dan pada gilirannya dapat merusak struktur ekonomi umum”. Pernyataan ini semakin memperkuat arti pentingnya untuk berperilaku secara ekonomis. Sabda Rasulullah SAW: *“Tidak akan miskin orang yang berperilaku ekonomis”* (H.R. Imam Ahmad).⁴⁸

Selain itu menurut Mower dan Minor, beberapa perilaku konsumen yang sembrono mencakup pemakaian produk yang membahayakan bagi dirinya. Lama-kelamaan banyak di antara perilaku ini menjadi perilaku konklusif atau adiktif. Diantara contoh konsumsi konklusif adalah merokok, minuman keras dan judi.⁴⁹

⁴⁸Muhardi, Paradigma Boros Dalam Islam, <https://www.neliti.com/id/publications/159530/paradigma-boros-dalam-kegiatan-ekonomi>, di unduh pada Senin 13 November 2017, Pukul 15.21 WIB.

⁴⁹Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*,... h.7.

Hak konsumen diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4. Berikut merupakan hak-hak konsumen terdiri atas:⁵⁰

- a. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan jasa
- b. Hak untuk memilih barang dan jasa serta mendapatkan barang dan jasa tersebut sesuai dengan nilai tukar dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan.
- c. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan jasa.
- d. Hak untuk didengarkan pendapat dan keluhan atas barang dan jasa yang digunakan.
- e. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut.
- f. Hak untuk mendapatkan pembinaan dan pendidikan konsumen.
- g. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta diskriminatif.
- h. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan penggantian, apabila barang atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak semestinya.
- i. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

⁵⁰Dumiati, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017, Cet. Ke-1, h.26-27.

Disamping mendapatkan haknya, konsumen juga memiliki kewajiban seperti:⁵¹

- a. Membaca atau mengikuti petunjuk informasi dan prosedur pemakaian
- b. Beritikad baik dalam melakukan transaksi pembelian barang dan jasa.
- c. Membayar sesuai dengan nilai tukar yang disepakati.
- d. Mengikuti upaya penyelesaian hukum sengketa perlindungan konsumen secara patut.

2. Konsep Jual Beli

Salah satu kegiatan ekonomi adalah jual beli (*selling contract*), Allah SWT menjadikan harta sebagai salah satu sebab tegaknya kemaslahatan manusia di dunia. Jual beli (*al-bai'*), menurut etimologi berarti menjual atau mengganti, atau menukar sesuatu dengan sesuatu lain. Kat lain dari *al-bai'* adalah *asy-syirâ'*, *al-mubadah*, dan *al-tijârah*. Adapun secara terminologi ulama berbeda pendapat dengan mendefinisikannya, antara lain:

- a) Menurut ulama Hanafiyah: pertukaran harta (benda) dengan berdasarkan cara khusus (yang dibolehkan).
- b) Menurut Imam Nawawi dalam Al-Majmu: pertukaran harta dengan harta untuk kepemilikan.

⁵¹*Ibid*, h.27.

c) Menurut Ibnu Qudamah dalam kitab Al-Mugni: pertukaran harta dengan harta, untuk saling menjadi milik.⁵²

Secara terminologi, jual beli adalah pertukaran harta dengan harta atas dasar saling merelakan atau memindahkan milik dengan ganti yang dibenarkan.⁵³Berkaitan dengan objek jual belinya, syaratnya yaitu sebagai berikut:

- a. Objek jual beli harus suci, manfaat, bisa diserahterimakan, dan merupakan milik penuh salah satu pihak
- b. Mengetahui objek yang diperjualbelikan dan juga pembayarannya, agar tidak terhindar faktor ‘ketidaktahuan’ atau ‘menjual kucing dalam karung’ karena hal tersebut dilarang
- c. Tidak memberikan batasan waktu. Artinya tidak sah menjual barang untuk jangka waktu tertentu yang diketahui atau tidak diketahui
- d. Hendaknya barang atau objek yang diperjualbelikan itu merupakan milik penjual atau setidaknya ia memiliki hak kuasa atas barang tersebut. Karena orang yang menjual barang orang lain tanpa seizin atau hak kuasa dari pemilik barang maka transaksi *Fudhul* atau batal.⁵⁴

⁵²Rahmat Syafei, *Fiqh Muamalah*, Bandung: Pusaka Setia, 2001, h. 74.

⁵³Abdul Rahman Ghazaly, Ghufon Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2010, h. 90.

⁵⁴Ratu Humaemah, *Analisa Hukum Islam Terhadap Masalah Perlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce*, Jurnal Islamicomic Vol.6 No.1 Januari – Juni 2015, H. 52

3. Konsep Al-Qur'ān

Al-Qur'ān adalah kalam Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad Saw, dalam bentuk lafal Arab dengan perantara Malaikat Jibril.⁵⁵

Kata Al-Qur'ān bersal dari kata *qara'â*, yang memiliki banyak makna, diantaranya adalah membaca, kisah, danlainnya. Al-Qur'ān adalah bentuk *verbal-noun*, yang berarti bacaan kisah-kisah. Seperti yang dinyatakan di dalam Al-Qur'ān itu sendiri, sebutan tersebut lebih merujuk pada wahyu Allah dalam arti yang luas, dan tidak dibatasi hanya untuk bentuk tertulis saja, seperti halnya yang dipahami dewasa ini.⁵⁶

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang atau jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan akan barang dan jasa tersebut. Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna.

Keinginan berkaitan dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Keinginan terkait dengan suka

⁵⁵Muhammad Amin Suma, "*Ulumul Qur'an*", Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2013, h. 25

⁵⁶Ahmad Von Denffer, *Ilmu Al-Qur'an Pengenalan Dasar*, Jakarta: Rajawali, 1998, Cet Ke-1, h. 10.

atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang atau jasa dan hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antar satu orang dengan orang lain. Secara umum, pemenuhan kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spritual, intelektual ataupun material. Sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis disamping manfaat lainnya.⁵⁷

Lebih spesifik lagi bahwa kebutuhan manusia adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan dasar. Manusia membutuhkan makanan, minuman, pakaian tempat tinggal, keamanan, hak milik, dan harga diri. Kebutuhan merupakan hakikat biologis dan kondisi manusia, sedangkan keinginan adalah hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik.⁵⁸

D. Kerangka Pikir

Penelitian ini didasarkan pada kenyataan yang sering terjadi dimasyarakat tentang perilaku konsumen, yang mana diatur dalam syariat agama dan juga dianjurkan dalam Agama Islam untuk menjadi konsumen yang cerdas. Hal menarik seringkali kita temui di masyarakat konsumen yang berperilaku kurang tepat baik saat transaksi pembelian maupun pasca pembelian atau pada saat mengkonsumsi sebuah produk. Dalam pelaksanaan transaksi jual beli seringkali konsumen berperilaku kurang cerdas sehingga rentan terjadi penipuan dan penyesalan setelah pembelian.

⁵⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia atas Kerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2008, h.130-131.

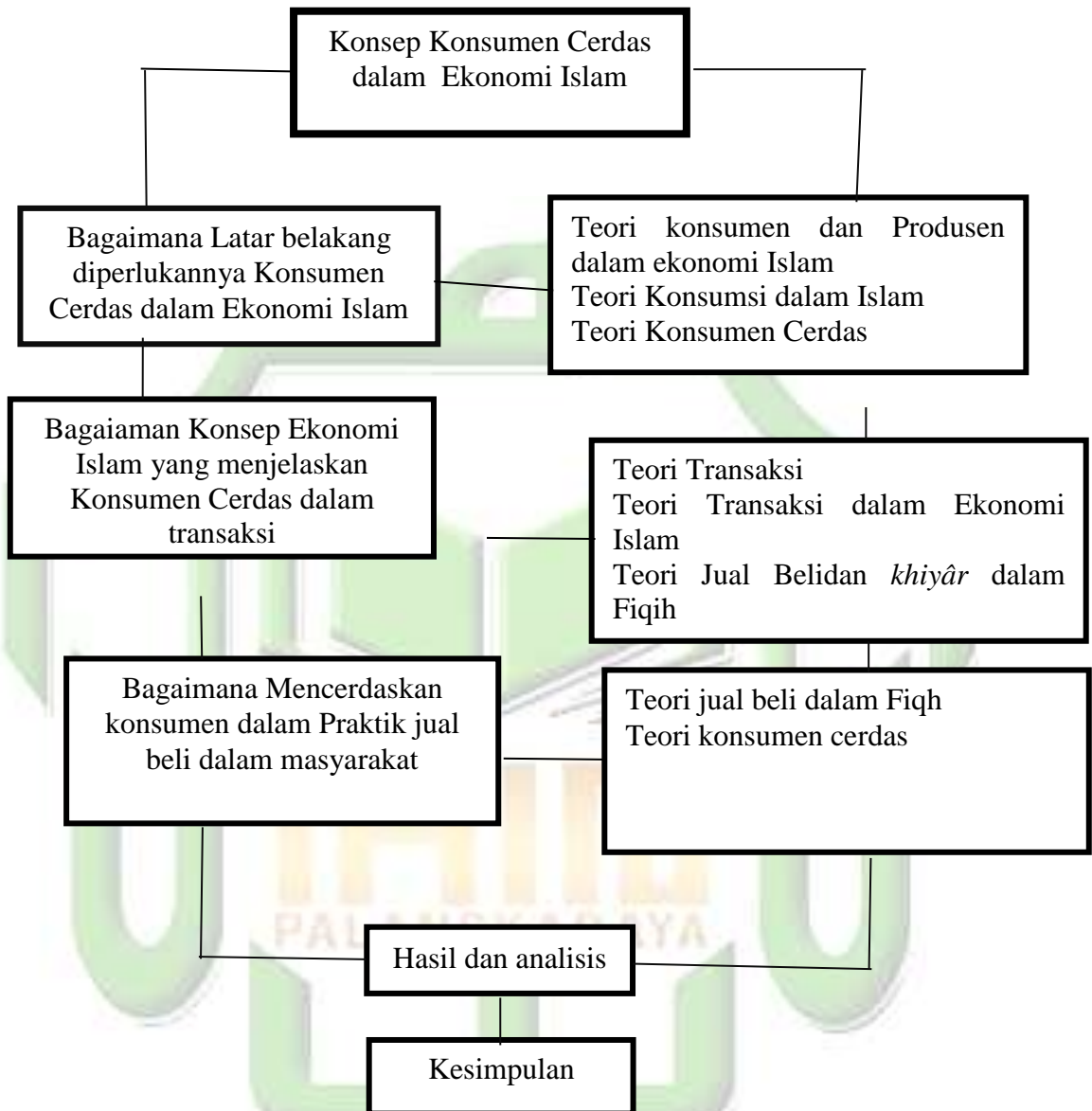
⁵⁸Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, h.7.

Bahkan terkadang sering ditemui konsumen yang membeli barang bukan atas dasar kebutuhan namun menuruti keinginan yang cenderung boros. Beranjak dari kerangka pikir inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang perilaku konsumen yang cerdas dalam Ekonomi Islam. Adapun kerangka penelitian sebagaimana tertera dibawah ini.



Bagan 2.1

Kerangka Pikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama empat bulan (Maret-Juni) setelah naskah proposal disetujui. Adapun tempat penelitian adalah di Perpustakaan.

B. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan Penelitian ini adalah kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu kajian yang dilakukan dengan menelaah data bersumber dari kepustakaan, tafsir dan sumber lain yang berhubungan dengan permasalahan yang dikaji.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Pendekatan Fenomenologi

Pendekatan fenomenologi adalah pendekatan tentang kajian fenomena yang tampak dan menggali esensi dari fenomena tersebut.⁵⁹ Pendekatan ini berusaha menjawab permasalahan yang diajukan penulis dengan beranjak dari perilaku konsumen dalam proses mengkonsumsi. Maka dalam hal ini penulis berfokus dalam proses mengkonsumsi suatu barang dan tidak berfokus dalam akad atau transaksi.

2. Pendekatan Tafsir

⁵⁹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, Cet. Ke-18, h. 9.

Secara harfiyah, kata tafsir berasal dari bahasa Arab dan merupakan bentuk masdar dari kata *fassâra* serta terdiri dari huruf فسّ dan ّر yang berarti keadaan jelas (nyata dan terang) dan memberikan penjelasan. Banyak ulama mengemukakan pengertian tafsir yang intinya menjelaskan hal-hal yang masih samar yang dikandung dalam ayat Al-Qur'an sehingga dengan mudah dimengerti.⁶⁰ Pendekatan ini berusaha menjawab permasalahan yang diajukan penulis dengan menjelaskan ayat-ayat yang terkait dengan konsumsi, yang mana penulis berfokus pada Al-Qur'an surah Al-A'raf ayat 31 dan Al Isrâ' Ayat 27.

3. Pendekatan Hermeunetika

Secara etimologis, kata hermeneutik berasal dari bahasa Yunani *hermeneuein* yang berarti menafsirkan. Kata bendanya berarti penafsiran atau interpretasi.⁶¹ Pendekatan ini berusaha menjawab permasalahan yang diajukan penulis dengan memberikan pendapat dan penjelasan dari data yang didapat oleh penulis.

4. *Grounded Theori*

Grounded theory adalah metodologi umum untuk mengembangkan teori. Metodologi pengembangan teori tersebut berbasis pada pengumpulan dan analisis data. Seiring dengan berjalannya penelitian, teori pun berkembang dan laju perkembangan

⁶⁰M Alfatih Suryadilaga, dkk, *Metodologi Ilmu Tafsir*, Yogyakarta:Teras, 2010, Cet. Ke-3, h. 27.

