

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU
KONSUMEN MUSLIM DALAM *TAQSITH* KONSUMTIF
(Studi : Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai
Kota Bengkulu)**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)**

Oleh :

**ADI SAPUTRA
NIM. 212 313 8367**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
2016 M / 1437 H**



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**

Alamat : Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

PENGESAHAN

Skripsi oleh: **Adi Saputra NIM 2123138367** yang berjudul **Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam Taqsih Konsumtif**

(Studi Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)

Program Studi Ekonomi Islam Jurusan Ekonomi, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut

Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : **Rabu**

Tanggal : **22 Juni 2016 M**

Dan dinyatakan **LULUS**, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Ekonomi.

Bengkulu, Juli 2016 M

1437 H

Dekan

Dr. Ashani, MA

NIP 197304121998032003

Tim Sidang Munaqasyah

Sekretaris

Drs. Nurul Hak, MA

NIP 197660616995031002

Nilda Susilawati, M.Ag

NIP 197905202007102003

Penguji I

Penguji II

Drs. Fatimah Yunus, MA

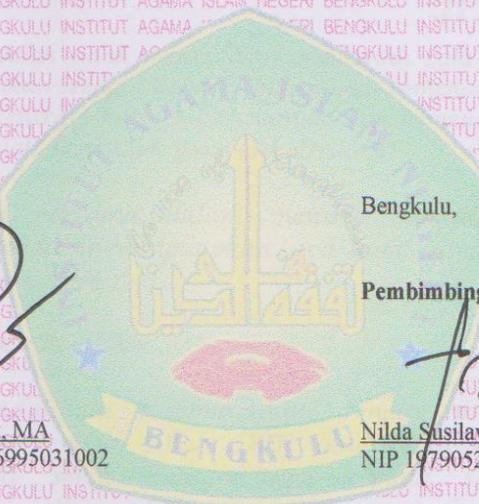
NIP 196303192000032003

Rini Elvira, SE, M.Si

NIP 197708152011012007

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang ditulis oleh Adi Saputra, NIM 2123138367 dengan judul "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam Taqsih Konsumtif (Studi Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)", Program Studi Ekonomi Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran Pembimbing I dan Pembimbing II. Oleh karena itu, skripsi ini disetujui untuk diujikan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, Juli 2016 M

1437 H

Pembimbing I

Drs. Nurul Hak, MA
NIP 197660616995031002

Pembimbing II

Nilda Susilawati, M.Ag
NIP 197905202007102003

MOTTO

رَبِّ هَبْ لِي حُكْمًا وَأَلْحِقْنِي بِالصَّالِحِينَ ﴿٨٣﴾

- *YA Allah, berikanlah kepadaku ilmu dan masukkanlah aku ke dalam golongan orang - orang yang saleh (Asy - Syu'ara : 83)*

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ

كَانَ عَنَّهُ مَسْئُولًا ﴿٦٣﴾

- *Dan Allah tidak menjadikan pemberian bala bantuan itu melainkan sebagai kabar gembira bagi kemenanganmu, dan agar tentram hatimu karenanya. Dan kemenanganmu itu hanyalah dari Allah Yang (Al -Isra: 63)*
- *Kunci pertama dalam menulis bukanlah berfikir melainkan menungkapkan apa saja yang dirasakan (William Forester)*

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbilalamin, dengan mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya kepada saya untuk menyelesaikan karya kecil yang buat dengan kerendahan hati dan ketulusan

- ✚ *Agama Islam, Bangsa dan Negara tercinta*
- ✚ *Kepada orang yang melahirkan ku ibuku Sumiati dan Almarhum ayahku Adlim bin Kidam yang membesarkanku, merawat, mendidik, mendoakan keberhasilanku yang selalu memberikanku semangat, perhatian dan kasih sayang yang tak semangat, perhatian, dan kasih sayang yang tak terhingga sampai saat ini, apapun yang kalian lakukan untuk ku tidak bisa aku balaskan, aku berjanji akan*

membuat kalian bahagia terkhusus untuk almarhum ayah yang disana, semoga tenang disisinya. Amin.

- ✚ *Kedua kakakku (Susilawati dan Sulastri) yang selalu membuat hari-hariku menjadi berwarna dan penuh canda tawa dan selalu menyemangatiku, membimbingku untuk menjadi orang yang sukses.*
- ✚ *Kepada keluarga besarku dan sanak family yang membantuk memberikan motivasi.*
- ✚ *Kepada teman-teman sepekerjaan variasi lingkaran barat (Landri, Weru, Iwek, Erik, Wanda, Ari, Alpa, Beta, Alung) yang membuat ku selalu tabah dan tegar untuk menyelesaikan studi ini hingga selesai.*
- ✚ *Teman-teman KKN (Desmondra, Okto, Erma, Resna, Evi, Fenti, Deva) seperjuangan Angkatan 2012 Desa Bukit Peninjauan I Seluma.*
- ✚ *Sahabat dan teman-temanku seperjuangan local VII. C (Ari, Dio, Zeki, Sahrul, Kariska, Asep, Iki, Putra, Sandi, Zuhri, Agus, Puji, Yeni, Niki, Uci, Siti, Rini, Alip, Nurul, Sri, Eke, Yosi, Dira, Meri, Desi, Ayu Andira) angkatan 2012.*
- ✚ *Sahabat-sahabatku (Yulinda Kurniati, Julian, Wenni) yang telah membantu dan memberi dalam penyelesaian skripsi ini.*
- ✚ *Almamater IAIN Bengkulu kebangganku*

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul “Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam *Taqsih* Konsumtif (Studi: Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)”. Adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, Juli 2016 M
1437 H

Mahasiswa yang menyatakan



ABSTRAK

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN MUSLIM DALAM *TAQSITH* KONSUMTIF (Studi: Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu) Oleh Adi Saputra NIM.2123138367.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa faktor-faktor yang mempengaruhi ibu rumah tangga perumahan Kemiling Permai dalam *taqsith* konsumtif. Penelitian mengenai faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam *Taqsith* Konsumtif ini menggunakan metode penelitian kualitatif lapangan. Sumber data di dapat dari informan, dengan melakukan wawancara kepada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Kemiling Permai. Pengumpulan data menggunakan observasi untuk memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti serta untuk mengetahui relevansi antara jawaban dengan kenyataan yang terjadi di lapangan, kepustakaan untuk mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting, dan wawancara untuk memperoleh data guna kelengkapan data-data yang diperoleh sebelumnya. Instrumen penelitian ini menggunakan camera digunakan untuk melakukan observasi dan dalam mengambil data tertulis dalam bentuk foto, pedoman wawancara digunakan dalam melakukan wawancara kepada informan dan dokumentasi ialah untuk kepustakaan berupa arsip-arsip atau data. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan faktor-faktor yang paling mempengaruhi perilaku ibu-ibu rumah tangga perumahan Kemiling Permai dalam *taqsith konsumtif* membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik dan membeli produk atas pertimbangan harga.

Kata Kunci : *Perilaku Konsumen Muslim, Taqsith Konsumtif, membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik dan membeli produk atas pertimbangan harga.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Muslim Dalam *Taqsih* Konsumtif (Studi: Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)”.

Shalawat dan salam untuk Nabi Besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapat petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun di akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin M,M.Ag, MH, selaku Rektor IAIN Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
4. Drs. Nurul Hak, MA selaku pembimbing I dan yang telah membantu memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Nilda Susilawati, M.Ag selaku pembimbing II dan yang telah membantu memberikan masukan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Drs. Fatimah Yunus, MA selaku penguji I yang telah menguji dan membimbing sehingga bisa terselesaikan skripsi ini.
7. Rini Elvira, SE, M.Si selaku penguji II yang telah memberi masukan, arahan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Bengkulu yang telah mengajar dan membimbing serta memberikan berbagai ilmunya dengan penuh keikhlasan.
9. Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu yang telah memberikan pelayanan dengan baik dalam hal administrasi.
10. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari akan banyak kelemahan dan kekurangan dari berbagai sisi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini ke depan.

Bengkulu, Juli 2016

Adi Saputra
NIM.2123138367

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
E. Penelitian Terdahulu	9
F. Metode Penelitian	12
1. Jenis Penelitian.....	12
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	12
3. Informan Penelitian	13
4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	13
5. Instrumen Penelitian.....	15
G. Sistematika Penulisan.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumen Muslim	18
1. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim	18
2. Tujuan Perilaku Konsumen Muslim	20
3. Prinsip Dasar Perilaku Konsumen Muslim.....	22
4. Etika Perilaku Konsumen Muslim	27
5. Teori Perilaku Konsumen Islami	30
B. <i>Taqsith</i> Konsumtif.....	32
1. Pengertian <i>Taqsith</i> Konsumtif	32
2. Hukum Jual Beli <i>Taqsith</i>	37
3. Hukumnya <i>Tafshil</i>	38
4. Bentuk-bentuk <i>Taqsith</i>	41

5. Hukum dan Etika jual beli secara <i>Taqsith</i>	38
6. Fatwa-fatwa	44
C. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim dalam <i>Taqsith</i> Konsumtif.....	45

BAB III GAMBARAN OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Informan Penelitian	50
1. Jumlah Informan	50
2. Umur Informan	51
B. Lokasi Penelitian.....	51
1. Geografis	51
2. Jumlah Penduduk	52
3. Agama.....	53
4. Profesi Penduduk	54
5. Struktur Organisasi.....	54

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Dalam <i>Taqsith</i> Konsumtif.....	55
---	----

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	66
B. Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Informan.....	50
Tabel 3.2	Umur Informan.....	51
Tabel 3.3	Jumlah Penduduk Keseluruhan.....	52
Tabel 3.4	Penduduk berdasarkan Agama dan Kepercayaan.....	53
Tabel 3.5	Penduduk Berdasarkan Profesi.....	54

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1	Analisis Data Model Interaktif Dari Miles dan Huberman.....	16
GAMBAR 3.1	Struktur Organisasi Kelurahan Pekan Sabtu.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah SWT yang bersifat sosial yaitu makhluk yang hidup dalam masyarakat dan berinteraksi dengan sesamanya. Sebagai makhluk sosial manusia tidak akan bisa memenuhi kebutuhan hidupnya sendiri, ia membutuhkan pertolongan manusia lainnya untuk saling berkolaborasi dalam pemenuhan kebutuhan fungsi-fungsi sosial tersebut. Pergaulan hidup tempat setiap orang melakukan perbuatan dalam hubungannya dengan orang lain itu bisa disebut dengan *muamalat*. Manusia yang pada hakikatnya saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya merupakan suatu ciri konsep muamalah yang tidak bisa lepas dari kehidupan.

Konsep muamalah merupakan suatu konsep yang mengatur hubungan baik antara sesama manusia yang bertujuan menjaga hak-hak manusia, merealisasikan kemaslahatan dan menjauhkan segala kemudharatan yang akan terjadi. Konsep tersebut telah diatur sedemikian rupa oleh Islam dalam bentuk *syariat* yang memuat berbagai hukum, yaitu halal, haram, mubah dan makruh. Di dalam hukum tersebut terdapat prinsip-prinsip Islam dalam kaitannya dengan kehidupan. Baik kaitannya dengan hubungan kepada Allah SWT maupun hubungannya dengan manusia. Jika manusia sudah melupakan adanya syariat tersebut, mereka cenderung akan melakukan kegiatan-kegiatan untuk mencukupi kebutuhannya dan cenderung hanya menuruti hawa nafsu. Untuk

itu diperlukan adanya rambu-rambu kehidupan manusia yang dapat menuntun dalam bermuamalah. Rambu-rambu tersebut ialah *fiqih muamalah*.¹

Manusia kapanpun dan dimanapun harus senantiasa mengikuti aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT, sekalipun dalam perkara yang bersifat duniawi termasuk kegiatan *bermuamalah*, sebab segala aktivitas manusia akan dimintai pertanggungjawabannya kelak di akhirat. Dalam Islam tidak ada pemisahan antara amal dunia dan amal akhirat. Sekecil apapun aktivitas manusia di dunia harus didasarkan pada ketetapan Allah SWT agar selamat dunia akhirat. Bahan baku bentuk perwujudan dari *muamalat* yang disyariatkan oleh Allah SWT tersebut adalah berupa jual beli. Hal ini sebagaimana firman-Nya QS : Al-Baqarah (2) : 275.

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ
الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ
إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Pada hal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan), dan urusannya*

¹ Abdul Aziz Muhammad Azzam, *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqih Islam*, (Jakarta: Amzah, 2010), h. 6

*(terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.*²

Sedangkan pengertian *taqsith* adalah sesuatu yang dibayar secara berangsur-angsur, baik itu jual beli maupun dalam pinjam meminjam. Allah SWT telah melimpahkan untuk manusia karunia dan kenikmatan yang melimpah di bumi. Bersama itu pula amanah juga dibebankan kepada manusia untuk mengelolanya. Karunia dan amanah atas sumber daya tersebut pada intinya memunculkan tiga masalah utama dalam kehidupan sosio ekonomi masyarakat, yaitu apa dan berapa banyak barang atau jasa yang diperlukan (*what*), bagaimana cara menghasilkannya (*how*) dan bagaimana mendistribusikan kepada masyarakat secara adil (*for whom*), sehingga tercipta suatu keadilan dan kesejahteraan yang luas.