⁶¹Khoiriyah, *Memahami Metodologi Studi Islam (Suatu Konsep Tentang Seluk Beluk Pemahaman Ajaran Islam dan Isu-isu Kontemporer dalsm Studi Islam*, Yogyakarta: Penerbit Teras, 2013, Cet. Ke-1, h. 103.

ini seiring dengan proses pengumpulan dan nalisis data.⁶²Tujuan dari pendekatan studi *grounded theory* adalah untuk memunculkan atau menemukan teori (penjelasan teoritis gabungan).⁶³ Pendekatan ini berusaha menganalisis dari fenomena perilaku konsumen.

C. Data dan Sumber Data

Data yang diteliti pada penelitian kali ini terdiri dari dua jenis, yaitu:

1. Sumber Primer, yakni data yang didapat secara langsung oleh penulis sebagai sumber informasi.⁶⁴
 - a). Al-Qur'ān Surah Al- A'raf ayat 31 dan surah Al-Isra ayat 27.
 - b). Kitab primer yang digunakan adalah *Tafsîr Al-Qurtuby* karangan Syaikh Imam Al-Qurtubi, *Ta fsir Al-Misbah* Karangan M. Quraish Shihab dan Buku Ekonomi Islam P3EI
2. Sumber sekunder, yakni data yang tidak didapat secara langsung oleh penulis, sebab data yang dibutuhkan sudah tersedia dan dipublikasikan baik oleh perorangan ataupun lembaga.⁶⁵Buku-buku ekonomi, sosiologi, hukum, teori konsumen *Akhlaq* dan *Fiqih* baik cetak maupun elektronik serta Konsep konsumen cerdas Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

⁶²Norman K. Denzen dan Yvonna S. Lincoln, *Handbook Of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, Cet. Ke-1, h. 349.

⁶³John W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih di Antara Lima Pendekatan)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018, Cet. Ke-2, h.115.

⁶⁴Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, Cet. Ke-8, h.91.

⁶⁵*Ibid.*,

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah metode pengamatan yang didukung dengan pengumpulan dan pencatatan data secara sistematis terhadap obyek yang diteliti dalam observasi, di mana peneliti melakukan observasi di Perpustakaan baik melalui literasi cetak maupun elektronik.⁶⁶

2. Dokumentasi

Penggunaan teknik dokumentasi bertujuan untuk melengkapi data yang diperoleh dari teknik observasi dan wawancara. Dokumen adalah catatan kejadian yang sudah lampau yang dinyatakan dalam bentuk lisan, tulisan, dan karya bentuk.⁶⁷ Dokumentasi menurut Pohan sebagaimana dikutip Andi Prastowo juga bisa berbentuk arsip-arsip, akta, ijazah, rapor, peraturan perundang-undangan, buku harian, surat-surat pribadi, catatan biografi dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti.⁶⁸

E. Analisis Data

Menurut Patton, analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Sedangkan menurut Lexy J. Moleong, analisis data adalah proses

⁶⁶Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, h. 234.

⁶⁷Djam'an Satori dan Aan Komariyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 108.

⁶⁸Andi Prastowo, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012, h. 226.

mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁶⁹

Analisa yang digunakan dalam penelitian ini melalui tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi data, pada tahapan ini merangkum hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnyadan mencarinya bila diperlukan.⁷⁰ Konteksnya reduksi data dengan hasil penelitian ini adalah mengurangi, membuang atau mengganti kalimat ataupun data yang tidak relevan dituangkan dalam sajian naskah skripsi ini.
2. Penyajian data, dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar ketegori. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang sudah difahami.⁷¹
3. Kesimpulan, dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan dapat berupa daskripsi ataupun gambaran objek yang sebelumnya masih remang-remang

⁶⁹Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, h. 103.

⁷⁰Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h. 247.

⁷¹*Ibid*,...h. 249.

sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interkatif, hipotesis atau teori.⁷²



⁷²*Ibid.*, h. 253.

BAB IV

HASIL DAN ANALISIS

A. Latar belakang Diperlukannya Konsumen Cerdas dalam Ekonomi

Islam

Konsumsi merupakan hal yang tidak bisa dihindari karena beragamnya kebutuhan manusia. Sehingga dalam Islam diatur tata cara konsumsi yang baik. Sub-bab ini akan menganalisis prinsip yang harus diperhatikan dari latar belakang diperlukannya konsumen yang cerdas dalam Ekonomi Islam, sebagai berikut:

1. Prinsip Halal dan *Tayyib*

Al-Qur'an adalah pedoman hidup manusia yang mengatur semua hal yang berkaitan dengan kehidupan, termasuk di dalamnya makan dan minum. Al-Qur'an mengharuskan manusia makan yang halal dan menyucikan segala yang ada di muka bumi, dalam Q.S Al-Baqarah ayat 168.⁷³

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ١٦٨

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Ayat ini diturunkan pada suku *Tsaqaf*, suku *Khuza'ah*, dan suku

Bani Mudlij, karena mereka mengharamkan diri mereka sendiri untuk

⁷³Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, h.32.

memakan babarapa makanan yang dihalalkan. Firman Allah SWT حَلَّالٌ طَيِّبًا “Yang halal lagi baik” Kata حَلَّالٌ di sini sebagai *haal* (keterangan) dan ada pula berpendapat sebagai objek (*maf’ul*). Makna halal sendiri adalah melepaskan atau membebaskan. Kata ini disebut dengan halal karena ikatan larangan yang mengikat sesuatu itu telah dilepaskan.⁷⁴ Imam Malik berpendapat bahwa kata طَيِّبًا pada ayat ini maknanya adalah yang dihalalkan juga, kata ini hanya penekanan pada arti halal saja. Sedangkan Syafi’i berpendapat bahwa maknanya adalah, yang baik dan sedap. Oleh karena itu, kata ini berguna untuk lebih memperbanyak faedah penghalalannya. Imam Syafi’i menambahkan itulah sebabnya dilarang memakan makanan yang kotor dan menjijikan.⁷⁵

Kata halal berarti “lepas” atau “tidak terikat”. Sesuatu yang halal adalah yang terlepas dari ikatan bahaya duniawi dan ukhrawi. Karena itu kata “halal” juga berarti boleh. Dalam bahasa hukum, kata ini mencakup sesuatu yang dibolehkan agama, baik kebolehan itu bersifat *sunnah*, anjuran untuk dilakukan, *makruh* (anjuran untuk ditinggalkan) maupun *mubah* (netral/boleh-boleh saja). Karena itu boleh jadi ada sesuatu yang halal tetapi tidak dianjurkan atau dengan kata lain hukumnya makruh.⁷⁶ Adapun *tayyibat* yang diulang-ulang sebanyak 18 kali di dalam Al-Qur’ān, oleh Yusuf Ali diterjemahkan

⁷⁴Syaikh Imam Al-Qurtubi, *Tafsir Al-Qurtubi, Penerjemah, Fathurrahman, Ahmad Hotib; Editor, Mukhlis B.Mukti, Jilid 2*, Jakarta, Pustaka Azzam, 2007, h.481

⁷⁵*Ibid.*, h. 480.

⁷⁶M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur’an*, Bandung: Mizan, 1996, h.148

dengan “barang-barang yang baik,” “barang-barang yang baik lagi suci,” “hal-hal yang baik dan indah,” “barang-barang yang bersih dan suci,” dan “makanan di antara yang terbaik.” Dengan demikian barang-barang konsumsi terikat erat dengan nilai-nilai dalam Islam, dengan menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian dan keindahan. Sebaliknya benda-benda yang buruk, tidak suci (najis) dan tidak bernilai tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam.⁷⁷ Di dalam Q.S Al-Baqārah ayat 172:⁷⁸

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ۗ ١٧٢

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

Ayat ini adalah penekanan dari ayat perintah sebelumnya. Namun ayat ini dikhususkan untuk orang-orang yang beriman saja, sebagai keutamaan keimanan mereka. Adapun makna “makan” di sini adalah mengambil manfaat dengan segala bentuknya. Ada juga yang berpendapat bahwa maknanya adalah seperti kata makan biasanya.⁷⁹

Islam tidak hanya memperhatikan aspek kehalalan namun juga aspek *thayyib* (*fit & helath*, cocok dan menyehatkan).⁸⁰ Tidak semua yang halal bisa menyehatkan, sehingga tidak boleh dikonsumsi, begitu pula tidak semua orang cocok terhadap produk tertentu. Boleh jadi

⁷⁷Monzer Kahf, *Ekonomi Islam*,. h. 25-26

⁷⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, h. 32.

⁷⁹Syaikh Imam Al-Qurtubi, *Tafsir Al-Qurtubi*,. h. 496.

⁸⁰Hasbi Indra, *Halal dan Haram dalam Makanan*, Jakarta, Penamadani, 2004, Cet. Ke-1, h.46.

seseorang cocok dengan sebuah produk dan tidak cocok dengan produk lain kendati produk tersebut halal. Bahkan ada pula barang yang halal namun tidak menyehatkan bila dikonsumsi, bahkan jika dikonsumsi secara terus menerus bisa mengakibatkan keburukan. Meskipun sebuah makanan halal tetapi bila ada sebab yang mengakibatkan rusak kehalalannya maka hilang status itu. Sebagaimana dalam kaidah

الضرار يزال⁸¹

“Kesulitan (kemudharatan) harus dihilangkan”

Seseorang yang mengidap penyakit tekanan darah tinggi dilarang untuk memakan daging kambing dan buah durian karena bisa meningkatkan kolesterol dan berakibat pada pecahnya pembuluh darah yang tersumbat, padahal daging kambing dan durian adalah halal secara zatnya, namun karena kondisi kesehatan orang tersebut menjadi haram dengan alasan membahayakan jiwa dan kesehatan. Padahal dalam *maqasid syariah* seseorang harus menjaga jiwanya dan makanan tersebut membahayakan dan bertentangan dengan tujuan syariat.

Aspek *thayyib* dalam mengkonsumsi sangat luas dan memperhatikan berbagai macam kondisi. Maka aspek *thayyib* diartikan sebagai berikut;

- a) Baik, berarti tidak memiliki nilai buruk bagi kesehatan jasmani dan rohani

⁸¹Jaih Mubarak, *Kaidah Fiqh Sejarah dan Kaidah Asasi*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, Cet. Ke-1, h.146.

- b) Menyehatkan, harus menyehatkan bagi konsumen dan tidak bertolak belakang dengan kondisi kesehatan konsumen.
- c) Tidak membahayakan,
- d) Bersih atau terhindar dari berbagai macam penyakit.⁸²

Islam sangat memperhatikan berbagai pilhan makanan yang tepat dan bergizi yang bisa memenuhi kebutuhan makanan manusia sepanjang fase kehidupan yang dilaluinya, dari ketika janin sampai lanjut usia. Beberapa faktor terpenting yang mempengaruhi kebutuhan makanan tersebut adalah usia, jenis kelamin, kondisi kesehatan, pekerjaan, dan iklim tempat tinggal.⁸³

Kebutuhan makanan individu satu dengan yang lainnya sangatlah berbeda seperti seorang anak yang membutuhkan air susu dan akan sangat membahayakan jika diberikan makanan orang dewasa, dan sebaliknya air susu saja tidak akan memenuhi kebutuhan gizi orang dewasa. Contoh lainnya adalah kebutuhan pakaian orang yang tinggal di pegunungan tidak sama dengan orang yang tinggal di tepi pantai karena cuaca pegunungan yang cenderung dingin menjadi sebab dibutuhkannya pakaian tebal dengan jenis kain yang memberikan kehangatan, berbanding terbalik dengan orang yang tinggal di tepi pantai yang cenderung panas.

Sudut pandang kebutuhan bisa saja membolehkan suatu hal yang sering dianggap mewah oleh orang banyak untuk digunakan oleh

⁸²Hasbi Indra, *Halal dan Haram dalam Makanan*, h. 49.

⁸³Abdul Basith Muhammad as-Sayyid, *Pola Makan Rasulullah*, Jakarta, Almahira, 2011, Cet Ke-5, h. 28.

seorang individu. Contohnya dalam hal pekerjaan kebutuhan transportasi orang berbeda-beda, seorang karyawan misalnya cukup menggunakan sepeda motor untuk ke tempat bekerja, berbeda dengan seorang presiden yang harus menggunakan mobil dan pengawasan dengan alasan kebutuhan keamanan. sehingga dapat disimpulkan bahwa semua orang untuk memenuhi kebutuhannya harus menggunakan sesuatu yang halal, sedangkan hal *tayyib* merupakan hal-hal khusus yang mempengaruhi kehalalan dikarenakan faktor kondisi seorang individu.

Ungkapan kata halal dan tayyiban (halal dan baik) setidaknya mengajarkan kepada kita ada dua syarat jika ingin mengkonsumsi sesuatu. Halal dalam makna dibolehkan syariat dan memiliki kualitas baik untuk pertumbuhan jasmani.⁸⁴ Maka konsumen dapat dikatakan cerdas jika ia mampu memilih sesuatu barang konsumsi yang sesuai dengan syariat dan kondisi dirinya.

2. *Ishraf* dan *Tabzîr*

Islam sangat hati-hati dalam masalah konsumsi baik makanan maupun barang lainnya, sehingga terdapat beberapa ayat Al-Qur'ân yang memberikan tuntunan diantaranya, Surah Al-A'raf ayat 31:⁸⁵

﴿يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ

الْمُسْرِفِيْنَ ۝۳۱

⁸⁴Azhari Akmal Tarigan, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'ân, Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci*, Bandung, Citapustaka Media Perintis, 2012, h.209.