Konsep keberhasilan dan kesuksesan seorang muslim menurut Islam bukan diukur dari seberapa besar harta kekayaan yang diperoleh dan dimiliki. Kesuksesan seorang muslim diukur berdasarkan seberapa besar ketakwaan seseorang akan membawa konsekuensi terhadap berapapun besar dan banyaknya harta yang dapat dia peroleh dan bagaimana menggunakannya. Islam telah mengatur pola konsumsi umatnya dengan mengedepankan akhlak, sehingga terjadi keseimbangan konsumsi yang komprehensif antara individu dengan masyarakat luas dan antara dunia dengan akhirat. Sesuai dengan firman Allah SWT QS. Al-Furqan (25) : 67.

² Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: As-Syifa, 2000), h. 69

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٧٧﴾

Artinya : "Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian. " ³

Selain itu Allah juga telah mengajarkan umatnya untuk berperilaku sederhana dan melarang umatnya untuk berperilaku boros dalam hal apapun.

Hal ini diterangkan dalam firman Allah SWT QS. Al-Isra' (17) : 27.

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : "Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan-Nya" ⁴

Inti kandungan dari dua ayat tersebut adalah agar kita mengatur dan membelanjakan harta kita secara tepat, yaitu dengan membelanjakan di jalan Allah, dan tidak menghamburkan harta kita atau boros. Sesungguhnya orang-orang yang pemboros itu adalah saudara setan dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya. Bagian itu menerangkan tentang peringatan dari Allah SWT agar kita tidak melakukan pemborosan, menghambur-hamburkan, dan menyalahgunakan harta yang kita miliki.

Sedangkan permasalahan mendasar kebutuhan hidup manusia yaitu kepuasan yang tidak ada batasannya. Kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan kepada tiga hal yaitu: keperluan, kesenangan dan kemewahan. Keperluan meliputi semua hal yang diperlukan untuk memenuhi segala kebutuhan yang harus dipenuhi, sedangkan kesenangan sebagai komoditi yang penggunaannya menambah efisiensi pekerja, akan tetapi tidak seimbang

³ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,..., h. 90

⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,..., h. 38

dengan biaya komoditi semacam itu, yang terakhir kemewahan menunjuk kepada komoditi serta jasa yang penggunaannya tidak menambah efisiensi seseorang bahkan mungkin mengurangnya.⁵

Banyak cara yang dilakukan manusia untuk mendapatkan harta, bisa melalui jalan yang dilarang agama atau jalan yang diridhoi agama. Untuk mendapatkan suatu barang atau jasa yang diinginkan, seorang konsumen harus melakukan transaksi yang biasa disebut dengan jual beli secara tunai (pembayaran lunas) dan jual beli secara *taqsith*. *Taqsith* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah angsuran, cicilan, pinjaman atau utang.⁶ Secara umum, jual beli diperbolehkan oleh Islam. jual beli secara *taqsith* diperbolehkan oleh *syariat* Islam dengan ketentuan yang ada, Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah (2) : 282.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ وَلْيَكْتُبَ بَيْنَكُمْ كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ وَلَا يَأْبَ كَاتِبٌ أَنْ يَكْتُبَ كَمَا عَلَّمَهُ اللَّهُ فَلْيَكْتُبْ وَلْيَمْلِكِ الَّذِي عَلَيْهِ الْحَقُّ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ وَلَا يَبْخَسْ مِنْهُ شَيْئًا

Artinya : “ Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermuamalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar. Dan janganlah penulis enggan menuliskannya sebagaimana Allah mengajarkannya, meka hendaklah ia menulis, dan hendaklah orang yang berhutang itu mengimlakkan (apa yang akan ditulis itu), dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah Tuhannya, dan janganlah ia mengurangi sedikitpun dari pada hutangnya”.⁷

⁵ M. Abdul Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek Dasar-dasar Ekonomi Islam*, (Jakarta : Intermasa, 2000) h. 48.

⁶ Endarmoko Eko, *Tesaurus Bahasa Indonesia*, (Jakarta : PT. Garamedia Pustaka Utama, 2007), h. 388

⁷ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,..., h. 130

Fenomena pembelian secara *taqsith* dalam masyarakat sudah menjadi kebiasaan, walaupun jaminan antara penjual dan pembeli hanya berupa kepercayaan. Bahkan yang di *taqsithkan* bukan hanya kebutuhan mendesak saja (seperti untuk makan atau kebutuhan primer lainnya), tetapi juga berkenaan dengan kebutuhan pelengkap atau tersier. Wanita yang merupakan pengguna pasar terbesar tentu memanfaatkan cara pembelian secara kredit dalam memenuhi kebutuhannya, baik untuk dirinya sendiri ataupun keperluan keluarganya. Hal ini tampak jelas di masyarakat, terbukti banyak sekali ibu-ibu rumah tangga yang memanfaatkan cara ini untuk memenuhi konsumsi rumah tangganya. Budaya seperti inilah yang mendorong ibu-ibu rumah tangga untuk berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasarkan atas pertimbangan yang rasional dimana dalam membeli suatu barang individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Banyak fenomena yang terjadi dimana seorang ibu membeli pakaian yang harganya ratusan ribu padahal kondisi ekonominya tidak memungkinkan

untuk membelinya. Karena tidak mau ketinggalan zaman maka dipakailah cara kredit untuk mendapatkannya, ataupun menghutang (*taqsith*) kebutuhan sehari-hari di warung-warung atau toko seperti untuk kebutuhan dapur, anak dan lainnya. Tradisi *taqsith* juga terjadi pada ibu-ibu rumah tangga di Perumahan Kemiling Permai Kelurahan Pekan Sabtu. Warga perumahan adalah majemuk, kebanyakan dari warga Perumahan Kemiling Permai merupakan pindahan yang bukan merupakan warga asli daerah setempat. Mereka juga berasal dari latar belakang sosial budaya yang berbeda-beda. Hal ini merupakan salah satu penyebab warga perumahan mempunyai banyak keragaman baik kelas sosial, budaya, kebutuhan, mata pencarian dan sebagainya.

Cara *taqsith* sering kali dipilih sebagai alternatif untuk memiliki suatu barang karena keuangan atau pendapatan yang tidak mencukupi, sedangkan kebutuhan hidup tidak dapat ditunda-tunda maka *taqsith* jalan yang biasa dilakukan. Sistem *taqsith* banyak digunakan karena bisa meringankan beban mereka dan bisa memenuhi keperluan dalam rumah tangganya dan bisa menggunakan uangnya untuk keperluan lain. Selain itu ibu-ibu rumah tangga di perumahan juga cenderung lebih banyak berkomunikasi dan berkumpul satu sama lain setiap hari. Hal ini merupakan salah satu faktor pendukung fenomena *taqsith* terjadi dikalangan ibu-ibu rumah tangga di Perumahan.

Seperti yang sudah dijabarkan di atas bahwa kebutuhan manusia beraneka ragam dan yang di *taqsith* pun hampir meliputi semua kebutuhan manusia, maka di dalam penelitian yang akan dilakukan ini hanya terbatas

pada pembelian secara *taqsith* pakaian yang dilakukan oleh ibu-ibu rumah tangga didalam memenuhi kebutuhan diri sendiri dan keluarganya. Perumahan Kemiling Permai banyak ibu-ibu rumah tangga yang berperilaku konsumtif terhadap barang *taqsith*, pada hal mereka sudah meng*taqtisth* banyak barang tapi masih juga mereka mau meng*taqtisth* karena melihat barang yang menarik dan agar tidak ketinggalan zaman, segala upaya dilakukan agar dapat barang tersebut tanpa menghiraukan kebutuhan lainnya, satu sama lainnya ibu-ibu rumah tangga Perumahan Kemiling Permai meng*taqsith* barang setiap ada yang masuk di Perumahan Kemiling Permai tersebut seperti pakaian, barang-barang elektronik dan barang pecah belah.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian **“Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam *Taqsith* Konsumtif (Studi : Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)”**.

B. Rumusan Masalah

Untuk memberikan arah yang jelas tentang pembahasan atau analisa yang dilakukan dalam skripsi penelitian ini, maka penulis mengemukakan rumusan masalah yaitu : Apa faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku ibu rumah tangga Perumahan Kemiling Permai dalam *taqsith* konsumtif ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ibu rumah tangga perumahan Kemiling Permai dalam *taqsith* konsumtif.

D. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis

Penelitian ini bisa memberikan jawaban teori dan dasar hukum pandangan Islam dengan realita di lapangan, sehingga menjadi bahan referensi, pengembangan serta memperkaya kajian ekonomi Islam, khususnya yang berhubungan dengan perilaku konsumen muslim terutama dalam *taqsith* konsumtif.

2. Praktis

- a. Bagi ibu rumah tangga yaitu dapat menjadi bahan masukan untuk meningkatkan peran aktif dalam memilih dan mengontrol pola konsumsi barang yang benar menurut Islam.
- b. Bagi kepala rumah tangga yaitu bisa dijadikan sebagai inspirasi dalam memilih dan menontrol ibu-ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan rumah tangga.

E. Penelitian Terdahulu

Putri : “Perilaku Ibu Rumah Tangga Pemakai *Taqsith* Barang Keliling Di Dukuh Pundung Tegal Sari Desa Manjung Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali”. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perilaku ibu rumah tangga yang melakukan *taqsith* dengan barang keliling di Dukuh Pundung Tegal Sari Desa Manjung. Dengan menggunakan teori pertukaran sosial Homans dan teori *Hunger for money* oleh Nugroho. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan *kualitatif* dengan studi kasus tunggal terpancang. Sumber data di dapat dari informan, peristiwa dan aktivitas,

dokumen dan arsip. Teknik sampling menggunakan *purposive sampling* dengan metode *maximum variation* sampling. Pengumpulan data menggunakan observasi langsung, wawancara, dokumentasi. Pengujian validitas data menggunakan triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, perilaku ibu rumah tangga pemakai *taqsith* barang keliling di dukuh Pundung Tegal Sari, Desa Manjung diawali dengan melihat apa yang ditawarkan, berlanjut pada proses pengambilan barang dan proses pembayaran dengan cara mengangsur tiap minggu. Perilaku barang keliling ibu rumah tangga terdorong oleh kurangnya kepemilikan uang tunai guna membeli barang pemenuh kebutuhan personal dan kolektif keluarga, mudahnya melakukan hutang barang serta ibu rumah tangga gemar berhutang. perilaku ibu rumah tangga pemakai *taqsith* barang keliling tercipta karena adanya ketergantungan ibu rumah tangga terhadap tukang barang keliling. Yang mampu memberikan berbagai barang kebutuhan dengan cara dan syarat yang mudah. Dan juga ibu rumah tangga merupakan aktor yang senantiasa memperhitungkan untung-rugi yang mereka peroleh dari berbagai transaksi yang mereka lakukan. Dalam hal ini ibu rumah tangga mampu membagi-bagi uang yang miliki guna memperoleh berbagai barang-barang kebutuhan maupun barang konsumsi. Namun dengan dengan adanya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh para tukang barang keliling, secara tidak langsung menciptakan perilaku konsumtif dalam diri ibu rumah tangga. Secara teoritis, peneliti menggunakan teori pertukaran sosial *Homans*, bahwasannya aktor adalah pencari untung. Berdasarkan *Hunger for money*, adanya

keterlelakatan antara uang, hutang dan rentenir. Bila dalam kegiatan pemenuhan tersebut seseorang tidak memiliki uang yang cukup, maka mereka akan melakukan hutang. Hutang tersebut mereka gunakan untuk menutupi kekurangannya. Implikasi praktis adalah memberikan pengetahuan kepada ibu rumah tangga untuk dapat menyikapi dengan bijak keberadaan barang keliling.⁸

Selanjutnya yang dilakukan oleh Astuti “Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda”. Tujuan penelitian ini mengetahui perilaku konsumen dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di Samarinda. Mengumpulkan beberapa informasi dengan menggunakan wawancara dan observasi menurut pendekatan kualitatif. Data kemudian dianalisis dengan teknik Miles dan Huberman. Dari penelitian tersebut, ada beberapa data yang ditemukan dari empat mata pelajaran. Mata pelajaran ini umumnya membuat pembelian barang berdasarkan model yang menarik, diikuti dengan membeli tanpa perencanaan membeli barang berdasarkan pertimbangan harga serta tidak manfaat, membeli barang-barang mahal akan menyebabkan rasa percaya diri yang tinggi, membeli barang yang sama dengan merek yang berbeda, membeli barang-barang untuk menjaga penampilan pribadi, serta membeli barang untuk menjaga simbol status.⁹

⁸ Anike Nurmalita Riski Putri Suryono, “*Perilaku Ibu Rumah Tangga Pemakai Taqsith Barang Keliling Di Dukuh Pundung Tegal Sari Desa Manjung Kecamatan Sawit Kabupaten Boyolali*”, (Tesis, Program Studi Sosiologi, Program Pasca Sarjana, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2014), h. 9.

⁹ Endang Dwi Astuti, “*Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda*” (Skripsi, Program Studi Psikologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda), h. 7.

Penelitian ini akan berbeda dengan penelitian sebelumnya karena akan melihat faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim dalam *taqsith* konsumtif. Selain itu objek, waktu dan tempat penelitian juga akan berbeda. Teori yang digunakan juga berbeda, jika Putri menggunakan teori pertukaran sosial *Homans* dan teori *Hunger for money* oleh Nugroho. Sedangkan dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif argumentatif.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian Lapangan

Jenis penelitian dalam penelitian adalah penelitian lapangan dengan pendekatan kualitatif argumentatif.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ibu rumah tangga perumahan kemiling permai dalam *taqsith* konsumtif, maka penelitian ini dilakukan pada bulan 27 November 2015 sampai dengan 27 Mei 2016 (Jadwal terlampir).

Lokasi dilaksanakan di Bengkulu, tepatnya di Perumahan Kemiling Permai Kelurahan Pekan Sabtu Kota Bengkulu. Pemilihan lokasi ini dilakukan dengan sengaja dengan pertimbangan banyaknya ibu rumah tangga yang menggunakan *taqsith*. Padahal ibu rumah tangga banyak beragama Muslim. Dengan melihat potensi ibu-ibu rumah tangga inilah yang membuat penulis tertarik untuk meneliti di tempat ini.

3. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini dilakukan secara *purposive sampling* dengan memilih informan yang memenuhi kriteria melakukan *taqsith* terus menerus, beragama muslim dan berperilaku boros yang dibutuhkan sesuai dengan fokus penelitian sebanyak 20 informan.

4. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

a. Sumber Data

Adapun data yang diperoleh pada penelitian adalah :

1) Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari informan penelitian melalui wawancara dengan pedoman wawancara dan juga kertas yang siapkan sebelumnya.

2) Data Sekunder

Data yang diperoleh dari data kepustakaan, buku, dokumen dan lain yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim dalam *taqsith* konsumtif di Perumahan Kemiling Permai.

b. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini agar mendapatkan data yang akurat yaitu:

1) Observasi

Observasi diperoleh dari pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti.¹⁰ Kegiatan pengamatan terhadap obyek penelitian ini untuk memperoleh keterangan data yang lebih akurat mengenai hal-hal yang diteliti serta untuk mengetahui relevansi antara jawaban dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Dalam tahap observasi ini akan dilakukan pencatatan terhadap segala informasi yang didapatkan, kemudian data tersebut akan dikumpulkan guna menuju tahap yang lebih lanjut.

2) Kepustakaan

Dokumentasi dalam pengumpulan data dimaksudkan sebagai cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting yang terdapat baik di lokasi penelitian maupun di instansi yang ada hubungannya dengan lokasi penelitian.

Contohnya mendokumentasikan hasil wawancara kepada masyarakat, foto hasil observasi lapangan, serta data-data pendukung lainnya yang dianggap perlu untuk didokumentasikan peneliti. Studi dokumen merupakan penggunaan dari metode observasi, dan wawancara dalam penelitian kualitatif.¹¹

¹⁰ Cholid dan Abu, *Metodologi penelitian*, (Jakarta : Bumi Aksara. 2000), h. 70

¹¹ Sugiono, *Metode Kualitatif-kuantitatif R&D*, (Bandung : Alfabate, 2006), h.154

3) Wawancara

Wawancara diperoleh dari kegiatan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung.¹² Wawancara dilakukan untuk memperoleh data guna kelengkapan data-data yang diperoleh sebelumnya. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Wawancara ini akan dilakukan secara intensif dan bertatap muka langsung dengan masyarakat sebagai Informan untuk mendapatkan data atau informasi yang lebih lengkap dan mendalam.

Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini sifatnya tidak terstruktur namun terarah, tujuannya untuk memperoleh informasi, pandangan personal maupun sosial informan, tetapi susunan kata dan muatannya disesuaikan dengan informan. Instrumen riset yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa pedoman wawancara untuk membuktikan keabsahan data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen muslim dalam *taqsith* konsumtif.

5. Instrumen Penelitian

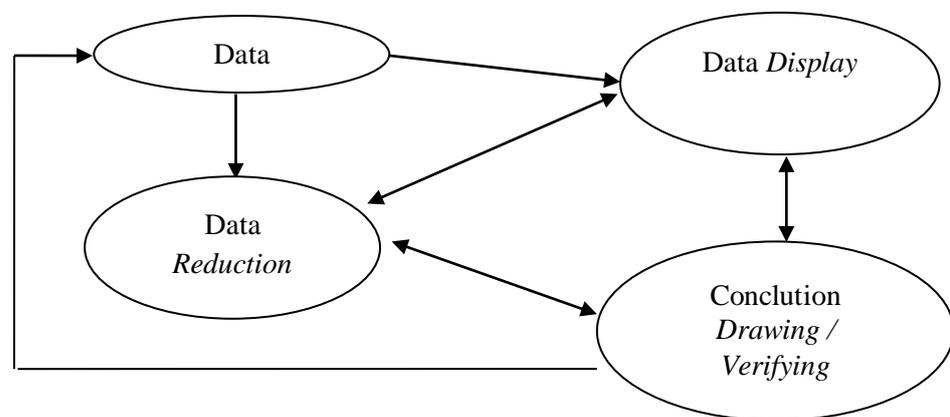
Instrumen penelitian diperoleh sebagai alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti selama melakukan penelitian dan pengambilan data, antara lain:

¹² Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2011),h.39

- a. Camera sebagai alat bantu yang peneliti gunakan dalam melakukan observasi dan dalam mengambil data tertulis dalam bentuk foto.
 - b. Dokumentasi untuk kepustakaan berupa arsip-arsip atau data tentang faktor-faktor yang mempengaruhi ibu rumah tangga perumahan kemiling permai dalam *taqsith* konsumtif.
 - c. Pedoman Wawancara sebagai instrumen yang peneliti gunakan dalam melakukan wawancara kepada informan.
6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis Menurut Miles dan Huberman dalam Bungin metode ini lebih dikenal dengan metode analisis data Model Alir.

Gambar 1.1
Analisis Data Model Interaktif Dari Miles Dan Huberman¹³



G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran penelitian yang lebih jelas dan sistematis agar mempermudah bagi pembaca

¹³ Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 99

dalam memahami penulisan penelitian ini. Dari masing-masing bab secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori. Pada bab ini berisikan tentang Perilaku Konsumen membahas tentang pengertian perilaku konsumen, tujuan perilaku konsumen, prinsip-prinsip dasar perilaku konsumen dan etika perilaku konsumen. Konsep *taqsith* konsumtif membahas tentang pengertian *taqsith* konsumtif, hukum jual beli, hukum tafshil antara halal dan haram, bentuk-bentuk jual *taqsith*. Faktor-faktor yang Mempengaruhi perilaku konsumen Muslim dalam *taqsith* konsumtif.

BAB III Gambaran Umum Objek Penelitian. Dalam bab ini menguraikan tentang gambaran Informan Penelitian, Lokasi Penelitian, geografis, jumlah penduduk, agama, profesi penduduk dan Struktur Kelurahan Pekan Sabtu.

BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan. Pada bab ini membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku ibu rumah tangga Perumahan Kemiling Permai dalam *taqsith* konsumtif.

BAB V Penutup. Sebagai bab terakhir dalam penulisan skripsi yang memuat kesimpulan dan saran.

Daftar Pustaka.

Lampiran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen Muslim

1. Pengertian Perilaku Konsumen Muslim

Memahami perilaku dan mengenal konsumen bukanlah pekerjaan yang sederhana. Konsumen atau pelanggan mungkin menyatakan akan membeli produk kita, namun tiba-tiba saja mereka membatalkan rencananya. Hal ini mungkin disebabkan konsumen tidak terlalu yakin dengan alasan atau motivasi mereka sendiri untuk membeli suatu produk sehingga mereka mengubah pikiran mereka pada menit-menit terakhir.¹⁴

Keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi dan kegiatan lainnya. Namun terhadap produk lainnya, keputusan pembelian dapat terjadi secara mendadak, mungkin hanya dengan melihat produk tersebut di pajang di pasar swalayan dengan harga diskon. Sering ditemui, konsumen kerap membeli suatu produk karena dorongan hati yang muncul saat itu.

Titik tolak untuk memahami perilaku pembeli adalah melalui model “rangsangan-tanggapan”. Rangsangan pemasaran dan lingkungan adalah hal yang pertama kali memasuki kesadaran konsumen. Kedua hal

¹⁴ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), h. 140-141

tersebut kemudian bertemu dengan karakteristik konsumen dan bagaimana ia memproses semua itu sehingga menghasilkan keputusan pembelian. Tugas pemasar adalah memahami apa yang terjadi dalam kesadaran pembeli, mulai dari adanya rangsangan dari luar hingga munculnya keputusan pembelian. Keberhasilan pemasar dalam mempengaruhi perilaku pembelian sangat bergantung pada bagaimana mereka memahami perilaku konsumen.¹⁵

Pemasar perlu mengetahui kebutuhan *spesifik* konsumen yang akan dipuaskannya dan bagaimana menerjemahkan kebutuhan itu ke dalam kriteria pembelian. Pemasar perlu memahami bagaimana konsumen mengumpulkan informasi berkenaan dengan berbagai *alternatif* dan menggunakan informasi itu untuk memilih produk atau merek. Mereka perlu memahami bagaimana konsumen membuat keputusan pembelian, dimana mereka lebih suka membeli produk, bagaimana mereka dipengaruhi oleh stimulus pemasaran di lokasi penjualan. Pemasar juga perlu memahami bagaimana proses keputusan konsumen dan alasan pembelian yang tidak sama di antara berbagai tipe konsumen.¹⁶

Skema tersebut menunjukkan bagaimana proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk yang mencakup sejumlah tahapan yang biasanya dilalui konsumen ketika akan melakukan pembelian. Konsumen melewati lima tahap dalam proses pengambilan keputusan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi *alternatif*, keputusan

¹⁵ M. Nur Rianto Al-Arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam*,h.141

¹⁶ Ir. Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Ed 5, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2015), h. 187

pembelian dan evaluasi pasca pembelian. Setiap tahap proses pengambilan keputusan tersebut disertai oleh proses psikologi internal yang terdiri atas motivasi, persepsi, sikap, integrasi dan pembelajaran. Proses psikologi merupakan faktor penting bagi perencanaan promosi pemasaran karena mempengaruhi proses pengambilan keputusan dalam diri konsumen.

2. Tujuan Perilaku Konsumen Muslim

Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya. Bahkan ketika manusia lebih mementingkan ibadah secara mutlak dengan tujuan ibadah, telah dilarang dan diperintahkan untuk makan atau berbuka. Meski demikian konsumsi Islam tidak mengharuskan seseorang melampaui batas untuk kepentingan konsumsi dasarnya, seperti mencuri atau merampok. Tapi dalam kondisi darurat dan dikhawatirkan bisa menimbulkan kematian, maka seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang haram dengan syarat sampai masa darurat itu hilang, tidak berlebihan dan pada dasarnya memang dia tidak suka.¹⁷

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah SWT. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah SWT akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar

¹⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2006), h. 15

dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi.

Konsep konsumen adalah *raja'* menjadi arah bahwa aktifitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kadar relatifitas dari keinginan konsumen. Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya. Para *fuqaha* menjadikan memakan hal-hal yang baik ke dalam empat tingkatan. Pertama, wajib, yaitu mengkonsumsi sesuatu yang dapat menghindarkan diri dari kebinasaan dan tidak mengkonsumsi kadar ini padahal mampu berdampak pada dosa. Kedua, sunnah, yaitu mengkonsumsi yang lebih dari kadar yang menghindarkan diri dari kebinasaan dan menjadikan seorang muslim mampu shalat dengan berdiri dan mudah berpuasa. Ketiga, mubah, yaitu sesuatu yang lebih dan sunnah sampai batas kenyang. Keempat, konsumsi yang melebihi batas kenyang, yang dalam hal ini terdapat dua pendapat, ada yang mengatakan makruh yang satunya mengatakan haram.

Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah SWT yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya.¹⁸ Seorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada

¹⁸ Al-Haritsi, Jaribah Bin Ahmad, *Al-Fiqh Al-Iqtishadi Li Amiril Mukminin Umar Ibn Al-Khaththab*, Terj, Asmuni Solihan Zamalchsyari: *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Kathab*, (Jakarta: Khalifa, 2006), h. 140

tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini.