⁸⁵Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, h. 207.

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

يَا بَنِي آدَمَ

Artinya “*hai anak adam* “ adalah ungkapan yang ditujukan kepada seluruh alam, meski maksudnya adalah bangsa arab yang berada di sekitar Ka’bah tidak dalam berpakaian. Ayat ini juga bersifat umum untuk seluruh mesjid yang digunakan untuk shalat.

خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ

Artinya “*pakailah pakaianmu yang indah disetiap memasuki masjid*”ada yang mengatakan bahwa maksudnya adalah hiasan sholat itu adalah alas kaki. Seperti yang telah dijelaskan bahwa ayat ini menjelaskan kewajiban menutup aurat. Jumhur ulama mengatakan bahwa menutup aurat adalah suatu kewajiban dalam melaksanakan shalat. Al-Abhari menyatakan bahwa menutup aurat adalah kewajiban secara umum. Setiap orang harus menutup auratnya dari pandangan mata manusia, baik ketika shalat maupun lainnya.

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا

Artinya “*Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan,*” Menurut Ibnu Abbas, dalam ayat ini menghalalkan makan dan minum selama tidak berlebih-lebihan. Makan dan minuman yang sesuai dengan kebutuhan adalah yang dapat menghilangkan rasa lapar dan dahaga. Hal seperti ini menurut syariat dan logika sangat dianjurkan. Karena yang seperti ini dapat menjaga kesehatan jiwa dan

indera. Oleh karena itu, syariat melarang untuk makan secara berlebih-lebihan, karena dapat melemahkan tubuh dan mematikan jiwa, serta mengendurkan semangat ibadah. Atas alasan ini syariat melarang dan akal sehatpun menolak. Orang yang tidak mendapatkan makanan yang sesuai dengan kebutuhannya, bukan berarti dia tidak mendapatkan keberuntungan orang-orang yang berbuat baik dan mendapatkan bagian dari kenikmatan orang yang zuhud. Karena, orang dihadapkan kepada suatu kesulitan berupa stamina fisik yang menurun lantaran melakukan ketaatan, akan mendapatkan ganjaran pahala yang lebih besar.⁸⁶

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

Penggalan akhir ayat ini merupakan salah satu prinsip yang diletakan agama menyangkut kesehatan dan diakui pula oleh para ilmuan terlepas apapun pandangan hidup atau agama mereka. Perintah makan dan minum lagi tidak berlebih-lebihan, yakni tidak melampaui batas, merupakan tuntunan yang harus disesuaikan dengan kondisi setiap orang.

Muslim meriwayatkan dari Ibnu Abbas bahwa pada masa jahiliyah, seorang wanita berthawaf di Ka’bah dalam keadaan telanjang, hanya kemaluannya yang ditutupi dengan secarik kain. Sambil tawaf ia bersyair, “Hari ini sebagian atau seluruhnya kelihatan, dan bagian yang kelihatan tidak aku halalkan.”

⁸⁶Mahmud Hamid Usman, *Tafsir Al-Qurthubi*, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008, h. 450-458.

Maka turunlah ayat, “... pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid,...”

Kemudian turun pula ayat, “Katakanlah (Muhammad), “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah....”⁸⁷

Allah SWT memerintahkan untuk memakai pakaian yang bagus ke tempat ibadah-ibadah dan memerintahkan makan dan minum yang baik-baik, tetapi jangan berlebihan. Allah SWT tidak mengharamkan bagi hamba-Nya untuk berdandan dan berhias, serta makan makanan yang lezat. Berdandan dan berhias dan makan dari karunia Allah SWT yang baik-baik dan halal adalah hak orang-orang beriman untuk menikmatinya di dunia ini, bersama dengan orang-orang yang bukan beriman.

Selanjutnya disunnahkan untuk memakai wangi-wangian, karena itu termasuk perhiasan, serta bersiwak, karena merupakan bagian dari kesempurnaan pakain tersebut, di antara pakain yang paling baik adalah yang berwarna putih, sebagaimana yang diwirayatkan oleh Imam Ahmad, dari Ibnu Abas sebagai hadist ia berkata: Rasulullah SAW bersabda: pakailah pakaian kalian yang berwarna putih, karna sesungguhnya ia adalah sebaik-baiknya pakaian kalian. Dan kafanilah orang yang mati diantara kalian denganya, dan sesungguhnya sebaik-baiknya celak mata kalian adalah yang dibuat dari batu *itsmid*, karena ia dapat memperjelas pandangan mata dan menumbuhkan rambut. Selain

⁸⁷Jalaludin As-Suyuthi, *Sebab Turunya Ayat Al-Quran*, Jakarta: Gema Insani, 2008, h. 246-247.

perilaku berlebihan Islam juga melarang seseorang berperilaku boros, dalam Q.S Al-Isra' ayat 27:⁸⁸

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkat kepada Tuhannya.

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ

Artinya : Sesungguhnya orang pemboros itu adalah saudara setan.

Pemborosan dipahami oleh para ulama dalam arti pengeluaran yang bukan hak. Karena itu, jika seseorang menafkahkan membelanjakan semua hartanya dalam kebaikan atau hak, dia bukanlah seorang pemboros. Sayyidina Abu Bakar ra. Menyerahkan semua hartanya kepada Nabi SAW. Dalam rangka berjihad di jalan Allah. Sayyidina Utsman ra. Membelanjakan separuh hartanya. Nafkah mereka diterima Rasulullah SAW. Nabi tidak menilai mereka sebagai pemboros. Sebaliknya membasuh wajah lebih dari tiga kali dalam berwudhu, dinilai sebagai pemborosan. Walau ketika itu yang bersangkutan berwudhu dari sungai yang mengalir. Jika demikian, pemborosan lebih banyak berkaitan dengan tempat bukannya dengan kuantitas.

Persaudaraan setan dengan pemboros adalah persamaan sifat-sifatnya serta keserasian antar keduanya. Mereka berdua sama-sama

⁸⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, h. 388.

melakukan hal yang batil tidak pada tempatnya. Persaudaraan ini dipahami oleh Ibn Asyur dalam arti kebersamaan dan ketidakberpisahan setan dengan pemboros.

وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : Dan setan itu sangat ingkar kepada tuhanya.

Penyifatan setan dalam ayat tersebut merupakan peringatan keras kepada para pemboros yang menjadi teman setan itu bahwa persaudaraan dan kebersamaan mereka dengan setan dapat mengantarkan kepada kekufuran.⁸⁹ Seperti dalam pergaulan sehari-hari orang cenderung untuk sama dengan temannya, bahkan ada jika kita hendak mengetahui sifat seseorang maka lihatlah temannya. Sama halnya dengan sifat setan yang *mubadzir*, maka manusia yang bersifat *mubadzir* adalah teman dari setan.

Allah menyuruh kita memberikan hak orang lain dari harta yang ku miliki, mulai dari kerabat dekat yang berada dalam kesulitan hidup, tetangga yang miskin dan orang-orang yang pantas menerima infak dari harta kita. Dalam ayat ini terdapat larangan berbuat *bakhil* dan terlalu pemurah, tetapi memberi sesuai dengan kemampuan. Allah melapangkan dada dan menyempitkan rejeki yang dikehendaki diantara para hambanya. Allah sangat mengetahui apa yang bermanfaat dan apa yang mudarat bagi hambanya.

⁸⁹Quraish Sihab, *Tafsir Al-Misbah*, Jakarta: PT. Lentera Hati, 2002. h. 72-73.

Tokoh Islam dalam sejarah banyak memberikan contoh mengenai kesederhanaan dalam menggunakan barang, diantaranya Sayyidina Umar bin Khatab pernah datang terlambat ke masjid pada hari jum'at. Kemudian, ia keluar dan meminta maaf kepada para jamaah atas keterlambatannya. Kemudian ia menyampaikan bahwa pakaiannya sedang dicuci dan tidak memiliki pakaian selain itu. Diriwayatkan dari Abdullah bin Amir bin Rubai'ah, ia bercerita, "aku pernah berangkat menunaikan ibadah haji bersama Umar dari Madinah menuju Makkah. Kami tetap bersama hingga pulang. Saat itu, tidak ada tenda dan kemah yang didirikan khusus untuk Umar. Ia tidur sambil mengenakan pakaiannya dengan beralaskan permadani dari kulit dan berteduh di bawah sebatang pohon".⁹⁰

3. Nafsu dan akal

Setiap orang mempunyai nafsu, dengan nafsu itu ia hidup, dengan nafsu ia bergerak, dengan nafsu ia maju, dengan nafsu ia beranak-pinak. Tetapi, di balik itu, dengan nafsu orang berbuat onar, dengan nafsu merusak, dan membuat kekacauan. Bila kita perhatikan dengan pengalaman, semakin jelaslah kepada kita, bahwa dari dorongan nafsu muncullah salah satu dua akibat, akibat baik dan akibat buruk.

Berkata Imam Al-Ghazaly : "Didalam batinmu terkumpul beberapa sifat yang ganjil, sifat kebinatangan, sifat keganasan, dan sifat malaikat". Jadi, sifat-sifat yang baik adalah dorongan dari sifat

⁹⁰Ali Muhammad Ash-Shallabi, *Biografi Umar bin Al-Khatab*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2008, Cet. Ke-1, h. 180-181.

kemalaikatan, sedangkan sifat-sifat buruk timbul dari dorongan sifat-sifat kebinatangan dan keganasan. Masing-masing sifat itu mempunyai kegemarannya sendiri-sendiri. Kesenangan sifat malaikat ialah beribadah, *taqarrub* kepada Tuhan, menyaksikan keindahan *hadhrat Rububiyah*, keindahan ayat-ayat ilahi. Sedangkan kesenangan sifat kebinatangan ialah makan, minum, tidur, berkelamin, dan sebagainya. Demikian pula dengan sifat keganasan, ia senang memperdayakan orang, memperkosa, merampas dan sebagainya.

Masing-masing sifat itu berjalan sendiri-sendiri sesuai dengan wadahnya masing-masing. Sifat malaikat berjalan sebagai generator dari nafsu *muthmainah*, yang menggerakkan orang berbuat kebaikan. Sedangkan sifat kebinatangan dan keganasan akan menjadi tenaga penggerak bagi nafsu *ammârah*, yaitu nafsu yang selalu menggerakkan orang berbuat maksiat dan mendurhakai Tuhan.

Itulah dua tenaga nafsu di dalam tubuh manusia; nafsu *muthmainah* (nafsu ketenteraman, nafsu yang telah ditundukkan dan dijinakkan) dan nafsu *ammârah* (nafsu angkara murka).

Selain dua tenaga pokok diatas, dimasukkan pula oleh para ahli tasawuf beberapa tenaga nafsu lagi, yaitu :

- a. Nafsu *Lawwâmah*, yakni nafsu yang telah insaf dan menyesal sesudah melakukan suatu maksiat, namun di suatu waktu dia masih terdorong lagi memperbuat kejahatan.

- b. Nafsu *Musawwâlah*, yakni nafsu yang telah dapat membedakan yang baik dan yang buruk, namun dia masih mau mengerjakan yang buruk sekalipun secara sembunyi-sembunyi.
- c. Nafsu *Mulhâmah*, yakni nafsu yang telah tunduk kepada kehendak Ilahi, sehingga dia bisa menerima ilham dari Tuhan.
- d. Nafsu *Radhiyah*, yakni nafsu yang merasa ridha terhadap ketentuan Ilahi.
- e. Nafsu *Mardhiyah*, yakni nafsu yang telah mendapatkan ridha dari Allah, sehingga ia merasa tenteram dalam segala tindakannya.
- f. Nafsu *Kamilah*, yakni nafsu yang telah sempurna pengabdianya kepada Allah, sehingga tidak terniat lagi baginya untuk kembali kepada sifat-sifat pokok kenfsuan, melainkan segala geriknya adalah *lillah* semata-mata.

Setelah kita mengenal nafsu dan sifat-sifatnya, tahulah kita dengan tugas yang harus kita laksanakan dalam menundukkan dan menjinakkan nafsu, sehingga dia betul-betul bisa kita arahkan kejalan kebenaran. Dengan demikian, ia akan menjadi alat pengabdian kiata terhadap Tuhan.⁹¹ Seseorang dalam mengkonsumsi tentunya harus memikirkan nafsu yang mana yang ia turuti, agar tidak menjadikannya terjerumus ke lembah kehinaan. Banyak sekali orang yang kehilangan kemuliaan karena mengkonsumsi sesuatu barang atau jasa karena menuruti keinginan nafsu yang buruk. Berbeda dengan orang yang

⁹¹Yunasril ali,*Pilar-Pilar Tasawuf*’,Jakarta, Kalam Mulia, 2005, Cet. Ke-4, h.181-183.

mampu menahan hawa nafsunya maka dia akan menjadi mulia, dan hendaknya seseorang mengkonsumsi hanya karena Allah, inilah nafsu yang mesti dituruti dalam motif mengkonsumsi suatu barang dan jasa.

Hawa nafsu yang buruk dapat dikalahkan oleh akal sehat, yakni akal yang memahami ajaran Islam dan diterangi oleh hati yang beriman dan takut kepada Allah.⁹² Maksudnya akal yang baik tidak hanya cerdas dalam permasalahan dunia namun juga memahami ajaran agama secara mendalam sehingga terhidar dari perbuatan yang buruk dari kecerdasannya. Kemudian hati yang diterangi oleh iman, banyak orang yang cerdas dan memahami agama namun masih terperangkap hawa nafsu di hatinya. Orang yang tidak di terangi iman akan menggunakan ilmunya untuk menuruti hawa nafsunya.