Konsumsi Islam harus menjadikan manusia ingat kepada Allah SWT tidak boros, tidak kikir, tidak memasukkan ke dalam mulutnya dari sesuatu yang haram dan tidak melakukan pekerjaan haram untuk memenuhi konsumsinya. Konsumsi Islam akan menjauhkan seseorang dan sifat egois, sehingga seorang muslim akan menafkahkan hartanya untuk kerabat terdekat (sebaik-baik infak), fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan dalam rangka mendekatkan diri kepada penciptanya.¹⁹

3. Prinsip-prinsip Dasar Dasar Perilaku Konsumen Muslim

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasar syariat Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Ada tiga nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, yaitu:

- 1) Keyakinan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah dari pada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah merupakan

¹⁹ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam.....*, h.

future consumption, sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.

- 2) Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah SWT merupakan kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.
- 3) Kedudukan harta adalah merupakan anugrah Allah SWT dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar sebagaimana QS. Al-Baqarah (2) : 262.

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ثُمَّ لَا يُتَّبِعُونَ مِمَّا أَنْفَقُوا مَنًّا وَلَا أَذًى
 هُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya :*“Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkahkan nya itu dengan menyebut-nyebut pemberiannya dan dengan tidak menyakiti (perasaan si penerima), mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak (pula) mereka bersedih hati”*.²⁰

Menurut Manan, selain dengan adanya tiga fondasi dasar diatas, masih terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam yaitu:

²⁰ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya*. (Jakarta : Pustaka As-Syifa'. 2000), h. 14

- 1) Pertama, prinsip keadilan. Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum. Firman Allah SWT. QS. (2) : 173.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ
 فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya : “*Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha pengampun lagi Maha Penyayang.*”²¹

- 2) Kedua, prinsip kebersihan. Maksudnya adalah bahwa makanan harus baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.
- 3) Ketiga, prinsip kesederhanaan. Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makan dan minuman yang tidak berlebihan. Firman Allah SWT QS. Al-A’raf (7) :31 :

يَبْنَىءَ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
 إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya : “*Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan lah berlebih-lebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai yang berlebih-lebihan*”.²²

- 4) Keempat, prinsip kemurahan hati. Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya*,... h. 19

²² Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya*,....., h. 28

makanan halal yang disediakan Tuhannya, seperti Firman Allah SWT
 QS. Al-Maidah (5) : 96.

أَحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ، مَتَّعًا لَكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ وَحُرْمَ عَلَيْكُمْ
 صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ ﴿٤٦﴾

Artinya :*“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram, dan bertakwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”*²³

- 5) Kelima, prinsip moralitas. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah SWT. sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan.²⁴

Prinsip-prinsip dasar konsumsi Islami ini akan memiliki konsekuensi bagi pelakunya. Pertama, seseorang yang melakukan konsumsi harus beriman kepada kehidupan Allah SWT dan akhirat di mana setiap konsumsi berakibat bagi kehidupannya di akhirat. Di antara prinsip utama keimanan adalah beriman dengan hari akhirat, yaitu beriman kepada semua yang diberitakan oleh Allah SWT dan Rasul-Nya tentang apa yang akan dialami manusia setelah mati, baik fitnah kubur berupa nikmat dan siksaanya atau hari kiamat dan setelah itu berupa surga dan neraka beserta penghuni, segala kenikmatan dan siksaan yang ada di dalamnya sebagai akibat dari perbuatan di dunia.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Quran dan terjemahan-Nya*,..... h. 37

²⁴ Imadudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, 181-182.

Dalam Islam konsumsi dibagi menjadi tiga untuk memenuhi kebutuhan pribadi, memenuhi kebutuhan keluarga yang menjadi tanggungannya dan dalam rangka *fisabilillah*. Ketiga jenis konsumsi inilah yang menjadi pilihan dan prioritas manusia untuk mendahulukan atau mengakhirkannya. Masing-masing jenis konsumsi akan memberi makna dan nilai sangat tergantung kepada niat. Konsumsi pribadi jika diniatkan dalam rangka ketakwaan, supaya badan kuat dalam menjalankan ketaatan, maka konsumsi tersebut memilih dimensi akhirat. Sebaliknya, jika konsumsi *fisabilillah* tidak diniatkan ikhlas untuk mendapatkan ridho Allah SWT, misalnya demi *riya* atau *sunnah*, maka justru konsumsi itu menjadi tidak bernilai dan bahkan berdampak dosa atau siksa di akhirat.²⁵

Kedua, pada hakikatnya anugerah dan kenikmatan dari segala sumber daya yang diterima manusia merupakan ciptaan dan milik Allah SWT secara mutlak dan akan kembali kepada-Nya. Manusia hanya sebagai pengembal amanah atas bumi, dan konsekuensinya adalah manusia harus menggunakan amanah harta yang telah dianugerahkan kepadanya pada jalan yang disyariatkan. *Syariat Islamiyyah* dengan segala peraturan dan tatanan tentang konsumsi yang termasuk dalam Al-Quran maupun *As-sunnah*. Keduanya merupakan sumber pijakan utama dalam akhlak perilaku berkonsumsi. Agama Islam telah sempurna dan diridhoi, sehingga tidak ada suatu perkara yang menyangkut agama Islam kecuali telah

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2008), h. 166

dijelaskan. Manusia sebagai hanya ciptaan Allah SWT hanya tinggal menjalankan segala aturan yang telah ditetapkan.²⁶

Ketiga, tingkat pengetahuan dan ketakwaan akan mempengaruhi perilaku konsumsi seseorang. Seseorang itu dinilai berdasarkan ketakwaanya. Seseorang tidaklah menjadi tinggi di sisi Allah SWT hanya karna banyaknya harta kekayaan yang dimilikinya. Bahkan seseorang yang kaya tapi sombong dengan kekayaan yang dimilikinya justru rendah kedudukannya. Seseorang yang bertakwa tahu bagaimana mensikapi harta. Pada saat memiliki keluasan rizki, dia tahu bahwa pada hartanya terdapat bagian untuk orang lain melalui zakat infak dan shadaqoh. Sebaliknya, ketika Allah SWT menetapkan sedikit atau kurang harta, dia tetap sabar, *qona'ah* (merasa cukup) dan tetap bersyukur dengan sedikit atau kurangnya harta.

4. Etika Perilaku Konsumen Muslim

Islam sangat membantu masyarakat menanamkan kualitas kebaikan seperti ketaatan, kejujuran, integritas, kesederhanaan, kebersamaan, keadilan, saling mengerti, kerjasama, kedamaian, keharmonisan, dan berperannya fungsi kontrol tingkah laku terhadap hal yang dapat membahayakan masyarakat. Itulah kenapa syariah berpengaruh terhadap konstruksi keseimbangan sumber daya masyarakat. Hal ini didukung dengan ajaran Islam bagi masyarakat tentang tanggung jawab manusia di dunia dan akhirat, dan konsepsi mengharap ridha Allah SWT.

²⁶Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*,, h. 170

Jadi konsumsi terintegrasi dalam syariah, orientasinya tidak lepas dari upaya menyeimbangkan kebutuhan dunia dan akhirat.²⁷ Oleh karena itu, dalam Islam ada perbedaan yang jelas antara yang halal dan haram. Dengan kata lain, dalam sebuah kegiatan ekonomi dilarang mencampur adukkan antara yang halal dan haram. Hal tersebut merupakan bagian dari batasan konsumsi dalam perilaku konsumen muslim.

Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan dalam pandangan Islam. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting, karena keimanan memberikan cara pandang dunia dan mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang di sebut untuk menyeimbangkan kehidupan dunia dan akhirat.

Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus juga memotivasi pemanfaatan sumber daya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan menjaga kepentingan diri tetap berada di dalam batas-batas kepentingan sosial dengan mengubah *preferensi* individual semata menjadi *preferensi* yang serasi antara individual dan sosial, serta termasuk pula saringan dalam rangka mewujudkan kebaikan dan kemanfaatan. Ajaran agama Islam menghindarkan konsumen dari sifat *israf*, karena *israf* merupakan

²⁷ Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006), h.11-12.

sifat boros yang dengan sadar dilakukan untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka. Dalam konteks itulah, Islam melarang untuk bertindak israf (boros), pelarangan terhadap bermewah-mewahan dan bermegah-megahan, dan lain-lain. Seperti yang dijelaskan dalam QS. Al-Isra (17) :26 dan QS. Al-‘A’Raf (7) : 31.

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٣١﴾

Artinya : Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.²⁸

يَبْنِيٰٓءَ آدَمَ خُذُوْا زِيْنَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ ﴿٣١﴾

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.²⁹

Pelarangan *israf* ini karena banyak menimbulkan efek buruk pada diri manusia, di antaranya adalah tidak efisien dan efektif dalam pemanfaatan sumber daya, *egoisme*, mementingkan diri (*self interest*), dan tunduknya diri terhadap hawa nafsu, sehingga uang yang di belanjakannya habis untuk hal-hal yang tidak perlu dan merugikan diri. Oleh sebab itu dalam menghapus perilaku *israf*, Islam memerintahkan: (1) memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat, (2) menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua jenis komoditi.

²⁸ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya.....*, h. 28

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya.....*, h. 67

Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya berlaku pada makanan dan minuman saja, tetapi juga mencakup jenis-jenis komoditi lainnya. Dalam tafsir *al-Misbah* bahwa komoditi yang haram itu ada dua macam, yaitu haram karena zatnya seperti babi, bangkai dan darah dan yang haram karena sesuatu bukan karena zatnya seperti makanan karena tidak diijinkan oleh pemiliknya. Komoditi yang halal adalah yang tidak termasuk dari dua macam tersebut.³⁰

5. Teori Perilaku konsumsi Islami

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konsumsi Islam yaitu kebutuhan (hajat) adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. Pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna dan steril. Konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT.

Pembahasan tentang tingkatan-tingkatan pemenuhan kebutuhan manusia (hajat) telah menarik perhatian para ulama di sepanjang zaman. Norma dan batasan ini pada gilirannya akan membentuk gaya hidup (*life style*) dan pola perilaku konsumsi (*patterns of consumption behaviour*) tertentu yang secara lahiriah akan membedakannya dari gaya hidup yang tidak diilhami oleh ajaran Islami. Ada beberapa tiga tingkatan konsumsi yaitu :

³⁰ Husein Umar, *Studi Kelayak an Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 64

- a. *Sadd ar-Ramq/ had ad-dhoruroh*
- b. *Had al-hajah*
- c. *Dan yang tertinggi adalah had at-tana'um.*

Had ar-Ramq atau batasan darurat adalah tingkatan konsumsi yang paling rendah dan bila manusia berada dalam kondisi ini, ia hanya mampu bertahan hidup dengan penuh kelemahan dan kesusahan, gaya hidup seperti ini karena individu tidak akan mampu melaksanakan kewajiban agama dengan baik dan akan meruntuhkan sendi-sendi keduniaan yang padagilirannya juga akan meruntuhkan agama karena dunia adalah ladang akhirat (*ad-Dunya Mazro'ah al-akhirah*).³¹

Tingkatan *tana'um* digambarkan bahwa individu pada tahapan ini melakukan konsumsi tidak hanya didorong oleh usaha memenuhi kebutuhannya. Tetapi juga bertujuan untuk bersenang-senang. Gaya hidup bersenang-senang ini tidak cocok bagi seorang mukmin yang tujuan hidupnya untuk mencapai derajat tertinggi dalam ibadah dan ketaatan. Kendatipun begitu, gaya hidup demikian tidak seluruhnya haram. Sebagian dihalalkan, yaitu ketika individu menikmatinya dalam kerangka menghadapi nasib di akhirat, walaupun untuk itu, ia akan tetap diminta pertanggungjawabannya kelak. Barang kali keadaan ini dapat lebih ditegaskan bahwa meninggalkan had *tana'um* tidak diwajibkan secara keseluruhan begitu juga menikmatinya tidak dilarang semuanya.

³¹ Adiwarmanto A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 62.

Antara *had ad-dhorurah* dengan *tana 'um* terdapat area yang sangat luas disebut *had al-hajah* dimana keseluruhannya halal dan mubah. Area ini memiliki dua ujung batasan yang berbeda yaitu ujung yang berdekatan dengan perbatasan *dharurah* dan ini di nilainya tidak mungkin dipertahankan karena akan menimbulkan kelemahan dan kesengsaraan dan ujung yang lain berbatasan dengan *tana 'um* dimana individu yang berada disini dianjurkan untuk ekstra waspada.³² Hal ini disebabkan karena ujung perbatasan ini dapat menjerumuskannya kedalam hal-hal yang membuatnya terlena secara tidak sadar dan akhirnya melalaikan tugasnya dalam beribadah kepada Allah SWT. Beliau menasehati kita agar sedapat mungkin menetap di *had al-hajah* dengan sedekat mungkin mendekati *had ad-dharurah* dalam rangka meneladani para Nabi dan Wali.

B. Taqsith Konsumtif

1. Pengertian *Taqsith* Konsumtif

Arti dari *bai'* adalah menjual sedangkan pengertian *taqsith*, secara bahasa adalah bermakna membagi sesuatu menjadi bagian-bagian tertentu dan terpisah. Adapun secara istilah, jual beli secara *taqsith* adalah menjual sesuatu dengan pembayaran yang ditangguhkan, diserahkan dengan pembagian-pembagian tertentu pada waktu yang telah ditetapkan dengan jumlah keseluruhannya yang lebih banyak dari harga kontan atau dengan kata lain *bai' bittaqsith* ialah menjual sesuatu dengan pembayaran yang

³² Sholihin, Ahmad Ifham, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. (Jakarta : Gramedia Pustaka Utama, 2000), h. 87

diangsur dengan cicilan tertentu, pada waktu tertentu, dan lebih mahal dari pada pembayaran kontan atau tunai. Secara umum *bai bittaqsih* lebih dikenal dengan sebutan pembelian secara kredit. Ada beberapa pedoman yang dapat dijadikan pegangan dalam memahami maksud *bai' bit taqsih* secara *syar'i*.

Pertama, seorang pedagang menjual barang dagangannya secara *muajjalah taqsih* dengan ketentuan harga lebih tinggi dari pada secara tunai. Kedua, *taqsih* ialah membayar hutang dengan berangsur-angsur pada waktu yang telah ditentukan. Ketiga, pembayaran yang diangsur ialah sesuatu yang pembayarannya dipersyaratkan diangsur dengan cicilan tertentu pada waktu tertentu pula. *Bai-Taqsih* sangat dibutuhkan masyarakat dan mendatangkan manfaat bagi pembeli atau penjual. Konsumen bisa mendapatkan barang yang dibutuhkannya, meskipun ia tidak memiliki uang yang cukup untuk memilikinya secara kontan atau bayaran penuh.

Perbedaan harga cicilan dari harga kontan bukan termasuk riba. Itu merupakan keuntungan dalam jual beli barang sebagai kompensasi tertahannya hak penjual dalam jangka waktu tertentu. Aplikasi *bai' taqsih* dapat mendatangkan kemudahan (*taysir*) bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya, karena banyak orang tidak mampu menyerahkan harga secara menyeluruh atau membayar dengan kontan. Tetapi dengan cicilan, ia bisa memanfaatkan dan memiliki barang yang dibutuhkannya.

Jual beli *taqsith* dengan penambahan harga karena cicilan adalah halal menurut hukum *syariah*. Maka jika seseorang menjual suatu barang dengan harga yang dibayar secara tangguh atau cicilan dimana harganya bertambah dari harga cash, maka jual beli itu boleh. Jika harga cash harus sama dengan harga *taqsith*, misalnya sebuah rumah berharga Rp 300 juta cash dan harga *taqsith* 10 tahun juga Rp 300 juta, maka hal itu tentu tidak logis, tidak rasional dan tidak adil. Tidak seorangpun penjual mau melakukan hal itu, karena hal itu merugikannya. Penjual tersebut tidak dapat menutup modal yang ia gunakan untuk membeli barang tersebut, dan juga tidak dapat membeli lagi barang yang serupa dengan itu atau yang lainnya. Jadi, perbedaan harga cash dan *taqsith* adalah suatu kebolehan dan konsumen pun mendapatkan kemudahan mendapatkan barang yang dibutuhkannya meskipun uangnya jauh dari cukup.³³

Dalil *syari'* dalam membolehkan akad jual beli *taqsith* atau *bai' bit taqsith* diambil dari dalil-dalil Al-Quran yang menghalalkan praktik *bai'* atau jual beli secara umum. Pelarangan untuk memakan riba ini dikuatkan dengan adanya dalil yang melarang manusia untuk memakan atau memiliki harta dari orang lain kecuali dengan jalan suka sama suka. Allah SWT berfirman dalam QS. An-Nisa (4) : 29.

³³ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, Prinsip *Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2014), h. 179

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ
رَحِيمًا ﴿٢٨﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlangsung atas dasar suka sama-suka di antara kamu”.³⁴

Dilihat dari dalil tersebut, maka Jual beli dengan cara *taqsith* adalah transaksi yang berlangsung atas dasar suka sama suka, berarti jual beli secara *taqsith* ini adalah boleh menurut nash ayat tersebut. Allah SWT juga berfirman QS. Al-Baqarah (1) : 282

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدَيْنٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ۗ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu’amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.”³⁵

Kaidah fikih menyatakan bahwa asal dalam setiap *muamalah* adalah halal dan boleh. Karena tidak ada *nash* atau dalil yang menunjukkan haramnya membuat dua harga pada suatu barang, yaitu harga kontan dan harga *taqsith* lalu penjual dan pembeli melakukan transaksi pada salah satu dari keduanya, maka jual beli dengan cara *taqsith* adalah halal berdasarkan kaidah ini.

Bai bittaqsith atau jual beli secara *taqsith* juga memiliki aturan tertentu, para ulama telah merinci beberapa ketentuan mengenainya, yaitu :

³⁴ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya.....*, h. 25

³⁵ Departemen Agama RI, *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya.....*, h. 10

- 1) Harga barang ditentukan jelas dan pasti diketahui pihak penjual dan pembeli.
- 2) Pembayaran cicilan disepakati kedua belah pihak dan tempo pembayaran dibatasi sehingga terhindar dari praktik *bai' gharar* atau bisnis penipuan.
- 3) Harga semula yang sudah disepakati bersama tidak boleh dinaikkan lantaran pelunasannya melebihi waktu yang ditentukan, karena dapat jatuh pada praktik riba.
- 4) Seorang penjual tidak boleh mengeksploitasi kebutuhan pembeli dengan cara menaikkan harga terlalu tinggi melebihi harga pasar yang berlaku, agar tidak termasuk kategori *bai' muththarr* atau jual beli dengan terpaksa yang dikecam Nabi SAW.³⁶

Tidak diragukan lagi bahwa jual beli secara *taqsith* adalah mustahab atau sunnah, dianjurkan bila dilakukan dengan maksud memudahkan pembeli sesuai dengan apa yang mencocoki keadaannya. Adanya persyaratan dari penjual agar hak kepemilikan diserahkan kepada pembeli saat penyerahan cicilan terakhir, yaitu pembeli telah mengambil barangnya namun penulisan keterangan surat atau bukti kepemilikan bahwa barang itu adalah miliknya diserahkan saat pelunasan cicilan terakhir. Hal ini diperbolehkan jika dimaksudkan agar pembeli komitmen dan serius dalam menyelesaikan tunggakannya dan bila pembeli bangkrut,

³⁶ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta : Gaya Media Pratama. 2007), h. 7.

barang tidak diikutkan dalam perhitungan barang yang bangkrut sehingga merugikan penjual.

Adapun jika hak kepemilikan sudah ditetapkan dan tertulis untuk pembeli maka tidak mengapa penjual menyimpannya sebagai jaminan agar pembeli tetap menyelesaikan tunggakannya. Tidak diperbolehkan penjual menetapkan denda materi terhadap pembeli bila terjadi keterlambatan pembayaran setelah jatuh tempo, sama sekali tidak diperbolehkan walaupun penetapan denda terjadi sebelum akad transaksi karena hal tersebut tergolong riba *jahiliyah*.³⁷ Tidaklah pantas seorang muslim membeli dengan cara *taqsith* kecuali jika mempunyai kemampuan untuk membayar cicilannya dan bersungguh-sungguh untuk hal itu agar ia tidak merugikan orang lain dan tidak pula membebani dirinya dengan sesuatu yang ia tidak mampu untuk menyelesaikannya. Jika seseorang membeli sesuatu secara *taqsith* walaupun ia mampu membayar secara kontan. Walau demikian jika seseorang mampu membayar dengan cash atau kontan maka itu adalah lebih baik bagi dirinya dan lebih terpuji.

2. Hukum Jual Beli *Taqsith*

Dalam jual beli kredit umumnya penjual menetapkan harga *taqsith* yang lebih mahal dari pada harga kontan (*cash*). Misalnya, penjual menetapkan harga sebuah sepeda motor seharga Rp 10 juta jika dibayar kontan, dan Rp 12 juta jika dibayar kredit dalam jangka waktu tertentu. Dalam jual beli kredit ini penjual seringkali menetapkan uang muka.

³⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*,, h. 10

Dengan ketentuan, jika jual beli jadi, uang muka akan dihitung sebagai bagian harga. Jumhur fuqaha seperti ulama mazhab yang empat (Hanafiyah, Malikiyah, Syafiiyah, Hanabilah) membolehkan jual beli *taqsith*, meski penjual menjual barang dengan harga *taqsith* yang lebih mahal dari pada harga kontan. Inilah pendapat yang kuat (*rajah*).

Kata jual beli ini bersifat umum, mencakup jual beli *taqsith*.³⁸ Diriwayatkan bahwa Thawus, Al-Hakam, dan Hammad berkata bahwa tidaklah mengapa kalau penjual berkata kepada pembeli, aku jual kontan kepadamu dengan harga sekian, dan aku jual *taqsith* kepadamu dengan harga sekian, lalu pembeli membeli dengan salah satu dari dua harga itu. Adapun mengenai uang muka (DP), hukumnya boleh. Karena ada riwayat bahwa Umar bin Khaththab pernah membeli rumah dari Shofwan bin Umayyah dengan harga 4000 dirham, dengan ketentuan jika Umar rela, maka jual beli dilaksanakan dengan harga tersebut. Jika Umar tidak rela (tidak jadi beli), Shofwan berhak mendapat 400 dirham (10 % dari harga).

3. Hukumnya *Tafshil* (antara Haram dan Halal)

Bagi kelompok ini, hukumnya halal jika memenuhi syarat-syarat tertentu, yaitu apa yang telah dijelaskan di atas oleh pendapat kedua, adalah tidak memberatkan dan saling menguntungkan. Hukumnya haram, jika memenuhi unsur riba, yaitu tambahan yang sangat memberatkan sehingga tidak ada unsur saling tolong menolong. Dalil-dali yang mereka

³⁸ Ghufron Ihsan *Fiqh Muamalat*, (Jakarta : Prenada Media Grup, 2008), h. 35

gunakan dalam memutuskan halal atau haramnya jual beli *taqsith* dengan tambahan harga menggunakan dasar pendapat pertama dan kedua di atas.³⁹

Syaikhul Islam Muftil Anam Ahmad bin Abdul Halim yang dikenal dengan sebutan Ibnu Taimiyah, berkata: “Saya pernah ditanya perihal seseorang yang perlu kepada pedagang kain. Ia berkata kepada pedagang kain tersebut, “juallah kepada saya sepotong kain ini!” Jawab si pedagang, saya membeli kain ini tiga puluh real dan tidak akan saya jual, melainkan dengan harga lima puluh real secara *taqsith*”. Apakah jual beli yang demikian itu boleh atau tidak?” Saya jawab, bahwa pembeli terbagi menjadi tiga bagian. Pertama, pembeli membeli barang dengan tujuan untuk dimanfaatkan sendiri, misalnya untuk dimakan, diminum, dikenakan dan sebagainya. Kedua, dengan tujuan untuk diperdagangkan.

Bentuk perdagangan di atas harus memperhatikan dan memenuhi syarat-syarat yang ditetapkan *syara'*. Oleh karena itu, apabila si pembeli merasa terpaksa, maka tidak boleh menjual kepadanya, kecuali dengan harga yang biasa berlaku. Contoh orang yang terpaksa harus membeli makanan, ternyata ia tidak mendapati makanan yang dimaksud, kecuali pada toko si Fulan. Maka si fulan tersebut harus menjual kepadanya dengan harga yang biasa berlaku. Apabila ternyata pihak penjual menjualnya dengan harga yang lebih tinggi, maka berarti pihak pembeli akan menerima barang tersebut dengan terpaksa. Ketiga, pembeli hendak bermaksud untuk memiliki uang, misalnya untuk membayar hutang

³⁹ Ghufroon Ihsan *Fiqh Muamalat*,, h. 40

kepada orang lain. Dia telah membeli sesuatu kepada seorang pedagang dengan syarat pihak penjual harus meminjamkan uang kepada pemberi sebesar 120 dinar untuk membayar hutang. Maka jual beli ini terlarang. Jika keduanya sepakat agar pihak pemberi mengembalikan barang yang dibeli si penjual, maka inilah yang disebut dengan *bai'atain fi bai'atin* yang dilarang Nabi SAW. Ada tiga gambaran atau contoh masing-masing dalam kitab *Hukmul Bai' bit Taqsith* yaitu :⁴⁰

- a. Makna pertama, contoh : saya menjual mobil ini kepadamu misalnya dengan harga 40 ribu real dengan kontan dan 45 ribu real dengan *taqsith*, kemudian berpisahlah si penjual dengan si pembeli tanpa ditentukan dijual dengan kontan atau *taqsith*, maka tata cara jual beli semacam ini tergolong fasid (rusak karena tidak ada kejelasan).
- b. Makna kedua, contoh : Saya menjual kebun ini secara kepadamu dengan harga sekian, misalnya dengan syarat kamu harus menjual rumah si fulan kepadaku dengan harga sekian. Maka tatacara jual beli semacam ini tidak sah juga karena di samping mengandung jahalah (tidak jelas) juga bersyarat dengan syarat yang mengandung dharar dan rusak. Dan makna ini adalah pendapat As-Syafi'i tentang menjual satu produk dengan dua penjualan.
- c. Makna ketiga, contoh : Saya menjual sesuatu kepada anda dengan harga seribu real secara *taqsith* kemudian penjual membelinya kembali dengan harga sembilan ratus dari si pembeli secara kontan, maka tata

⁴⁰ Wawan Djunaedi, *Fiqih*, (Jakarta : PT. Listafariska Putra, 2008), h. 98

cara jual beli semacam ini benar-benar rusak karena mengandung tipu muslihat agar tidak dianggap riba. Dan jual beli semacam ini juga disebut dalam bahasa hadits kemudian para ulama dengan jual beli *'iinah*.