Hawa nafsu dan akal adalah dua hal yang dimiliki oleh seorang manusia, yang menggerakkan seluruh tindak tanduk kehidupan, disinilah rasionalitas seseorang akan terlihat, dalam memilih barang atau jasa yang akan dikonsumsi, secara rasional manakah yang lebih dituruti. Cenderung mementingkan nafsu atau mengikuti akal, dan disinilah titik kecerdasan seseorang akan diukur. Misalnya bagi seorang mahasiswa, pembelian laptop akan lebih dibutuhkan daripada membeli tiket untuk liburan ke luar negeri, namun disaat pembayaran uang semester kuliah, dan uang terbatas, maka pembelian laptop dapat ditunda dan lebih mementingkan pembayaran uang kuliah. Karena

⁹²Abdul Aziz Ahmad, *Fiqih Cinta*, Bandung: Pustaka Hidayah, 2009, Cet Ke-1, h. 89.

rasionalitas akan terus mencari alternatif pilihan dengan mempertimbangkan tingkat kebutuhan sesuai dengan kondisi seseorang dan potensi sumber daya yang dimiliki.

Seorang tidak hanya dituntut cerdas secara intelektual namun juga cerdas secara emosional dan spiritual. Seorang konsumen dapat dikatakan cerdas secara emosional dan spiritual Islam jika mampu bersabar dalam mengonsumsi. Sabar adalah tabah hati, menjauhkan dari hal-hal yang bertentangan dengan kehendak Allah, dan tetap tenang dalam kondisi kekurangan.⁹³ Dengan demikian konsumen dapat dikatakan cerdas jika ia dapat menguasai nafsunya dengan akal dan mampu bersabar dari hal yang dilarang dalam Agama. Kemudian jika yang diinginkannya tidak terpenuhi maka ia mampu untuk tabah dan menerima ketentuan dari Allah. Maka dalam hal ini Islam secara syariat memerintahkan puasa untuk melatih manusia bersabar dalam keadaan terbatas, seperti lapar dan haus. Orang yang tidak pernah merasakan hidup dalam keterbatasan akan sulit sadar bahwa konsumsinya selama ini cenderung berlebihan. Maka dengan puasa ia dilatih untuk hidup dalam keterbatasan.

Berbeda dengan konsep *utility* dalam konsep ekonomi konvensional yang menjadikan kepuasan diri sebagai tolak ukur konsumsi, dalam rasionalitas menurut pandangan Islam setiap pelaku ekonomi bertujuan untuk mencapai *maslâhah* oleh karena itu keputusan

⁹³M Solihin, *Akhlak Tasawuf, Manusia, Etika, dan Makna Hidup*, Bandung: Penerbit Nuansa, 2005, Cet. Ke-1, h.186.

pembelian harus ditimbang dengan akal, bahwa akal menolak kemubadziran dan menghendaki resiko yang minim. Sehingga konsumsi tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan di dunia namun juga menggapai ridho Allah SWT.

4. Meningkatkan Potensi Zakat Infak dan Shadaqah

Harta yang kita miliki sama halnya dengan badan kita yang juga perlu untuk kita bersihkan. Badan yang tidak dibersihkan akan berpotensi menumbulkan penyakit. Harta yang kita milikipun juga berpotensi menimbulkan penyakit, seperti tamak dan takut kehilangan, sehingga jiwa menjadi tidak tenang. Cara membersihkan harta tentu berbeda dengan membersihkan badan. Harta dibersihkan dengan cara berzakat.

Allah SWT. memerintahkan kepada Rasul-Nya supaya beliau mengambil sedekah (zakat) dari sebahagian harta mereka untuk menyucikan dan membersihkan mereka. Ayat ini umum, yakni perintah wajib zakat ini diperuntukkan bagi seluruh kaum muslimin yang mampu atau kaya. Ketentuan ini berlaku pula bagi orang yang mencampurkan amal soleh dengan amal buruk, dalam Al-Qur'an surah At-Taubah ayat 103:⁹⁴

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ

سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

⁹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, h. 273.

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan mereka dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Menurut kitab Tafsir AL-Qurthubi, dalam ayat ini dibahas masalah yaitu:

a. Firman Allah SWT,

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ

Artinya: “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka”.

Para ulama berbeda pendapat tentang ayat ini, beberapa ulama mengatakan bahwa perintah ini adalah perintah kewajiban zakat secara umum, untuk seluruh kaum muslimin. Pendapat ini diriwayatkan oleh Juwaibir dari Ibnu Abbas. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Al-Qusyairi dari Ikrimah.

Mengenai hal ini Malik berkata, “jika seseorang ingin mengeluarkan seluruh hartanya untuk dizakatkan, maka yang diperbolehkan baginya hanyalah sepertiganya.” Dalil yang disampaikan oleh Malik adalah hadist mengenai Abu Lubabah.

Pendapat pertama tadi juga menambahkan, bahwa kitab dalam ayat ini ditunjukkan kepada Nabi SAW yang boleh mengambil zakat itu, sedangkan orang lain selain beliau tidak diperbolehkan. Oleh karena itu, kewajiban zakat tadi sudah tidak ada lagi sepeninggal Nabi SAW menghadap yang Maha Kuasa.

Ibnu Al-Arabi berkata, “pertanyaan mereka yang berpendapat bahwa titah tersebut hanya untuk Nabi SAW dan tidak untuk selain beliau, adalah perkataan orang yang tidak memahami isi Al-Quran, lalai dalam pengambilan hukum syariat, dan hanya mempermainkan agama.

b. Firman Allah SWT:

مِنْ أَمْوَالِهِمْ

Artinya: “Dari sebagian harta mereka”

Sebagian orang Arab (dan sebagian orang yang berasal dari beberapa daerah lainnya) berpendapat bahwa harta yang dimaksud hanyalah berbentuk pakaian, benda-benda, dan barang-barang yang diperdagangkan. Mereka tidak menyebut mata uang yang mereka miliki sebagai harta. Hal ini juga disebutkan oleh dalam riwayat Malik, yang berasal dari Tsaur bin Zaid Ad-Daili, dari Abu Al Ghaitis Salim (hamba sahaya yang telah dibebaskan oleh Ibnu Muhti’) dari Abu Hurairah, ia berkata, “ pada saat kami berperang bersama Nabi SAW dalam perang Khaibar, kami tidak mendapatkan harta rampasan perang berupa emas atau perak, dan yang kami dapatkan hanyalah harta, berupa pakaian dan benda-benda lainnya.⁹⁵

Abu Umar berkata, “namun, yang lebih dikenal dari ucapan orang-orang Arab, bahwa semua yang dapat disimpan sebagai tabungan atau persiapan dan dapat dipindahkan kepemilikannya disebut

⁹⁵Syaikh Imam Al- Qurthubi, Tafsir Al-Qurtubi, Jakarta: Pustaka Azzam, 2008, h. 612-613.

harta.”Sesuai dengan sabda Rasulullah SAW.“ Anak cucu Adam sering berkata, Inilah hartaku, inilah hartaku!’ Padahal harta yang dimilikinya itu adalah apa yang dimakan lalu habis, atau apa yang dipakai lalu usang, atau apa yang disedekahkan lalu berlalu.”

Ada juga yang berpendapat bahwa orang tersebut hanya diwajibkan mengeluarkan harta zakat, semisal emas, perak, dan hasil tanaman.Sedangkan pakaian dan benda-benda lainnya yang tidak termasuk harta zakat tidak harus dikeluarkan.Akan tetapi, yang diketahui secara umum dan lebih sering diucapkan secara lisan adalah apapun yang dimiliki oleh seseorang dan kepemilikannya itu dapat dipindahtangankan.

c. Firman Allah SWT,

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً

Artinya: “ Ambillah zakat dari sebagian harta mereka,”

Menjelaskan bahwa kewajiban zakat bersifat mutlak dan tidak terikat oleh syarat apapun, baik pada harta zakat maupun pada orang yang diwajibkan. Ayat ini sama sekali tidak menerangkan kadar harta yang diambil atau kadar harta yang harus dikeluarkan oleh orang yang terkena kewajiban tersebut, apakah ia harus kaya? Atau apakah seluruh kaum Muslim diwajibkan zakat. Semua penjelsan itu hanya ada dalam hadis Nabi SAW dan Ijma Ulama, seperti kewajiban zakat hewan ternak, biji-bijian (gandum, beras, dan lainnya), serta mata uang yang

diwajibkan melalui hadis Nabi SAW. Tidak ada satu pun yang berbeda pendapat mengenai hal ini.

Para imam hadis meriwayatkan dari Abu Said, dari Nabi SAW, beliau bersabda, “Kurma yang kurang dari lima wasaq (satu wasaq=60 gantang) tidak wajib dizakati, perak yang kurang dari lima uqiyah (satu *uqiyah*=40 dirham) tidak wajib dizakati, dan unta yang kurang dari lima ekor tidak wajib dizakati”.⁹⁶

Para ulama sepakat bahwa satu uqiyah setara 40 dirham, maka apabila seorang muslim memiliki 200 dirham uang perak (yaitu jumlah dari lima uqiyah, seperti yang diwajibkan di dalam hadis) dan sudah dimiliki selama satu tahun (*haul*), maka ia wajib mengeluarkan zakat dirham. Zakat dirham yang harus dikeluarkan adalah 2,5% dari keseluruhan uang dirham yang dimiliki. Misalnya, orang tersebut memiliki 200 dirham, maka ia harus mengeluarkan zakat sebanyak 5 dirham. Syarat *haul*, atau dengan kata lain telah dimiliki selama satu tahun penuh, diambil dari sabda Nabi SAW, “ harta zakat belum wajib dikeluarkan zakatnya kecuali harta tersebut telah dimiliki satu tahun penuh.”

Al-Bukhari dan Muslim sama sekali tidak menyebutkan dalam Shahih mereka riwayat-riwayat yang menjelaskan tentang zakat untuk sapi. Namun, penjelasan dapat dilihat dalam kitab-kitab hadis lainnya,

⁹⁶*Ibid.*, h, 614-616.

seperti Sunan At-Tirmidzi, Sunan An-Nasai, Sunan Ad-Daraquthni, dan Al- Muwaththa.

d. Firman Allah SWT:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا

Artinya: "Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka".

Kata Shadaqah صدقة diambil dari kata benar yang zakat ini dapat menjadi sebuah bukti tentang kebenaran keimanan seseorang, atau juga intik menyesuaikan kebenaran yang ditujukan melalui batin seseorang dengan kebenaran yang ditujukan oleh zahirnya. Juga agar dapat diketahui bahwa orang yang mengeluarkan zakat ini tidak termasuk orang munafik yang hanya dapat mencibirorang-orang beriman yang rela mengeluarkan harta sebagian zakat.

e. Firman Allah SWT:

وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: "Dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui"

Jumhur ulama berpendapat bahwa hukum asal ayat ini adalah perintah kepada para imam atau pemimpin untuk mengambil zakat dari rakyatnya dan mendoakan orang yang memberikan zakat itu agar memperoleh keberkahan. Sebagaimana diketahui, kita diwajibkan untuk meneladani Nabi SAW serta mengikuti ajarannya, dan Nabi SAW diperintahkan Allah SWT untuk mereka, " Dan mendoalah untuk

mereka, sesungguhnya doamu itu menjadi ketentraman jiwa bagi mereka,” maksudnya adalah, apabila kamu berdoa untuk mereka ketika mereka memberikan zakatnya, maka hati mereka merasa senang dan tentram karenanya.⁹⁷

Kemudian dalam tafsir Ibnu Katsir Allah SWT memerintahkan Rasul-Nya untuk mengambil zakat dari harta mereka guna membersihkan dan menyucikan mereka melalui zakat itu. Pengertian ayat ini umum, sekalipun sebagian ulama mengembalikan *dhamir* yang terdapat tanda lafazh *Amwalihim* kepada orang – orang yang mengakui dosa mereka dan yang mencampur baurkan amal shaleh dengan amal buruknya. Karena itulah ada sebagian orang yang enggan membayar zakat dari kalangan orang-orang Arab Badui menduga bahwa pembayaran zakat bukanlah kepada Imam, dan sesungguhnya hal itu hanyalah khusus pada Rasulullah SAW mereka berhujjah dengan firman Allah SWT yang mengatakan bahwa:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ
وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya: “Ambilah zakat dari sebagian mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu menjadi ketentraman bagi jiwa mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.”

Pemahaman dan takwil yang rusak ini dijawab tegas oleh Kalifah Abu Bakar Assiddiq dan sahabat lainnya dengan memerangi

⁹⁷Ibid., h, 623-627

merka, hingga mereka mau membayar zakatnya kepada Khalifah Umar sebagaimana dahulu mereka membayarnya kepada Rasulullah SAW.

Firman Allah SWT:

وَصَلِّ عَلَيْهِمْ

Artinya: “ Dan berdoalah untuk mereka”

Maksudnya, berdoalah untuk mereka dan mohonkan lah ampunan buat mereka. Imam Muslim dalam kitab Shahihnya telah meriwayatkan melalui Abdullah Ibnu Afa yang mengatakan bahwa Nabi saw apabila menerima zakat dari suatu kaum, maka beliau berdoa untuk mereka.