4. Bentuk-bentuk jual beli secara *taqsith*
 - a. Sistem kontan dan *taqsith*. Contoh : seorang penjual berkata : “Saya jual mobil ini seharga 100 juta secara kontan dan seharga 150 juta secara *taqsith*”.
 - b. Sistem *taqsith* pilihan dengan jangka waktu. Contoh : seorang penjual berkata : “Saya jual mobil ini secara *taqsith*, kalau satu tahun harganya 150 juta, kalau dua tahun harga 175 juta dan kalau tiga tahun harganya 200 juta”.
 - c. Sistem kontan dan *taqsith* dengan pilihan jangka waktu. Contoh : seorang penjual berkata : “Saya jual mobil ini 100 juta secara kontan dan kalau secara *taqsith* satu tahunnya seharga 150 juta, kalau dua tahun seharga 175 juta dan kalau tiga tahun seharga 200 juta”.

Tiga bentuk ini termasuk dalam kategori jual beli secara *taqsith* yang dibolehkan dalam *syari'at* Islam dan tentunya akad transaksi terhitung sah apabila terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli pada salah satu harga dan jangka waktu yang tertera dalam akad sebagaimana yang telah diterangkan. Pada contoh pertama misalnya harus ada kesepakatan apakah ia mengambil dengan harga kontan 100 juta atau mengambil secara *taqsith* 150 juta. Demikian pula pada

contoh kedua si pembeli harus memilih salah satu dari pilihan yang ada, apakah ia mengambil mobil itu secara *taqsith* selama satu tahun, dua tahun atau tiga tahun dengan ketentuan harganya masing-masing, dan demikian seterusnya.

5. Hukum dan etika jual beli secara *taqsith*

Tidak diragukan bahwa jual beli secara *taqsith* adalah *mustahab* (sunnah, dianjurkan) bila dilakukan dengan maksud memudahkan pembeli sesuai dengan apa yang mencocoki keadaannya. Rasulullah SAW bersabda:

فَتَضَى إِذَا سَمَحًا, شَتْرَى إِذَا سَمَحًا, بَاعَ ذَا سَمَحًا عَبْدًا اللَّهُ رَحِمَ

Artinya: “Allah merahmati seorang hamba yang samhan (pemurah hati, toleran) bila membeli, samhan bila menjual (dan) samhan bila memberi keputusan”. (HR. Al-Bukhari)⁴¹

Transaksi jual beli secara *taqsith* yang dibolehkan tentunya bukan pada barang *rabawy* yang memiliki ‘*illat* yang sama. Sebab sebagaimana telah dijelaskan dalam volume yang telah lalu bahwa dua barang *rabawy* yang sama dalam ‘*illatnya* namun berbeda jenisnya, maka dalam penukaran antara satu jenis dengan yang lainnya disyaratkan harus saling pegang dan pada saat itu juga (kontan). Maka tidak boleh misalnya mencicil emas dengan menggunakan mata uang, sebab keduanya adalah barang *rabawy* dan memiliki ‘*illat* yang sama yaitu *muthlaquts tsamaniyah* (mempunyai nilai tukar dalam transaksi jual beli) sehingga harus kontan tidak boleh secara *taqsith* atau berangsur.

⁴¹ Muhammad Fu’ad Bin Abdul Baqi, *Hadist Shahih Bukhari dan Muslim*, (Jakarta : Fathan Media, 2013), h. 150

Terlihat dalam praktek jual beli secara *taqsith* adanya persyaratan dari penjual agar hak kepemilikan diserahkan kepada pembeli saat penyerahan cicilan terakhir. Yaitu pembeli telah mengambil barangnya namun penulisan keterangan surat atau bukti kepemilikan bahwa barang itu adalah miliknya diserahkan saat pelunasan cicilan terakhir. Maksud persyaratan tersebut adalah agar pembeli komitmen dan serius dalam menyelesaikan tunggakannya dan bila pembeli bangkrut, barang tidak diikutkan dalam perhitungan barang yang bangkerut sehingga merugikan penjual. Persyaratan yang seperti ini dinilai mungkin untuk dibenarkan namun beliau sendiri tidak memastikan syahnya atau benarnya dan beliau khawatir hal tersebut masuk dalam kategori penjualan dengan dua syarat yang terlarang.

Adapun kalau hak kepemilikan sudah ditetapkan dan tertulis untuk pembeli maka tidak mengapa penjual menyimpannya sebagai jaminan agar pembeli tetap menyelesaikan tunggakannya. Demikian Fatwa Syaikh Syaikh ‘Abdulllah bin ‘Abdurrahman Jibrin dan keputusan Majelis Majma’ *Al-Fiqh Al-Islamy* dalam keputusan No. 51 (2/6) pada point keenam. Tidak diperbolehkan penjual menetapkan denda materi terhadap pembeli bila terjadi keterlambatan pembayaran setelah jatuh tempo, sama sekali tidak diperbolehkan walaupun penetapan denda terjadi sebelum akad transaksi karena hal tersebut tergolong riba jahiliyah.⁴²

⁴² Al-Zuhaily Wahbah, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, (Damaskus, 2005), h. 4.

Boleh hukumnya membeli barang secara *taqsith* walaupun ia mampu membayar secara kontan. Kendati demikian kalau seseorang mampu membayar kontan maka itu lebih baik dan lebih terpuji untuk dirinya. Tidak boleh seorang penjual memanfaatkan banyaknya kebutuhan manusia untuk meninggikan harga sehingga menjadi sangat mahal. Muslim yang paling baik adalah orang yang menerapkan hadits Rasulullah SAW.

إِنَّ خَيْرَ النَّاسِ أَحْسَنُهُمْ قَضَاءً

Artinya: “*Sesungguhnya sebaik-baik manusia adalah yang paling baiknya dalam menunaikan*”. (HR. Muslim dari Abu Rafi’ radhiyallahu ‘anhu dan Riwayat Al-Bukhary dan Muslim dari Abu Hurairah radhiyallahu ‘anhu)⁴³

6. Fatwa-fatwa

a. Fatwa lembaga dan ulama`

Dalam kitab [*Fatawa Lajnah Daimah Lil Buhuts Wal Ifta`* No: 9388, 13/132 disebutkan tentang jual beli *taqsith*: Jika barang dijual dengan harga lebih dari pada harga kontan tetapi harga tersebut dibatasi, maka tidak ada masalah. Entah dengan sekali tempo atau berkali-kali (*ditaqsith*) selama dengan jangka waktu yang ditentukan. Kemudian dalam Jual beli *taqsith* apabila pembeli terlambat membayarnya lalu harga bertambah, maka hal itu tidak diperbolehkan karena seperti riba di zaman jahiliyah. Dan Tidak boleh secara *syar'i* persyaratan harus menyerahkan (menarik kembali) barang dagangan dalam keadaan jatuh tempo (terlambat) atas pembayarannya.

⁴³ Muhammad Fu’ad Bin Abdul Baqi, *Hadist Shahih Bukhari dan Muslim, ...*, h. 286

b. Fatwa Syaikhul Islam Ibnu Taimiyyah

Ibnu Taimiyah pernah ditanya tentang seorang yang membeli seekor kuda dengan harga 180 dirham. Kemudian datanglah orang lain kepadanya ingin membeli kuda tersebut dengan 300 dirham dengan dicicil selama tiga bulan, apakah jual beli itu halal. Jika orang yang membeli kuda dengan harga 180 dirham itu bertujuan untuk memanfaatkan atau memperdagangkannya, maka tidak mengapa ia menjualnya kembali dengan *taqsith*, dengan catatan pihak penjual tidak boleh mengambil laba kecuali laba yang wajar, tidak boleh mengeruk keuntungan di atas kebutuhan orang lain yang mendesak. Jika Pembeli (pembeli kuda pertama) itu sangat membutuhkan uang, padahal sebelumnya ia biasa membeli sesuatu untuk kemudian dijual kembali secara kontan, maka menurut pendapat ulama yang paling kuat dalam hal semacam ini makruh hukumnya.

C. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam *Taqsith* Konsumtif

Perilaku adalah setiap cara reaksi atau respons manusia, makhluk hidup terhadap lingkungannya. Perilaku adalah aksi, reaksi, terhadap perangsangan dari lingkungan.⁴⁴ Perilaku manusia pada hakikatnya adalah suatu aktivitas dari pada manusia itu sendiri, perilaku juga adalah apa yang dikerjakan oleh organisme tersebut, baik dapat diamati secara langsung atau tidak langsung.

⁴⁴ Gunarsa, D Singgih, *Psikologi Praktis: Anak, Remaja Dan Keluarga*, (Jakarta : BPK Gunung Mulia, 2008) , h. 3

Hal ini berarti bahwa perilaku terjadi apabila ada sesuatu yang diperlukan untuk menimbulkan reaksi yakni yang disebut rangsangan, dengan demikian suatu rangsangan tertentu akan menghasilkan reaksi perilaku tertentu.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakaiseseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Menurut Sumartono yang dikutip oleh Suhendi, indikator perilaku konsumtif yaitu :⁴⁵

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah. Individu membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik. Konsumen sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus rapi dan menarik.
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu

⁴⁵ Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*,. (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1997), h. 26

berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.
5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status. Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.
6. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Konsumen juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.
7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda). Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelum ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya⁴⁶.

Selain itu faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif adalah :

1. Faktor budaya, budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat.
2. Faktor kelas sosial, kelas sosial adalah suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.
3. Faktor kelompok anutan, kelompok anutan didefinisikan sebagai kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. Pengaruh kelompok-kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merk yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok. Kelompok anutan ini terdiri dari keluarga, kelompok dan organisasi tertentu.
4. Faktor keluarga, keluarga merupakan suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam mengambil keputusan membeli.

⁴⁶ Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi)*, (Bandung : Alfabeta, 2002), h.119

5. Faktor pengalaman belajar, belajar dapat di defenisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya.
6. Faktor kepribadian, kepribadian merupakan suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan prilakunya. Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli.
7. Faktor sikap dan keyakinan, sikap adalah suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakanya cenderung kearah berbagai objek atau ide. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu juga sebaliknya.
8. Konsep diri, konsep diri didefenisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Gaya hidup, gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami prilaku konsumen, gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Gambaran Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga Perumahan Kemiling Permai di RT 12 dan 13. Data deskripsi yang menggambarkan keadaan atau kondisi informan merupakan tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Informan dalam penelitian ini memiliki deskripsi sebagai berikut :

1. Jumlah Informan

Adapun data mengenai jumlah penduduk informan penelitian di Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu di RT 12 dan RT 13 sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jumlah Informan

Informan	RT 12	RT13	Jumlah Informan
Ibu Rumah Tangga (IRT)	12	8	20

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016.⁴⁷

Berdasarkan keterangan tabel diatas dapat diketahui ibu rumah tangga perumahan kemiling permai yang memiliki kriteria sebanyak 20 informan.

⁴⁷ Data Sekunder, 2016. *Kumpulan Data Warga*, RT 12 dan 13 Perumahan Kemiling Permai

2. Umur Informan

Data mengenai umur responden disini, peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu < 20 tahun, 21-40 > 60 tahun. Adapun data mengenai umur ibu rumah tangga Perumahan Kemiling Permai yang diambil sebagai informan sebagai berikut :

Tabel 3.2
Umur Informan

Umur	Jumlah	Presentase (%)
< 20	-	-
21-40	13	70,0%
41-60	7	30,0%

Sumber: Data Sekunder diolah, 2016⁴⁸

Berdasarkan keterangan tabel di atas diketahui jika dilihat dari segi umur ibu Perumahan Kemiling Permai yang diambil sebagai informan. Ibu yang menjadi informan penelitian ini paling banyak berusia 21-40 sebanyak 13 orang atau 70,0% sedangkan informan yang berusia 41-60 tahun sebanyak 7 orang atau 30,0%.

B. Lokasi Penelitian

1. Geografis

Perumahan Kemiling Permai dikelola oleh PT. Ahsani Karya yang beralamat di Jl. Halmahera Kelurahan Surabaya Kecamatan Sungai Serut Kota Bengkulu dan berdiri sejak Juni tahun 1997. Jumlah rumah yang didirikan pada tahun 1997 tersebut adalah 600 perumahan subsidi dengan luas tanah 9 hektar, setelah itu di tambah lagi dengan di bangun seluas

⁴⁸ Data Sekunder diolah, 2016. *Kumpulan data warga* RT 12 dan 13 Perumahan Kemiling Permai

tanah 14 hektar dengan tipe rumah 36.⁴⁹. Adapun batas-batas lokasi dalam penelitian ini.

Sebelah Barat berbatasan dengan Air Sebakul

Sebelah Timur berbatasan dengan Betungan

Sebelah Selatan berbatasan dengan Bumi Ayu

Sebelah Utara berbatasan dengan Pagar Dewa

2. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk kelurahan Pekan Sabtu sampai dengan bulan Februari 2016 adalah sebanyak 6.520 jiwa atau 1.693 kepala keluarga. Adapun laporan berdasarkan tabel di atas yaitu : angka kelahiran laki-laki dan perempuan berjumlah 5 orang, angka kematian laki-laki dan perempuan berjumlah 3 orang, angka jumlah penduduk pendatang di Kelurahan Pekan Sabtu baik laki-laki maupun perempuan berjumlah 31 orang sedangkan yang keluar dari kelurahan Pekan Sabtu yaitu berjumlah 29 orang.⁵⁰

Tabel 3.3
Jumlah Penduduk Keseluruhan

No	Jumlah Penduduk Menurut Umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	0 – 4 tahun	381	379	760
2	5 – 9 tahun	234	238	472
3	10 – 14 tahun	235	238	473
4	15 – 19 tahun	300	283	583
5	20 – 24 tahun	284	237	521
6	25 – 29 tahun	233	194	427
7	30 – 34 tahun	198	197	395
8	35 – 39 tahun	203	206	409

⁴⁹Data Kelurahan Pekan Sabtu Kec. Selebar Kota Bengkulu

9	40 – 44 tahun	207	164	371
10	45 – 49 tahun	167	165	332
11	50 – 54 tahun	166	167	333
12	55 – 59 tahun	163	164	327
13	60 – 64 tahun	147	152	299
14	65 – 69 tahun	190	193	383
15	70 – 79 tahun	136	143	279

Sumber : *Data skunder diolah , 2016*⁵¹

Jadi untuk jumlah secara keseluruhan berdasarkan kelompok umur di atas adalah laki-laki berjumlah 3.244 jiwa sedangkan perempuan berjumlah 3.120 jiwa. Yang telah mempunyai KTP secara keseluruhan berjumlah 4.120 orang sedangkan yang wajib KTP berjumlah 4.610 jiwa.

3. Agama

Tabel 3.4
Penduduk Berdasarkan Agama dan Kepercayaan

Agama					Jumlah
Islam	Katholik	Protestan	Budha	Hindu	
6402	8	68	-	13	6524

Sumber : *Data skunder diolah, 2016*⁵²

Berdasarkan tabel di atas, penduduk di Kelurahan Pekan Sabtu berdasarkan agama dan kepercayaan di bagi atas : agama Islam berjumlah 6402 jiwa, Kristen Katholik berjumlah 8 jiwa, Kristen Protestan berjumlah 68 jiwa, agama Hindu berjumlah 13 jiwa sedangkan agama Budha tidak ada penganutnya. Jadi jumlah keseluruhan berdasarkan agama dan kepercayaan di atas yaitu 6.524 jiwa.

⁵¹Data Kelurahan Pekan Sabtu Kec. Selebar Kota Bengkulu

⁵²Data Kelurahan Pekan Sabtu Kec. Selebar Kota Bengkulu

4. Profesi Penduduk

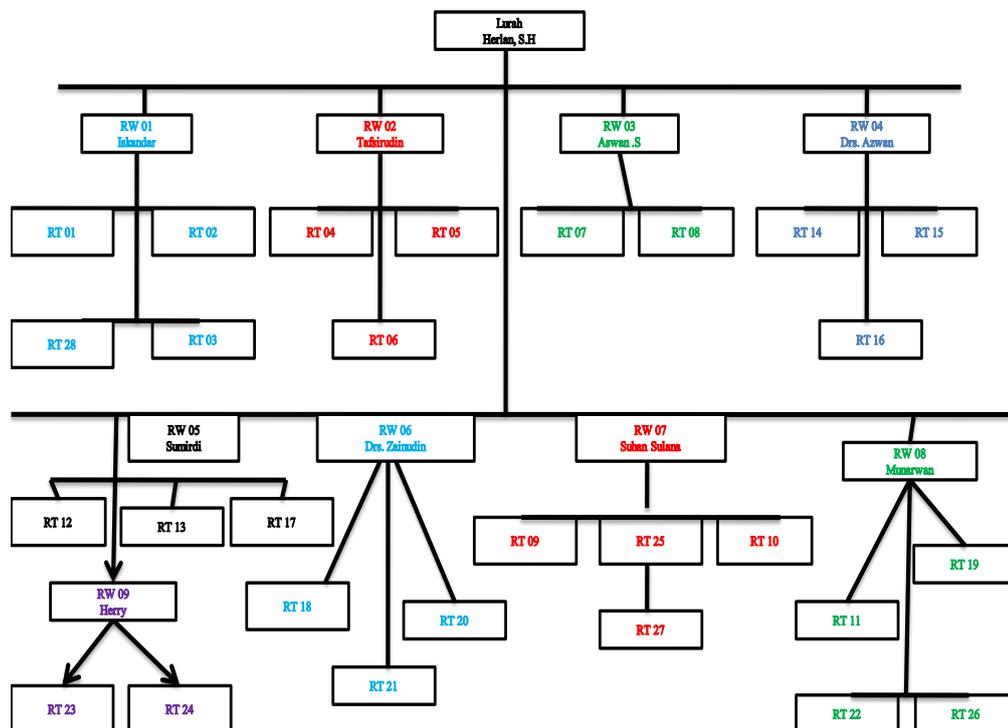
Tabel 3.5
Penduduk Berdasarkan Profesi

No	Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencarian	Laki-Laki	Perempuan
1	Petani	438	338
2	Peternak	94	102
3	Nelayan	37	-
4	PNS	687	692
5	TNI	35	1
6	POLRI	153	-
7	Dagang	225	247
8	Swasta	800	801
9	Dan Lain-lain	938	944
Jumlah		3407	3125

Sumber : Data skunder diolah, 2016⁵³

5. Struktur Organisasi

Gambar 3.1
Struktur RT/RW kel. Pekan Sabtu



Sumber : Data skunder diolah, 2016⁵⁴

1

⁵³ Data Kelurahan Pekan Sabtu Kec. Selebar Kota Bengkulu

⁵⁴ Data Kelurahan Pekan Sabtu Kec. Selebar Kota Bengkulu

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Dalam *Taqsih* Konsumtif

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Pada umumnya, masyarakat Perumahan Kemiling Permai terutama ibu merasakan kepuasan yang cukup tinggi terhadap perilaku *taqsith* konsumtif. Adapun barang *taqsith* yang sering diperjual belikan pada masyarakat Perumahan Kemiling Permai adalah perabotan dapur, kursi, barang elektronik, pakaian dan sebagainya. Alasan mereka mengapa menyukai barang *taqsith* sangat beragam, diantaranya kemasan barang yang menarik perhatian sehingga memiliki keinginan untuk membeli barang tersebut. Kemudian sistem pembayaran yang diterapkan penjual barang *taqsith* adalah bisa diangsur beberapa kali pembayaran. Ada juga yang beralasan bahwa harga menjadi pertimbangan, membeli suatu barang dapat pula dijadikan untuk menjaga penampilan dan gengsi. Kepuasan pelanggan tersebut, dapat dilihat berdasarkan pendapat beberapa informan dari hasil wawancara peneliti di bawah ini :

Informan bernama Sri Mulatsih menyatakan “saya sudah biasa membeli barang-barang *taqsith*, sudah kurang lebih 9 tahun semenjak menikah. Membeli barang-barang *taqsith* sangat membantu saya untuk memenuhi perabotan rumah tangga seperti alat-alat dapur, kursi dan sebagainya. Alasan saya membeli barang *taqsith* adalah selain pembayarannya

bisa dicicil, kualitas barang yang dijual pun lumayan bagus, walaupun tidak sebagus kualitas barang-barang yang dijual pada toko-toko besar. Di Perumahan Kemiling Permai ini, sudah banyak yang melakukan pembelian barang melalui jual beli *taqsith* terutama Ibu rumah tangga. Sepengetahuan saya mengenai *taqsith* konsumtif dalam pandangan Islam diperbolehkan. Asalkan tidak terlalu banyak mengambil keuntungan dalam memperjualbelikan barang-barang *taqsith* tersebut.”⁵⁵

Hasil wawancara bernama Endang Astuti berpendapat :

“saya sangat gemar mengtaqsith barang karena ada hadiahnya ketika barang yang saya *taqsith* sudah lunas, saya menjadi ketagihan melakukan *taqsith* tersebut karena iming-iming hadiahnya. Sejak tinggal di perumahan ini saya cenderung mengkredit barang dari pada membeli cas. Barang yang sering saya *taqsith* seperti TV dapat hadiah kipas angin, kompor gas dapat hadiah selang gas. Alasan saya melakukan *taqsith* karena lebih terjangkau membayarnya dan dapat hadiah.”⁵⁶

Sedangkan wawancara bersama Poppy Anggraini menyatakan :

“Saya sering tertipu dengan iming-iming hadiah yang ditawarkan, karena setelah lunas *taqsith* saya, saya tidak mendapatkan hadiahnya. Jadi saya kapok untuk membeli barang *taqsith* tersebut banyak teman-teman saya

⁵⁵ Sri Mulatsih, 27 April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu

⁵⁶ Endang Astuti, 25 April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

yang ikut tertipu juga. Tapi ada juga yang memang mendapat hadiahnya, jadi saran saya jangan mudah percaya sama penjual barang *taqsith* tersebut”⁵⁷

2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Konsumen tentu menginginkan barang yang dibelinya menarik, bagus dan harga terjangkau. Mereka cenderung membeli barang-barang yang kemasannya dalam keadaan rapi dan bersih. Barang yang terbungkus rapi dan bersih tentu memiliki kualitas yang lebih tinggi dan menarik minat konsumen untuk membelinya. Artinya, produk yang terjamin bersih dengan tampilan kemasan yang terbungkus rapi tentu menjadi motivasi konsumen untuk membelinya.

Adapun hasil dari wawancara informan lain yang bernama Eka menyatakan bahwa “Praktek jual beli barang *taqsith* pada Perumahan Kemiling Permai ini cukup banyak digemari oleh Ibu rumah tangga. Mulai dari perabotan dapur, pakaian hingga barang-barang elektronik. Saya suka membeli barang-barang *taqsith* berupa pakaian, hal ini sudah saya jalani selama kurang lebih 5 tahun. Saya suka membeli pakaian anak-anak saya melalui penjual baju *taqsith* keliling karena pembayarannya bisa dicicil beberapa kali sehingga saya tidak terlalu keberatan dalam mengangsurnya. Dilihat berdasarkan kualitas pakaian yang diperjualbelikan, sangat bagus dan harganya pun terjangkau. Jual beli secara *taqsith* dalam Islam sepengetahuan saya adalah diperbolehkan.”⁵⁸

⁵⁷ Poppy angraini, 28 April 2016, Penelitian hasil wawancara:Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁵⁸ Eka, 30 April 2016, Penelitian hasil wawancara:Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

Informan bernama Yulianti menyatakan ”saya melakukan *taqsith* sudah 7 tahun, alasan saya melakukan *taqsith* karena kemasannya menarik dan bagus, jadi saya tertarik untuk membeli barang tersebut untuk baju-baju anak-anak saya, terkadang saya *mengtaqsith* baju suami saya juga, kualitas juga sama yang ada di toko-toko, banyak ibu rumah tangga tempat saya yang *mengtaqsith* barang seperti pakaian, barang pecah belah dan lain-lain.”⁵⁹

Hasil wawancara bersama Tiara Dian Sari menyatakan:

“Saya sering membeli baju yang sering masuk ke Perumahan Kemiling Permai, dilihat dari luar tebungkus rapi dan bagus, jadi saya membelinya dengan *taqsith* semenjak lima tahun untuk memenehi kebutuhan, barang bagus dan sangatlah sama di pasar.”⁶⁰

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi

Konsumen mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya konsumen mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya dengan tujuan agar konsumen selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian yang lain. Konsumen membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