Islam memang mewajibkan zakat namun dalam kehidupan sehari-hari esensi zakat tidak hanya sebagai kewajiban, namun juga menjadi gaya hidup seorang muslim, karena dengan menyalurkan zakat seorang muslim menjadi tenang dan hidup harmonis dengan masyarakat di lingkungannya, namun zakat sangat terbatas, dibatasi waktu dan nominal, maka sebagai tambahannya dalam Islam ada sedekah, infaq dan hadiah, hal ini sering dipraktikkan sahabat pada zaman Nabi SAW, seperti Sayyidina Ali bin Abi Thalib yang tidak mau menunggu sampai ada orang meminta-minta, tetapi ia sendiri mencari mereka yang dalam kesusahan, orang yang memerlukan bantuan, kaum fakir miskin, anak-

anak yatim. Jika memiliki kelebihan, ia pergi mendatangi mereka dan memberikan hartanya.⁹⁸

Zakat mendidik manusia agar menyadari bahwa harta benda itu bukanlah tujuan hidup dan bukan merupakan hak milik mutlak bagi pemiliknya, tetapi merupakan titipan Allah SWT. yang harus dipergunakan sebagai alat untuk mengabdikan diri kepada-Nya dan sebagai alat bagi manusia untuk menjalankan perintah agama dalam segala aspeknya. Sehingga dengan mengeluarkan zakat, manusia berarti juga berinvestasi untuk dirinya.

Harta benda yang adadi dunia ini sejatinya bukanlah milik kita, dan Allah menyuruh kita untuk berzakat dan sedekah. Sejatinya membelanjakan harta untuk sesuatu yang disuruh oleh Allah adalah menunaikan hak harta. Harta benda disediakan untuk sirna dan rusak. Lafadz ذهب (*dzahab*) atau emas, diambil dari ذهب(*dzihab*)atau pergi.⁹⁹Akar kata yang serupa tersebut mensiratkan bahwa tidak ada harta yang kekal, cepat atau lambat pasti meninggalkan kita atau kita yang meninggalkan harta. Zakat akan mengekalkan nikmat yang diberikan kepada kita, karena harta yang kita belanjakan untuk Allah tidak berkurang dan menjadi berkah. Zakat, infaq dan sadaqah adalah

⁹⁸Ali Audah, Ali bin Abi Talib, Sampai Kepada Hasan dan Husein, Bogor, PT Pustaka Litera AntarNusa, 2008, Cet. Ke-9, h. 70.

⁹⁹Syekh Ali Ahmad Al-Jarjawi, *Indahnya Syariat Islam*, Depok: Gema Insani, 2006, Cet. Ke-1, h.181.

buah ungkapan dari rasa syukur kita kepada Allah, sesuai dengan firman Allah. Q.S Ibrahim ayat 7.¹⁰⁰

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَرْبِطَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ۝

Artinya: “Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), maka sesungguhnya azab-Ku sangat pedih”

Pelajaran yang dapat kita ambil dari ayat ini adalah rasa syukur dan uluran tangan sebagai tanda kesyukuran akan menambah harta dan pertumbuhannya. Seakan-akan harta adalah pepohonan, sementara zakat adalah air yang menyiraminya.¹⁰¹

Ekonomi konvensional memberikan definisi konsumsi adalah tindakan menggunakan berbagai komoditi, baik barang maupun jasa, untuk memuaskan kebutuhan. Kaitannya dengan zakat, infaq dan shadakah adalah sama-sama menghabiskan suatu barang atau jasa namun motif utamanya bukan memuaskan kebutuhan, tetapi menjalankan syariat Allah dan investasi harta untuk mendapatkan keberkahan dan pengembangan harta sesuai dengan yang dijanjikan oleh Allah dalam Al-Qur’an. Sorang konsumen yang membelanjakan hartanya untuk zakat, infaq dan shadaqah telah menunjukkan kecerdasan spritualnya.

¹⁰⁰Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur’an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2015, h. 256.

¹⁰¹*Ibid*,.. h. 180.

B. Konsep Ekonomi Islam yang Menjelaskan Konsumen Cerdas dalam Transaksi

Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak terlepas dari bantuan orang lain, maka timbullah interaksi, diantaranya jual beli. Subbab ini adalah analisis mengenai tata cara transaksi dalam jual beli. Sehingga konsumen bisa dikategorikan sudah bertindak tegas dalam transaksi jual beli, diantaranya sebagai berikut:

1. Hak konsumen dalam Jual Beli

Perdagangan atau jual beli merupakan sesuatu yang tidak bisa untuk dihindari karena beragamnya kebutuhan manusia dan terbatasnya kemampuan untuk memproduksi suatu barang. *Khiyâr* merupakan unsur penting dalam jual beli dan untuk menghindari penyesalan dalam suatu pembelian dan menghindari penipuan.

Jual beli juga mengandung syarat agar transaksi dapat dikatakan sah. Syarat sah jual beli perlu diketahui baik oleh penjual maupun pembeli, karena di dalamnya sangat erat kaitannya dengan *khiyâr*, seperti kita boleh membatalkan jual beli ketika mengetahui bahwa barang tersebut bukan milik penjual atau di dalamnya ada terkandung sesuatu yang diharamkan. Tujuan dari mengetahui syarat jual beli adalah agar terhindar dari penipuan dan penyesalan ketika membeli.

Pada teori di bab dua menjelaskan tentang hak konsumen yang terdapat dalam Undang-Undang Perlindungan Konsumen Pasal 4, secara garis besar menjelaskan kewajiban penjual untuk memberikan

pelayanan dan tidak melakukan unsur penipuan apapun kepada konsumen. Maka konsumen boleh melakukan komplain kepada penjual apabila tidak dilayani dengan baik dan menuntut jika terjadi unsur penipuan. Seperti timbangan yang tidak sesuai, kualitas dan kuantitas yang tidak tepat tidak sesuai dengan spesifikasi. Sehingga pada akhirnya konsumen berhak atas kompensasi dari semua kerugian yang ditanggungnya.

Konsumen yang cerdas adalah konsumen yang mengetahui syarat jual beli, maka ketika terjadi kurang syarat atau kecacatan dalam akad jual beli maka konsumen dapat mem-*fasakh* atau membatalkan jual beli. Dalam transaksi jual beli bisa saja ditemukan seseorang yang menjual barangnya namun memberikan syarat tertentu, seperti harus menjual kembali barang tersebut kepada penjual dalam waktu tertentu. Seperti jual beli *al-wafa'*. *Bai' al-wafa'* adalah jual beli yang dilakukan oleh dua pihak yang disertai dengan syarat bahwa barang yang telah dijual tersebut dapat dibeli kembali dengan harga jual pertama sampai tenggang waktu yang telah ditentukan.¹⁰² Jika konsumen menemukan penjual yang ingin berakad seperti hal tersebut, maka konsumen harus menolaknya karena tidak sesuai dengan syarat jual beli.

Kemajuan teknologi menjadi penyebab beragamnya metode jual beli yang belum pernah kita temui sebelumnya, seperti jual beli melalui internet. Bisnis ini tumbuh dan berkembang pesat di Indonesia. Industri

¹⁰²Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2013, h. 179.

e-commerce di Indonesia berkembang sangat pesat seiring dengan revolusi industri 4.0. menurut Badan Pusat Statistik pengumpulan data *e-commerce* yang dimulai sejak 2018, sampai saat ini belum mendapatkan respons yang baik dari para *players*, sebutan untuk *platform* atau pelaku *e-commerce*. Dari target awal 79 *platforms*, baru terkumpul data 17 *platforms* sampai september 2018.¹⁰³ Namun menurut situs majalah Tempo, *Gross Merchandise Value* (GMV) atau total dari transaksi *e-commerce* di Indonesia tahun 2018 sebesar 12,2 miliar dollar atau setara 170,8 triliun rupiah.¹⁰⁴ Jumlah yang sangat besar dan menjadi cara belanja baru di Indonesia.

Penerapan Undang-Undang Nomor 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen terhadap transaksi jual beli melalui media internet (*e-commerce*) dalam Pasal 1 angka 2 membagi konsumen menjadi dua, yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah orang yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.¹⁰⁵

Hak konsumen tercantum dalam Pasal 4 UUPK, berupa keamanan data (*privacy*), ketepatan (*accuracy*), perlindungan terhadap hak milik konsumen (*property*), dan mendapatkan hak yang sama

¹⁰³www.bps.go.id , Sri Soelistyowati: *Aman Berikan Data ke BPS*, diakses, Rabu, 29 Mei 2019, Pukul, 16.02 WIB.

¹⁰⁴www.tempo.com, Kartika: *Transaksi E-Commerce Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara*, diakses, Rabu, 29 Mei 2019, Pukul, 16.09 WIB.

¹⁰⁵Dahlia, *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (e-Commerce)*, Jurnal Wacans Hukum, Vol.VIII, No.1, April 2009, h. 39.

dalam mengakses (*accessibility*) dalam penggunaan tanda tangan digital (*digital signature*).¹⁰⁶

Konsumen dijamin haknya ketika melakukan transaksi melalui media internet, pertama privasi, semua data yang telah diberikan konsumen sama sekali tidak boleh digunakan untuk tujuan tertentu kecuali telah mendapat persetujuan dari konsumen, kedua setiap apa yang dipesan atau disepakati tidak boleh berubah dengan alasan apapun jika terjadi perubahan konsumen berhak atas kompensasi, ketiga erat kaitannya dengan harta atau materi milik konsumen seperti saldo, *e-money* dan data pribadi konsumen tidak boleh dikurangi atau diambil manfaatnya, keempat setiap konsumen berhak masuk ke dalam sistem tanpa hambatan dan konsumen berhak didengar pendapat dan keluhannya. Tentunya konsumen yang cerdas sangat perlu memperhatikan hak-hak tersebut bila melakukan kegiatan transaksi di internet.

Produk konsumsi yang dibeli masyarakat juga dalam bentuk makanan dan minuman kemasan, dalam hal ini konsumen dituntut untuk jeli dalam memperhatikan produk yang akan dikonsumsinya. Indonesia memiliki lembaga khusus yang menangani masalah produk konsumsi yaitu Badan Pengawas Obat dan Makanan. Berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 103 Tahun 2001 Badan POM merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementrian yang bertanggung jawab

¹⁰⁶*Ibid.*, h. 50.

terhadap pengawasan baik produksi maupun distribusi produk-produk obat dan makanan, didalam tugas dan fungsinya Badan POM bertanggungjawab juga terhadap perlindungan konsumen atas resiko penggunaan produk yang tidak memenuhi persyaratan keamanan, kemanfaatan/khasiat dan mutu baik sebelum beredar maupun setelah beredar. Berdasarkan pasal 2 pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan Pengawas Obat dan Makanan. Adapun Berdasarkan pasal 2 pada Peraturan Presiden Nomor 80 Tahun 2017 tentang Badan POM produk yang diawasi adalah obat, bahan obat, narkotika, psikotropika, prekursor, zat adiktif, obat tradisional, suplemen kesehatan, kosmetik, dan pangan olahan.¹⁰⁷ Badan POM biasanya menyuruh produsen untuk mencantumkan bahan baku dan masa kadaluarsa untuk produk olahan kemasan. Karena semua itu sangat berkaitan dengan aspek kesehatan, keamanan dan keselamatan (K3L) konsumen. Konsumen yang cerdas adalah yang mampu memperhatikan dan membeli produk yang sesuai dan masih dalam masa layak konsumsi atau belum habis masa kadaluarsanya.

Akibat dari metode dan jenis jual beli yang berbeda-beda dan komoditas yang diperdagangkan beragam, maka jenis *khîyâr* dalam proses transaksipun beragam, seperti yang dijelaskan dalam teori ada empat jenis *khîyar* yaitu *Khîyâr majelis*, *khîyâr syarat*, *khîyâr 'aib*, *khîyâr ru'yâh*.

¹⁰⁷www.pom.go.id, Tugas Utama Badan POM, diakses pada, Kamis, 30 Mei 2019, Pukul 10.40 WIB.

Transaksi jual beli umumnya berlangsung di dalam toko atau pasar antara penjual dan pembeli secara langsung. pada waktu bersamaan pembeli memilih barang yang akan dibelinya dan memutuskan apakah akan membeli barang tersebut atau tidak. Jika masih di tempat yang sama saat transaksi maka *khîyâr* ini disebut sebagai *khîyâr majelis*. Konsumen yang cerdas akan sangat memperhatikan barang yang akan dibelinya pada fase ini, mulai dari spesifikasi sampai dengan masa kadaluarsanya.

Istilah *khîyâr* memang istilah lama, pada masa sekarang *khîyâr* diaplikasikan melalui konsep garansi. Transaksi jual beli modern hampir tidak pernah menggunakan istilah *khîyâr*, contohnya dalam perdagangan ponsel, otomotif dan perabot rumah tangga, dalam perjanjian jual beli hanya diberikan buku garansi. Tetapi jika dilihat dari konsep dan tujuannya garansi sangat mirip dengan *khîyâr 'aib*, di mana ketika ditemukan ketidaksesuaian spesifikasi atau kecacatan pada suatu barang konsumen memiliki hak untuk mengembalikan barang kepada penjual.

Perkembangan teknologi mengakibatkan beragamnya cara atau metode transaksi jual beli, seperti jual beli melalui internet atau *e-commerce*. Transaksi ini sangat rentan terhadap penipuan karena tidak bertemunya antara penjual dan pembeli. Namun untuk perlindungan konsumen Islam memberikan jalan keluar dengan konsep *khîyâr ru'yah*, yaitu ketika barang sudah sampai dan tidak sesuai dengan foto

dan spesifikasi yang tertera di internet, maka konsumen dapat melakukan komplain. Konsumen yang cerdas akan memastikan ada garansi dan media komunikasi ke penjual ketika membeli barang secara *online*.

Pembeli yang cerdas akan sangat memperhatikan hak *khiyâr* dalam jual beli dan mengetahui konsep dan jenis *khiyâr* yang disediakan oleh penjual. Karena beragamnya cara transaksi jual beli dan banyaknya jenis *khiyâr* maka konsumen harus benar-benar jeli sebelum membeli agar tidak terjadi penyesalan dan adanya unsur penipuan.

Selain memiliki hak konsumen juga memiliki kewajiban di antaranya teliti sebelum membeli konsumen harus terbiasa meneliti barang atau jasa yang ditawarkan oleh penjual minimal secara kasat mata, apabila ada yang kurang jelas atau tidak paham sebaiknya konsumen bertanya dan menyampaikannya kepada penjual agar memperoleh informasi. Diantara hal yang perlu diteliti seperti label dari suatu produk gramasi atau satuan ukur untuk mengukur kuantitas suatu produk serta masa kadaluwarsa agar tidak terjadi penyesalan pasca pembelian khususnya untuk produk barang, makanan, minuman, obat, dan kosmetik.

Produsen wajib mencantumkan komposisi, manfaat, aturan pakai, dan masa berlaku pada suatu produk. Pada hal ini konsumenlah yang dituntut untuk lebih teliti karena kesalahan dalam penggunaan dan konsumsi tidak sesuai aturan akan mengakibatkan kerugian pada diri

konsumen sedangkan biasanya produsen tidak menerima komplain dan bertanggungjawab atas kelalaian konsumen.

2. Hikmah *Khîyâr* Terhadap Pemenuhan Hak Konsumen

Khîyâr merupakan hak konsumen yang sangat prinsip, karena jadi atau tidaknya pembelian ditentukan pada saat masa *khîyâr*, jika sudah berlalu maka pembeli tidak berhak untuk membatalkan pembelian. Maka dalam hal ini konsumen dituntut untuk memahami dan bisa mempraktekan *khîyâr* dalam transaksi jual beli.

Hikmah dalam *khîyâr* adalah bahwa seseorang ketika membeli suatu barang, terkadang tidak tahu adanya cacat pada barang tersebut, dan cacat itu tidak tampak kecuali dengan penelitian atau musyawarah dari para ahli. Menjadikan batas waktu *khîyar* selama tiga hari adalah masa tersebut merupakan masa yang cukup untuk mengetahui sesuatu yang di belinya. Dan, juga masa ini merupakan masa yang paling banyak digunakan oleh *syari'at* dalam menentukan beberapa masalah hukum yang ada.¹⁰⁸

Seiring dengan perkembangan jaman istilah *khiyâr* sering dikaitkan dengan istilah garansi dalam jual beli modern. Ada relevansi dari segi tujuan, yaitu sama-sama bertujuan untuk melindungi konsumen. Manfaat bagi pembeli dari garansi ini adalah akan mendapat jaminan atas adanya kerusakan yang bersifat internal (bukan kelalaian atau adanya faktor luar barang) dan cacat-cacat yang sebelumnya

¹⁰⁸Syekh Ali Ahmad Al-Jarjawi, *Indahnya Syariat Islam*, Jakarta: Gema Insani, 2006, h.493.

kerusakan dan cacat-cacat tersebut belum diketahui, dengan pelayanan garansi ini, pembeli terlindungi dan terpenuhi haknya yaitu mendapatkan barang yang sesuai dengan apa yang tersebut dalam transaksi serta sesuai dengan nilai tukar yang telah dikeluarkan. Adapun manfaat bagi penjual adalah mendapatkan kepercayaan dari konsumen, karena jika tidak ditemukan cacat atau kerusakan dikemudian hari, maka konsumen akan percaya terhadap penjual atau toko tersebut menjual barang-barang yang berkualitas.¹⁰⁹

Ketika *syriat* mengetahui bahwa seseorang barangkali memiliki teman atau seorang pakar yang keduanya tidak bisa hadir di hadapan orang itu, sedangkan waktu yang hanya tiga hari tersebut tidak cukup untuk menemukan salah satu dari keduanya, maka baginya adalah sebuah cara yang tidak mengarah kepada kebatilan dan tidak pula menjatuhkan dari kebenaran. Yaitu, apabila masa tenggang waktu sudah hampir habis dan keduanya tidak juga kunjung hadir, maka seorang pembeli memutuskan akad jual beli kemudian memperbaharainya lagi dan menjadikan bagian *khîyâr* tiga hari yang lain.

Demikianlah sampai orang yang tidak bisa hadir tersebut bisa datang sehingga dapat benar-benar mengetahui barang yang dibelinya. Maka, tidak terjadi adanya suatu penipuan. Hal itu merupakan hikmah yang agung yang dapat menghilangkan terjadinya perselisihan dan

¹⁰⁹Taufiq Hidayat, *Garansi dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam*, Jurnal Al-Mawarid Edisi XV Tahun 2006, h. 115-116.

permusuhan di antara golongan.¹¹⁰ Firman Allah dalam Q.S An-Nisâ ayat 29:¹¹¹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ۚ ٢٩

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”

Quraish Shihab menjelaskan kerelaan kedua pihak dalam *‘an taradîn minkum* merupakan hubungan timbal balik yang harmonis, peraturan dan syariat yang mengikat, serta sanksi yang menanti, merupakan tiga hal yang selalu berkaitan dengan bisnis.¹¹² Makna *taradîn* secara mufradat adalah saling rida, saling rela, saling setuju, saling senang, saling menerima, saling sepakat, saling suka dalam garis yang halal atau saling halal. Semua ini tercapai dengan adanya *khîyar* antara penjual dan pembeli.¹¹³ *Khîyar* memastikan adanya kesepakatan antara penjual dan pembeli dan mereduksi hal-hal yang dapat merugikan kedua belah pihak.

Ketika jual beli terlaksana dengan saling ridha maka Allah menambahkan keberkahan dalam jual beli tadi sesuai dengan hadits Nabi SAW:

¹¹⁰Syekh Ali Ahmad Al-Jarjawi, *Indahnya Syariat Islam*,....h.493.

¹¹¹Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 83.

¹¹²M Quraish Shihab, *Tafsîr Al-Misbah*, h. 499.

¹¹³Rahmad Kurniawan, *Prinsip Taradîn Pada Akad Jual Beli*, IAIN Palangkaraya, 2013, h

عَنْ حَكِيمِ بْنِ حِزَامٍ رَاضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَ وَبَيْنَا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَّتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا (رواه البخاري)

Artinya: “Dari Hakim bin Hizam, dia berkata, Rasulullah SAW bersabda, “dua orang yang jual beli mempunyai hak pilih selagi belum berpisah”, atau beliau bersabda “hingga keduanya berpisah, jika keduanya saling jujur dan menjelaskan maka keduanya diberkahi dalam jual beli itu, namun jika keduanya saling menyembunyikan dan berdusta maka berkah jual-beli itu akan dihapuskan.” (HR. Bukhori)¹¹⁴

Hadits di atas menjelaskan bahwa ketika konsumen mengambil hak *khîyâr*-nya dan penjual menjelaskan dengan jujur maka jual beli tersebut akan diberkahi, namun bila ada dusta maka tidak ada keberkahan dalam jual beli tersebut. Antara penjual dan pembeli dituntut untuk saling jujur dalam jual beli dan proses *khîyâr*, dengan demikian maka tercapailah jual beli yang berkah.

Berkah bisa diistilahkan dengan kebaikan yang berkesinambungan. Baik untuk penjual maupun pembeli, karena kelak interaksi baik akan terus terjalin, apabila sama-sama jujur, bisa jadi pembeli kembali membeli di tempat penjual tersebut, dan penjual terus mendapatkan keuntungan dari pembeli yang kembali berbelanja di tempatnya. Sehingga besar sekali manfaat dari *khîyâr*.

¹¹⁴Kathur Suhardi, *Edisi Indonesia: Syarah Hadist Pilihan Bukhari Muslim*, Jakarta: Darul Falah, 2002, h. 580.

C. Cara Mencerdaskan Konsumen dalam Praktik Jual Beli di Masyarakat

Individu atau kelompok yang bertransaksi dalam masyarakat biasanya menghadapi berbagai situasi dan kondisi. Masing-masing individu berbeda dalam hal pemenuhan kebutuhan. Sub-bab ini adalah analisis tentang perilaku konsumen yang cerdas dalam menghadapi berbagai situasi dan kondisi, diantaranya sebagai berikut:

1. Rasionalitas Konsumen

Terjadinya jual beli ketika konsumen dan produsen telah sepakat untuk menukarkan barang atau jasa dengan alat tukar tertentu. Konsumen dituntut menggunakan rasionalitasnya dalam melakukan pembelian. Dari berbagai macam jual beli yang sudah dibahas pada bab dua diantaranya yang sering kali kita temui jual beli barang yang nyata seperti jual beli makanan, minuman di toko dalam hal ini konsumen melakukan pembayaran langsung. Penjual barang yang sifatnya perjanjian atau salam contohnya jual beli online diperbolehkan selama barang bisa dipastikan sesuai sifat barang semula. Jual beli barang yang tidak nyata seperti barang yang tidak ada maka tidak dibolehkan.

Kaitannya dengan rasionalitas konsumen transaksi jual beli harus sesuai dengan akal budi atau pikiran sehat sehingga rasionalitas Islam menuntun setiap pelaku berusaha melengkapi informasi dalam upaya meminimumkan resiko. Pemecahan masalah konsumen terdapat pada bab dua melalui lima tahapan pertama, pemahaman adanya

masalah. Pada tahap ini konsumen dituntut untuk mendahulukan ebutuhan dari pada keinginan dengan prinsip pengorbanan yang layak berusaha untuk menghasilkan manfaat secara optimal. Pengorbanan yang layak artinya tidak kikir namun tidak berlebihan dan boros. Sedangkan manfaat secara optimal berarti manfaat terbaik yang selayaknya dapat dicapai sesuai pengorbanan. Selanjutnya dengan pencarian alternatif pemecahan masalah yaitu mencari sebanyak-banyaknya cara atau pembelian yang bisa mencukupi kebutuhan kita kemudian dievaluasi alternatif tadi mana yang cepat dan tepat sesuai dengan prinsip *maslahât*. Barulah konsumen melakukan pembelian. Terakhir penggunaan setelah pembelian harus sesuai dengan *maqasîd syrîah*.

Perilaku konsumen dalam pembelian produk dapat dilihat dari segi urgensi barang yang akan dibeli oleh seorang konsumen. Produk tersebut bisa menempati level kebutuhan atau hanya keinginan dari seorang konsumen. Seorang konsumen yang cerdas akan menggunakan rasioanlitasnya ketika membeli suatu produk dan menempatkan kebutuhan lebih dari sekedar keinginan.

Konsumen dalam memilih produk yang akan dikonsumsi selalu mengikuti kecenderungan yang timbul dari dalam dirinya. Seperti yang sudah dipaparkan pada teori, seseorang dengan rasional akan memilih produk sesuai dengan batasan yang dimilikinya, dalam hal ini secara rasional orang akan memiliki prioritas produk sesuai dengan

kemampuannya, sehingga produk yang dibeli harus terus berkesesuaian dengan kebutuhan dan kemampuan.

Rasionalitas sering dihadapkan dengan nafsu manusia yang cenderung tidak terbatas. Manusia apabila hanya menggunakan nafsunya tanpa dibekali dengan akal akan bersifat tamak dan mealampai batas, hal demikian terdapat dalam hadits Nabi SAW berikut;

لَوْ أَنَّ لِابْنِ آدَمَ مِثْلَ وَادٍ مَّالًا لَأَحَبَّ أَنْ لَهُ إِلَيْهِ مِثْلُهُ ، وَلَا يَمْلَأُ عَيْنَ ابْنِ آدَمَ إِلَّا
الْتُّرَابُ ، وَيَتُوبُ اللَّهُ عَلَى مَنْ تَابَ

Artinya: “Seandainya manusia memiliki lembah berisi harta, tentu ia masih menginginkan harta yang banyak semisal itu pula. Mata manusia barulah penuh jika diisi dengan tanah. Allah tentu akan menerima taubat bagi siapa saja yang ingin bertaubat.” (HR. Bukhari no. 6437)

Hadits tersebut merupakan sindiran bagi orang yang berlaku tamak. Maksud dari mata yang diisi dengan tanah adalah kematian di mana orang yang telah dikubur matanya akan terisi dengan tanah dan tidak mampu lagi menginginkan harta benda yang ada di dunia.

Orang yang tamak atau rakus pada dasarnya tidak akan pernah merasa cukup. Jika sikap ini tertanam dalam jiwa seseorang maka harta sebanyak apapun tidak akan cukup untuk memenuhi keinginan dirinya. Sehingga orang yang tamak baru merasa cukup ketika ia sudah meninggalkan dunia ini. Sehingga secara tersirat dalam hadis tersebut menjelaskan bahawa keinginan orang yang bersifat tamak adalah suatu hal yang tidak akan pernah tercapai.

Utility atau kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan keinginan orang yang tamak tidak akan pernah tercapai, sebanyak apapun. Sehingga orang yang tamak cenderung tidak pernah merasa cukup. Maka membuat pelaku tamak hidup dalam keadaan gusar, tertekan bahkan stres. Tidak mengherankan jika ada orang kaya yang merasa tertekan akibat sikap tamak yang dipeliharanya.

Secara rasional seorang konsumen lebih mendahulukan kebutuhan daripada keinginan. Tidak tamak merupakan pengaplikasian dari prinsip Ekonomi Islam yaitu prinsip kesederhanaan. Maka salah satu dari rasionalitas Islam adalah setiap pelaku ekonomi selalu berusaha untuk tidak melakukan kemubadziran (*nom-wasting*).

Rasionalitas dalam Islam tidak hanya mencakup kebutuhan yang sifatnya pribadi saja, namun membelanjakan harta dalam hal agama juga menjadi perilaku konsumen muslim. Zakat, infaq dan shadaqah juga bagian dari membelanjakan harta dalam Islam. Seorang muslim meyakini bahwa harta yang dimilikinya hanyalah sebuah titipan dari Allah SWT yang didalamnya terdapat hak orang lain. Sehingga dengan berzakat ia terbebas dari kewajiban, sedangkan infaq dan shadaqah adalah investasi amal soleh yang kelak akan ia terima baik di dunia maupun di akhirat. Konsep Islam menjelaskan bahwa yang kita miliki adalah yang dimakan dan diinfakkan. Oleh karena itu, *final spending* atau konsumsi akhir yang harus ditunaikan oleh seseorang yang

memiliki harta adalah tidak lepas dari dua hal tersebut, yakni untuk dimakan dan diinfakkan. Sehingga persamaan pendapatan menjadi:¹¹⁵

$$Y = (C + \text{Infak}) + S$$

Di mana: FS (*final spending*) = C + Infak

FS adalah pengeluaran final di jalan Allah.

Y = Pendapatan

C = Konsumsi

S = Tabungan

Keputusan dalam membeli erat kaitannya dengan memilih suatu produk. Ketelitian konsumen sangat diperlukan dalam mengambil keputusan untuk membeli. Produk yang akan dikonsumsi harus benar-benar sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan. Termasuk di dalamnya kualitas dan kuantitas produk atau spesifikasi. Umumnya tertera pada bagian kemasan atau penjelasan dari penjual. Hal ini penting diperhatikan agar tidak terjadi penyesalan dalam pembelian dan memastikan sesuai dengan kebutuhan.

Maka ada tiga sifat dasar aksioma dalam pilihan rasional yang telah disebutkan pada bab sebelumnya. Pertama kelengkapan (*completeness*), hal ini terjadi jika seseorang dihadapkan pada dua situasi contohnya antara ayam dan ikan maka ia harus bisa menentukan salah satu dari tiga kemungkinan. Kemungkinan pertama ayam lebih disukai daripada ikan. Kedua ikan lebih disukai daripada ayam dan ketiga ayam

¹¹⁵Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h. 91.

dan ikan keduanya sama-sama disukai. Maksudnya dalam rasionalitas kelengkapan ini seseorang pasti dihadapkan pada tiga kemungkinan tersebut jika pilihannya hanya dua. Maka kelengkapan dalam ekonomi Islam sesuai dengan aksioma kelengkapan adalah prinsip halal dan *thayyib* walaupun ada tiga kemungkinan konsumen Islam harus memilih halal dan *thayyib* harus sama-sama melengkapi.

Aksioma kedua adalah transitifitas (*transitivity*), yaitu seseorang menyukai ayam lebih daripada ikan, dan ikan lebih disukai daripada telur, maka ayam harus lebih disukai daripada telur. Maksudnya konsistensi seseorang terhadap suatu hal yang disukainya. Maka transitifitas dalam Ekonomi Islam adalah apabila barang yang dipilih halal dan *thayyib*, hanya halal, dan haram, maka barang yang halal dan *thayyib* harus lebih disukai daripada barang yang haram.

Aksioma yang ketiga adalah kontinuitas (*continuity*), yaitu jika bagi seseorang ayam lebih disukai daripada ikan maka situasi-situasi yang mendekati kepada ayam harus lebih disukai daripada ikan, seperti burung atau unggas lain, harus lebih disukai daripada hewan air seperti kepiting dan udang. Prinsip paling utama dalam Ekonomi Islam adalah prinsip mengutamakan kebutuhan lebih daripada keinginan. Selama produk barang dan jasa lebih dekat kepada kebutuhan harus lebih diutamakan daripada produk yang dekat kepada keinginan.

Konsumen cerdas dalam Islam selalu berpikir rasional sebelum membeli suatu produk baik barang atau jasa dengan memprioritaskan

kebutuhan dan memperhatikan *maqasîd syarîah* dan teliti sebelum pembelian serta memenuhi hak harta yakni dengan zakat, infaq dan shadaqah.

2. Membeli untuk memenuhi Utilitas dan *Maslahâh*

Motif pembelian umumnya adalah untuk mencapai kepuasan diri. Secara teori hal ini disebut dengan teori *utility* atau nilai guna yang sudah di jelaskan pada bab sebelumnya. Kemampuan barang atau jasa untuk memberikan kepuasan sebagai ukuran kebahagiaan seseorang terlalu umum dan mengawang-awang karena ukuran kebahagiaan seseorang tidak dapat diukur secara sama. Teori Maslow sekalipun yang menjenjangkan kebutuhan manusia dari yang paling dasar sampai paling atas yang mencakup kebutuhan fisik dan psikis, belum memberikan batasan kepuasan dan kebahagiaan secara universal.

Konsumen dalam mengkonsumsi suatu barang harus mencapai taraf kepuasan dan kebahagiaan yang terukur. Karena dalam Islam dilarang berlaku *ishraf* dan *tabzîr*. Maka dalam hal pembatasan kepuasan dan pemberian standar kebahagiaan dalam Islam dibentuk suatu konsep yang disebut dengan *maslahâh*.

Kepuasan terhadap barang dan jasa dalam teori *utility* (utilitas) dan kebahagiaan fisik dan psikis dalam teori maslow terdapat dalam konsep *maslahâh*. Barang dan jasa yang akan dikonsumsi akan dilihat sesuai *maslahâh* jika sudah memenuhi *maqasîd syarîah* (tujuan syariah). Sedangkan *maqâsid syarîah* bertujuan untuk menjaga *ad-dîn*

(agama), *al-aql* (akal), *an-nafs* (jiwa), *al-mâl* (harta), dan *an-nasb* (keturunan).

Menjaga *ad-dîn* (agama) erat kaitannya dengan ibadah dan penghambaan kita kepada Allah. *Syar'iat* Islam mewajibkan menutup aurat. Maka setiap konsumen harus memperhatikan pakaian yang akan dibeli. Harus sesuai dengan aturan agama, yakni menutup aurat. Jangan sampai karena ingin terlihat cantik namun mengabaikan perintah agama. Contoh lainnya adalah membelanjakan harta untuk kepentingan ibadah haji.

Menjaga *al-aql* (akal), erat kaitannya dengan pendidikan, seseorang menjaga akalnya dengan belajar dan mengenyam pendidikan agar bisa berpikir dan mengetahui, dalam proses pembelajaran biasanya diperlukan biaya, maka biaya pendidikan adalah salah satu dari tujuan *syar'iat*. Selain pendidikan, hal-hal lain terkait dengan terjaganya pikiran dan akal kita, seperti refreking dan liburan bisa dikategorikan sebagai menjaga *al-aql* (akal).

Menjaga *an-nafs* (jiwa), membelanjakan harta untuk sesuatu yang menyehatkan dan tidak berbahaya terhadap jiwa. Kita dilarang untuk meminum racun dan makanan tercemar karena bisa membahayakan jiwa kita. Maka membelanjakan harta untuk kesehatan adalah tujuan dari *syar'iat*. Contohnya membelanjakan harta untuk minum jamu yang bisa menjaga kebugaran dan kesehatan tubuh.

Menjaga *al-mâl* (harta), salah satunya dengan investasi, agar harta tidak habis dan dapat berproduksi kembali. Kita bisa membelanjakan harta untuk kepentingan bisnis. Tidak sekedar dihabiskan. Maka membelanjakan harta untuk investasi adalah juga untuk kepentingan melindungi harta. Bisa pula dengan membelanjakan untuk menggaji karyawan untuk menjaga rumah atau kantor, hal inipun bisa dikatakan menjaga harta.

Menjaga *an-nasb* (keturunan). erat kaitannya dengan kelahiran anak dan proses tumbuh kembang anak. Hal yang sering menghantui orang tua adalah kasus *stunting* atau pertumbuhan anak terhambat karena kekurangan gizi atau gaya hidup ibu yang tidak baik. Kasus *stuning di* Indonesia pada tahun 2013 masih tinggi yaitu 18,0% balita sangat pendek dan 19,2% pendek.¹¹⁶ Maka konsumen harus mencukupi kebutuhan ibu dan anak.

Jika semua itu sudah tercapai dan terlindungi dengan baik. Maka secara utilitas atau kepuasan terpenuhi dan kebahagiaan tercapai. Merupakan tujuan dari ekonomi Islam yaitu *falâh*. Maka kegiatan ekonomi harus diarahkan untuk mencukupi lima jenis kebutuhan guna menghasilkan *maslahâh*.¹¹⁷ Seperti yang dibedakan oleh Imam Syatibi mengenai *maslahâh* yang secara berjenjang. Seorang muslim yang cerdas akan menenpatkan kebutuhan *dhâurî* sebelum

¹¹⁶Dwi Sisca Kumala Puteri dan Nurhandayani Utami, *Nilai Batas Berat Lahir Sebagai Prediktor Kejadian Stunting Pada Anak Umur 6-23 Bulan di Indonesia*” Jurnal Penelitian Gizi dan Makanan, Vol.38 No.1, Juni 2105, h.80.

¹¹⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam,..* h. 28.

kebutuhan *hajîyat* dan *tahsîniat*. Kebutuhan *dhârurî* sendiri merupakan dasar untuk keberlangsungan hidup dan berkaitan secara langsung dengan *maqâsid syarîah* yaitu dengan pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Seperti makan untuk keberlangsungan hidup, pakaian untuk menutupi aurat dan menuntut ilmu agama. Jika semua sudah terpenuhi maka kita boleh membelanjakan untuk kebutuhan *hajîyat* atau atau menyempurnakan kebutuhan *hajîyat*. Seperti memakan makanan yang baik dan bergizi, menggunakan pakaian yang indah dan menuntut ilmu dunia. Kemudian jika kebutuhan *dharurî* dan *hajîyat* sudah terpenuhi maka kita bisa memenuhi kebutuhan *tahsiniat* atau pelengkap. Kebutuhan ini tidak terkait langsung dan tidak mempengaruhi dari *maqâsid syarîah* yang lima pokok tersebut. Kebutuhan *tahsiniat* dipenuhi setelah tidak ada lagi kesulitan untuk memenuhi kebutuhan *dharurî*. Contoh dari kebutuhan *tahîiniat* seperti rekreasi dan membeli pakaian mewah.

Konsumen yang cerdas bisa mengorganisasikan, menghubungkan atau menyatukan semua potensi yang dimilikinya untuk untuk memprioritaskan kebutuhan secara berjenjang dari yang primer, sekunder dan tersier. Tidak boleh mendahulukan yang tersier sebelum primer dan sekunder terpenuhi. Masing-masing orang memiliki kebutuhan yang berbeda. Maka keputusan pembelian sesuai dengan *maqâsid syarîah* sehingga *maslâhah* bisa tercapai.

Perilaku konsumen yang tidak sesuai dengan maqosit syariah biasanya akan memakai produk secara sembrono. Pada akhirnya akan menjadi perilaku komplusif sehingga keputusan membeli sering tidak terencana mengakibatkan pemborosan dan tidak terpenuhinya kebutuhan yang lebih substansial contohnya seperti perokok yang sudah adiktif bisa melalaikan nafkah terhadap keluarganya.

Konsumen yang cerdas dalam melakukan keputusan mengkonsumsi barang dan jasa selalu memperhatikan *maslâhah*. Islam tidak melarang manusia memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya. Selama hal itu mendatangkan *maslâhah* dan tidak mendatangkan *mafsadah*. Konsep keperluan dasar dalam Islam sifatnya dinamis merujuk pada tingkat ekonomi yang ada pada masyarakat.¹¹⁸ Seperti *laptop*, pada tingkat ekonomi tertentu bisa dikategorikan keinginan, anak kecil atau pengangguran misalnya. Namun untuk tingkat ekonomi tertentu bisa menjadi kebutuhan seperti mahasiswa dan dosen untuk kebutuhan pekerjaannya.

Produsen biasanya membuat suatu produk dengan target pasar tertentu. Kebutuhan yang berbeda pada masing-masing individu menjadikan ekonomi bisa berkembang sesuai dengan perubahan zaman. Namun konsep mencari *maslâhah* dan menghindari *mafsadah* tetap terus bisa digunakan, karena konsep ini dinamis dan bisa menerima

¹¹⁸Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*,... h. 107.

perubahan zaman serta tidak menggunakan standar baku sehingga mudah untuk diterima.

Maka konsumen cerdas tidak menempatkan standar secara kuantitas saja namun juga kualitas dari suatu barang. Maksudnya tidak diukur dengan jumlah dan nominal yang pasti. Namun juga mempertimbangkan keadaan dan kegunaannya sesuai kebutuhan masing-masing individu.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Latar belakang diperlukannya konsumen cerdas dalam Ekonomi Islam adalah konsumen sangat dituntut untuk bersikap cerdas dalam melakukan pembelian. Sebelum membeli seorang konsumen yang cerdas harus mempertimbangkan kehalalan suatu produk dan prinsip *thayyib*, kemudian tidak berlaku *ishraf* dan juga *tabzir*, bisa menempatkan akal di atas hawa nafsu dan tetap memenuhi hak harta untuk dibelanjakan di jalan Allah dengan menunaikan zakat kemudian disempurnakan dengan infaq dan shadaqah.
2. Konsep Ekonomi Islam yang menjelaskan konsumen cerdas dalam transaksi adalah dengan mengetahui hak konsumen yaitu hak memilih atau *khîyâr*. Dengan dilaksanakannya *khîyâr* maka konsumen terhindar dari penyesalan dan penipuan dalam pembelian, antara penjual dan pembeli akan menjadi saling rela atau suka sama suka dan diberikan keberkahan dalam jual beli.
3. Cara mencerdaskan konsumen dalam praktik jual beli dalam masyarakat adalah dengan cara membeli secara rasional yaitu menempatkan kebutuhan di atas keinginan dan membeli dengan memperhatikan *masalahah* untuk memenuhi *maqasîd syarîah*, yakni menjaga *ad-dîn* (agama) yaitu barang yang dibeli tidak boleh merusak kehidupan beragama, seperti untuk perbuatan syirik, *al-aql* (akal) yaitu

barang tidak boleh merusak akal, seperti narkoba , *an-nafs* (jiwa), yaitu barang tidak boleh mengancam jiwa kita, seperti racun, *al-mâl* (harta) yaitu pembelanjaan yang berpotensi menghilangkan harta seperti beli produk perjudian, dan *an-nasb* (keturunan) yaitu barang tidak boleh membahayakan keturunan kita, seperti seorang ibu hamil yang dilarang mengkonsumsi zat berbahaya bagi anak.

B. Saran

Pada kegiatan jual beli, khususnya bagi seorang konsumen hendaknya bersikap cerdas, yaitu memperhatikan aspek kebutuhan bukan keinginan dan membeli dengan teliti, sebab pembeli memiliki latar belakang berbeda dan adanya kecenderungan dari pihak penjual untuk mengambil untung. Perbedaan kepentingan ini memberikan pengaruh pada kegiatan transaksi dan konsumsi, yakni perbedaan motif ekonomi. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seorang konsumen harus bertindak cerdas. Oleh sebab itu, sudah semestinya seorang konsumen menerapkan konsep konsumen cerdas dalam transaksi jual beli di tengah masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian tentang Konsep Konsumen Cerdas Menurut Ekonomi Islam, maka Peneliti menyankan hal-hal sebagai berikut:

1. Kepada konsumen awal, agar memeperhatikan prinsip halal dan *thayyib*, tidak berlaku *ishraf* dan *tabzîr*, mengedepankan akal daripada nafsu, dan menunaikan potensi zakat, infaq dan shadaqah

2. Kepada konsumen antara, agar tidak hanya berpikir *profit oriented* namun juga memperhatikan kualitas dan hak-hak konsumen akhir.
3. Kepada konsumen akhir, agar memperhatikan rasionalitas dalam proses pembelian dengan mengedepankan *masalah* dan utilitas dalam pemenuhan kebutuhan serta memanfaatkan hak *khîyâr* secara maksimal untuk menghindari penyesalan dalam pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmad, Abdul Aziz, *Fiqih Cinta*, Bandung: Pustaka Hidayah, 2009, Cet Ke-1.
- Al Arif ,M Nur Rianto, *Teori Mikroekonomi, Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana Cet Ke-1.
- Ali, Yunasril,*Pilar-Pilar Tasawuf*”,Jakarta, Kalam Mulia, 2005, Cet. Ke-4.
- Al-Jarjawi, Syekh Ali Ahmad, *Indahnya Syariat Islam*, Depok: Gema Insani, 2006, Cet. Ke-1.
- Al-Qurtubi, Syaikh Imam, *Tafsir Al-Qurtubi, Penerjemah, Fathurrahman, Ahmad Hotib; Editor, Mukhlis B.Mukti, Jilid 2*, Jakarta, Pustaka Azzam, 2007.
- Arief, Suyoto, “Konsumen Rasional dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Islamic Economics Journal*, Vol. 01, No. 1, 2012.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998.
- Ash-Shallabi, Ali Muhammad, *Biografi Umar biin Al-Kathab*, Jakarta, Pustaka Al-Kautsar, 2008, Cet. Ke-1.
- as-Sayyyid, Abdul Basith Muhammad, *Pola Makan Rasulullah*, Jakarta, Almahira, 2011, Cet Ke-5.
- As-SuyuthI, Jalaludin, *Sebab Turunya Ayat Al-Quran*, Jakarata: Gema Insani, 2008.
- at-Tariqi, Abdullah Abdul Husain, *Ekonomi Islam (Pronsip, Dasar dan Tujuan*, dengan penerjemah M. Irfan Syofwani, Yogyakarta: Magistra Insania Press, 2004, Cet ke-3.
- Audah, Ali, Ali bin Abi Talib, *Sampai Kepada Hasan dan Husein*, Bogor, PT Pustaka Litera AntarNusa, 2008, Cet. Ke-9.
- Azwar Saifuddin, *Metode Penelitian*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar, Cet. Ke-8.

- Az-Zuhaili, Wahbah, *Fiqih Islam Wa Adillatuhu-Jilid-5*, Damaskus, Darul Fikr, 2007.
- Baidan, Nashrudin, " *Metode Penafsiran Al-Qur'an*". Yogyakarta: PustakaPelajar, 2011.
- Chaudhry, Muhammad Sharif, " *Sistem Ekonomi Islam*", Jakarta, Kencana, 2012.
- Creswell, N John W., *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih di Antara Lima Pendekatan)*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2018, Cet. Ke-2.
- Dakhoir, Ahmad dan Itsla Yunisva Aviva, *Ekonomi Islam dan Mekanisme Pasar (Refleksi Pemikiran Ibnu Taymiyah)*, Surabaya: LaksBang PRESSindo, 2017, Cer ke-1.
- Denffer Ahmad Von, *Ilmu Al-Qur'an Pengenalan Dasar*, Jakarta: Rajawali, 1998, Cet Ke-1.
- Denzen, Norman K. dan Yvonna S. Lincoln, *Handbook Of Qualitative Research*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, Cet. Ke-1.
- Dumiati, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017, Cet. Ke-1.
- Ensiklopedi Indonesia Jilid II, Jakarta: Ichtiar baru Van Home, 1980.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Ghazaly, Abdul Rahman, Ghufron Ihsan, Sapiudin Shidiq, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana, 2010.
- Idri, *Hadis Ekonomi- Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Indra, Hasbi, *Halal dan Haram dalam Makanan*, Jakarta, Penamadani, 2004, Cet. Ke-1.
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana, 2013, Cet Ke-3.
- Janwari, Yadi, *Pemikiran Ekonomi Islam*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016, Cet ke-1.
- Karim, Adiwarmarman A., *Ekonomi Mikro Islami*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2014, Cet ke-6.

- Khoiriyah, *Memahami Metodologi Studi Islam (Suatu Konsep Tentang Seluk Beluk Pemahaman Ajaran Islam dan Isu-isu Kontemporer dalam Studi Islam)*, Yogyakarta: Penerbit Teras, 2013, Cet. Ke-1.
- Mannan, Muhammad Abdul, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Terjemah, M. Nastangin, Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta, Kencana, 2012.
- Moleong, Lexy J., *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004, Cet. Ke-18.
- Mubarok, Jaih, *Kaidah Fiqh Sejarah dan Kaidah Asasi*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, Cet. Ke-1.
- Muhammad dan Rahmad Kurniawan, *Visi dan Aksi Ekonomi Islam, Kajian Spirit Ethico-Legal atas Prinsip Taradin dalam Praktik Bank Islam Modern*, Malang: Intimedia, 2014, Cet ke-1.
- Muhammad Sharif Chaudhry, "Sistem Ekonomi Islam", Jakarta, Kencana, 2012, h
- Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, Yogyakarta: BPF, (2004).
- Novia, Windy, *Kamus Lengkap Ekonommi*, Bandung: Wipress, 2006, Cet ke-1.
- Nugroho, J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana, 2008, Cet ke-3.
- Prastowo, Andi, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2012.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam/P3EI, *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2009.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia atas Kerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, Jakarta: PT.Rajagrafindo Persada, 2008
- Qardhawi, Yusuf, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997.
- Raliby, Osman, *Kamus Internasional*, Jakarta: Bulan Bintang, 1982.

- Rivai, Veitzal, Aminur Nuruddin, dan Faisal Ananda, *Islamic Business and Economic Ethics (Mengacu pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah Saw dalam Bisnis, Keuangan, dan Ekonomi)*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012.
- Rozalinda, *Fikih Ekonomi Syariah Prinsip dan Implementasinya Pada Sektor Keuangan Syariah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, Cet ke-1.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiha, *Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Andi Offset, 2013.
- Satori, Djam'an dan Aan Komariyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Setiadi, Nugroho J, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2003.
- Shihab, M. Quraish, *Wawasan Al-Qur'an*, Bandung: Mizan, 1996,.
- Solihin, M, *Akhlak Tasawuf, Manusia, Etika, dan Makna Hidup*, Bandung: Penerbit Nuansa, 2005, Cet. Ke-1.
- Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suhardi, Kathur, *Edisi Indonesia: Syarah Hadist Pilihan Bukhari Muslim*, Jakarta: Darul Falah, 2002.
- Suhardi, *Pengantar Ekonomi Mikro*, Yogyakarta: Gava Media.
- Sukirno, Sadono, *Pengantar Teori Mikroekonomi* Cet. 18, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.
- Suma, Muhammad Amin, *"Ulumul Qur'an"*, Jakarta, PT RajaGrafindo Persada, 2013.
- Suprayitno, Eko, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005.
- Suryadi, Nanang, *Konsumen Cerdas Paham Perlindungan Konsumen*, Kontes SEO 2013.
- Suryadilaga, M Alfatih, dkk, *Metodologi Ilmu Tafsir*, Yogyakarta:Teras, 2010, Cet. Ke-3.
- Syafei, Rahmat, *Fiqih Muamalah*, Bandung: Pusaka Setia, 2001.

Tarigan, Azhari Akmal, *Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Al-Qur'an, Sebuah Eksplorasi Melalui Kata-Kata Kunci*, Bandung, Citapustaka Media Perintis, 2012.

Yahya, Marjuqi, *Panduan Fiqih Imam Syafi'i, Ringkasan Kitab Fathul Qarib Al-Mujib*, Jakarta: Al-Maghfirah Cet Ke-1.

Yaumi, Muhammad dan Nurdin Ibrahim, *Pembelajaran Berbasis Kecerdasan Jamak (Multiple Intrlligences)*, Jakaarta: Kencana, 2013, Cet Ke-1.

Yuniarti, Finna Sri, "*Ekonomi Makro Syariah*", Bandung: CV Pustaka Setia, 2016.

C. Al-Qur'an

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Juz 1-30 Edisi Revisi*, Surabaya: Karya Agung, 2006.

Departemen Agama RI, *Al-Hikmah Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Bandung: Diponegoro, 2015

D. Jurnal

Dahlia, *Perlindungan Konsumen Terhadap Transaksi Jual Beli Melalui Media Internet (e-Commerce)*, Jurnal Wacans Hukum, Vol.VIII, No.1, April 2009.

Eka Adi Putera, *Perilaku Pembelian Tidak Terencana (Impluse Buying) di Pusat Perbelanjaan Modern di Surabaya*, JurnalAn-Nisbah, Vol.01, No. 02, April 2015

Humaemah, Ratu, *Analisa Hukum Islam Terhadap MasalahPerlindungan Konsumen Yang Terjadi Atas Jual Beli E-Commerce*, Jurnal Islamiconomic Vol.6 No.1 Januari – Juni 2015,.

Mustaffa, Nor Nazimi Mohd, Jaffary Awang, Aminudin Basir, "Teori Maslow Dan Kaitannya Dengan Kehidupan Muslim", Hadhari, Edisi 9, Februari 2017.

Hidayat, Taufiq, *Garansi dan Penerapannya Perspektif Hukum Islam*,Jurnal Al-Mawarid Edisi XV Tahun 2006.

E. Skripsi

Rahmad Kurniawan, *Prinsip Taradin Pada Akad Jual Beli*, IAIN Palangkaraya, 2013.

Zuliana, *Prinsip Konsumsi dalam Islam Berbasis Nilai Material Spiritual (Analisis Konsep M Abdul Mannan dan Aktualisasinya dengan Prinsip Konsumsi di Indonesia)*, UIN Walisongo, 2015.

F. Internet

Muhardi, Paradigma Boros Dalam Islam, <https://www.neliti.com/id/publications/159530/paradigma-boros-dalam-kegiatan-ekonomi>, di unduh pada Senin 13 November 2017, Pukul 15.21

www.bps.go.id , Sri Soelistyowati: *Aman Berikan Data ke BPS*, diakses, Rabu, 29 Mei 2019, Pukul, 16.02 WIB.

www.tempo.com, Kartika: *Transaksi E-Commerce Indonesia Tertinggi di Asia Tenggara*, diakses, Rabu, 29 Mei 2019, Pukul, 16.09 WIB.

www.pom.go.id, Tugas Utama Badan POM, diakses pada, Kamis, 30 Mei 2019, Pukul 10.40 WIB