Informen bernama diana lestari menyatakan “saya sudah biasa membeli barang-barang *taqsith* , sudah kurang lebih 10 tahun semenjak jadi PNS. Saya sangat suka membeli barang *taqsith* tersebut, karena dapat menunjang penampilan diri saya dalam berpakaian depan orang lain untuk

⁵⁹ Yulianti, 27 April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶⁰ Tiara Dian Sari, 3 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

pergi kerja maupun lagi jalan-jalan sama keluarga. Saya biasa *mengtaqsith* barang lebih dari empat penjual *taqsith* yang masuk di perumahan Kemiling Permai. Barang yang saya *taqsith* berupa pakaian mewah dan tas tas mahal.⁶¹

Sedangkan Ratna Kuniawati berpendapat:

“Demi menjaga penampilan diri saya, saya membeli baju, kosmetik dan kebutuhan lain sejak 12 tahun terakhir, karena dapat membuat saya tampil menjadi cantik di depan tetangga dan teman-teman saya. Banyak sekali di perumahan kemiling yang menawarkan barang *taqsith* yang bagus-bagus, jadi saya sangat tertarik untuk membelinya.”⁶²

Hasil wawancara informan yang terakhir bernama Reni Agustini yaitu “Praktek jual beli barang *taqsith* di Perumahan Kemiling Permai ini saya lihat sangat digemari terutama kalangan ibu rumah tangga. Saya sendiri kurang menggemari praktek jual beli secara *taqsith* karena saya tidak mau pusing dengan cicilan yang harus dibayar beberapa kali. Saya lebih senang dengan pembelian kontan dan kualitas barang yang bagus. Praktek jual beli *taqsith* dalam pandangan Islam sejauh yang saya ketahui adalah diperbolehkan.”⁶³

4. Membeli produk atas pertimbangan harga

Menurut pendapat informan lainnya yang bernama Farida yaitu “Saya sering membeli barang-barang *taqsith* untuk memenuhi kebutuhan perabotan di rumah. Kebiasaan ini saya lakukan sejak saya sudah mempunyai satu anak,

⁶¹ Diana Lestari, 27 April 2016. Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶² Ratna Kurniawati, 7 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶³ Reni Agustini, 10 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

hal ini saya lakukan karena penghasilan suami saya sangat pas-pasan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga. Selain itu profesi saya sebagai pedagang warung di rumah juga tidak terlalu berpenghasilan besar, jadi untuk memenuhi kebutuhan rumah adalah dengan membeli barang-barang *taqsith*. Adapun manfaat yang dihasilkan dari membeli barang-barang *taqsith* yang saya lakukan adalah saya bisa mencicil pembayaran beberapa kali, selain itu kualitas barang yang saya beli juga tidak mengecewakan. Barang-barang yang sering diperjualbelikan di Perumahan Kemiling Permai ini pada umumnya peralatan rumah tangga seperti piring, gelas, tuper ware dan sebagainya.”⁶⁴

Pendapat informan lain yang bernama Evi Puspita adalah “Saya membeli barang-barang *taqsith* kurang lebih sudah tujuh tahunan selama saya menikah. Adapun barang-barang yang sering saya beli secara *taqsith* adalah pakaian terutama untuk anak-anak saya. Alasan saya sering membeli baju anak saya dengan penjual *taqsith* keliling adalah selain kualitasnya tergolong bagus, pembayarannya bisa dicicil beberapa kali. Barang-barang *taqsith* pada umumnya sangat digemari oleh ibu Perumahan Kemiling Permai ini. Hal ini dikarenakan manfaatnya yang cukup memuaskan para pembeli serta permintaan pembeli sesuai dengan yang diinginkan.”⁶⁵

Sedangkan informen bernama Asti Ningsi berpendapat bahwa :

“Pembayaran dengan secara mengangsur sangat membantu saya untuk memiliki barang yang saya inginkan, waktunya juga tidak lama dan

⁶⁴ Farida, 2 Mei 2016, Penelitian Hasil Wawancara : Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶⁵ Evi Puspita, 6 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

terjangkauan, karena penghasilan suami saya kecil, jadi dengan cara *taqsith* saya membeli barang tersebut,⁶⁶

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Konsumen mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut dan sebagainya. Sehingga hal tersebut dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren di mata orang lain.

Hasil wawancara bersama Novita Sari berpendapat “saya mengtaqsith barang yang mewah mewah seperti TV LED yang besar, motor dan perabotan rumah tangga lainnya. *Mengtaqsith* barang sudah sering saya lakukan untuk memenuhi kebutuhan dalam rumah sejak 10 thun yang lalu.⁶⁷

Sedangkan menurut pendapat Selvi Susanti :”membeli produk dengan taqsith sudah mulai saya lakukan semenjak saya kerja, agar kelihatan lebih keren di mata teman-teman saya, saya memenuhi produk-produk kecantikan yang mahal dngan cara taqsith karena lebih membantu dalam mengangsurnya”⁶⁸

6. Membeli produk karena unsur pengiklanan

Perilaku *taqsith* konsumtif yang biasa dilakukan oleh masyarakat Perumahan Kemiling Permai terjadi karena adanya dorongan iklan di TV,

⁶⁶ Asti Ningsi, 11 Mei April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶⁷ Novita Sari, 2 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁶⁸ Selvi Susanti, 5 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

spanduk dan majalah. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan pendapat informan di lapangan :

Berdasarkan hasil wawancara peneliti kepada beberapa informan di Kelurahan Kemiling Permai yaitu Ibu rumah tangga sebagai pelaku *taqsith* konsumtif adalah sebagai berikut :

Hasil wawancara yang lain juga diperoleh penulis dari salah satu informan yang bernama Neti Sutika yang menyatakan bahwa :

“ Saya membeli barang-barang *taqsith* karena melihat di iklan TV, spanduk tergantung kualiti. Bila barangnya bagus dan kualitas nya terjangkau di pasaran, saya pasti beli. Saya cenderung lebih memilih barang-barang yang di jual pada toko-toko atau grosiran yang ada di pasar, karena selain banyak pilihan, kualitas barang bagus-bagus dan harganya sangat terjangkau. Mengenai *taqsith* konsumtif dalam pandangan Islam, menurut saya diperbolehkan. Asalkan barang-barang yang diperjualbelikan bukan tipuan dan penjual tidak melipat gandakan keuntungan.”⁶⁹

Dari hasil dua informan di atas, sangat berbeda perbandingannya. Informan yang bernama Sri Mulatsih sudah sangat terbiasa dalam membeli barang-barang *taqsith* keliling karena adanya iming-iming hadiah jika membeli barang tersebut. Sedangkan informan Neti Sutika menggemari barang-barang *taqsith* yang diiklankan di TV, spanduk dan majalah. Dilihat berdasarkan ekonomi Islam, perilaku *taqsith* konsumtif kedua informan diatas masih tidak diperbolehkan karena adanya unsur riya.

⁶⁹Neti Sutika, 28 April 2016, Data Penelitian hasil wawancara:Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

Sedang wawancara bersama Erna Maladewi berpendapat bahwa:

“saya membeli produk yang ada di iklan TV, kemudian saya mencobanya dengan cara *taqsith*, kualitas barang juga tidak jauh beda yang ada ditoko-toko. Dengan *mengtaqsith* dapat membantu saya untuk memiliki barang tersebut karena suami saya bekerja sebagai buruh harian. Saya melakukan *taqsith* barang sudah lama semenjak saya menikah.”⁷⁰

7. Adanya penilaian membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Konsumen sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena harga jauh lebih mahal. Informan bernama Yosi Saputri menyatakan bahwa:

“Saya suka membeli barang yang harga nya mahal walaupun dngan cara *taqsith* akan membantu saya, suami saya sangat suka kalau membeli barang *taqsith* yang harganya mahal dan kualitasnya bagus dibandingkan harga murah cepat rusak. Barang yang sering saya taqsithkan sprinbad, kulkas, pakaian.”⁷¹

Sedangkan Bernama Wati Marlana berpendapat:

”Dalam membeli barang, saya lebih suka *mengtaqsith* barang yang penting-penting saja karena jauh lebih hemat walaupun mahal asalkan dilihat tetangga mampu membuat saya percayadiri. Saya sudah menjalani *taqsith*

⁷⁰ Erna maladewi, 8 mei 2016,Data Penelitian hasil wawancara:Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁷¹ Yosi Saputri, 29 April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

sejak anak saya masi kecil. Dari pada saya membeli barang cas, lebih balik saya mengtaqsith saja⁷²

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis tetapi merek yang berbeda

Adapun pendapat lain dari informan bernama Evi Winarno yaitu “ Saya tidak pernah membeli barang-barang taqsith. Hal tersebut dikarenakan pada umumnya kualitas barang yang dijual secara *taqsith* maupun di toko-toko pasaran hampir sama. Berhubung saya kurang menyukai yang namanya taqsith, jadi lebih baik saya membeli secara kontan di pasar. Karena ditinjau dari sisi harga, jelas *taqsith* lebih mahal. Jadi saya pasti selalu membeli di toko-toko dengan harga kontan.”⁷³

Dari hasil wawancara kedua informan di atas, dapat diketahui bahwa pelaku *taqsith* konsumtif di masyarakat pada umumnya adalah ibu rumah tangga. Ada banyak alasan yang menjadi faktor kenapa *taqsith* sangat digemari. Diantaranya harganya relatif terjangkau, kualitas barang hampir sama dengan yang dijual pada toko-toko besar dan yang paling umum adalah pembayarannya dapat diangsur beberapa kali.

Hasil wawancara dari informan yang bernama Susilawati adalah “Saya membeli barang-barang *taqsith* tidak terlalu sering. Bila ada barang yang menarik perhatian saya dan saya sangat menginginkan barang tersebut baru saya mau membelinya. Barang-barang yang sering diperjualbelikan di Perumahan Kemiling Permai ini adalah perabotan rumah dan baju-baju. Pada

⁷² Wati Marlana, 30 April 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

⁷³ Evi Winarno, 1 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

umumnya saya membeli barang *taqsith* berupa baju-baju yang kualitasnya lumayan bagus walaupun dengan cara *taqsith*. Alasan saya mau membeli barang *taqsith* adalah pembayarannya bisa dicicil. Penjualan barang *taqsith* konsumtif dalam Islam yang saya ketahui adalah diperbolehkan.”⁷⁴

Dari pendapat kedua informan di atas, barang-barang yang sering diperjual belikan di Perumahan Kemiling Permai pada umumnya adalah alat-alat rumah tangga dan pakaian. Selain itu manfaat yang dihasilkan dari membeli barang-barang *taqsith* tersebut adalah harganya yang terjangkau dan pembayarannya bisa dicicil beberapa kali.

Selain daripada faktor-faktor di atas, *taqsith* konsumtif juga memiliki resiko yaitu sangat berhubungan dengan kondisi keuangan. Sehingga apabila pelaku *taqsith* tertimpa suatu masalah misalnya kehilangan pekerjaan, kecelakaan atau musibah lainnya, maka akan mempengaruhi pembayaran *taqsith* mereka.

⁷⁴ Susilawati, 5 Mei 2016, Penelitian hasil wawancara: Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian, maka penulis menyimpulkan dalam penelitian ini dengan judul “Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen Muslim dalam *Taqsih* konsumtif (Studi : Pada Ibu Rumah Tangga Perumahan Kemiling Permai Kota Bengkulu)” yang mempengaruhi yaitu sebagai berikut :

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.
2. Membeli produk karena kemasannya menarik.
3. Membeli produk atas pertimbangan harga.

B. Saran

Setelah penulis melakukan penelitian di Perumahan Kemiling Permai Kelurahan Pekan Sabtu Kota Bengkulu, sekiranya penulis dapat menyampaikan saran-saran yang dapat bermanfaat dan berguna yaitu :

1. Untuk konsumen hendaklah benar-benar memperhatikan kualitas barang kredit yang diperjualbelikan sehingga tidak timbul rasa kecewa dalam membelinya.
2. Untuk penjual, produk yang dijual hendaknya berkualitas lebih bagus sehingga terjangkau dengan harga yang akan dipasarkan dan konsumen tidak merasa kecewa dengan barang yang diperjualbelikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz Muhammad Azzam, 2010. *Fiqh Muamalat Sistem Transaksi dalam Fiqh Islam*, Jakarta: Amzah
- Adiwarman A. Karim, 2015. *Ekonomi Mikro Islami*, Ed 5, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Al-Haritsi, Jaribah Bin Ahmad, 2006. *Al-Fiqh Al-Iqtishadi Li Amiril Mukminin Umar Ibn Al-Khaththab*, Terj, Asmuni Solihan Zamalchsyari: *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Kathab*, Jakarta: Khalifa
- Al-Zuhaily Wahbah, 2005. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Damaskus
- Burhan Bungin, 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada
- Cholid dan Abu, 2000. *Metodologi penelitian*, Jakarta : Bumi Aksara
- Endarmoko Eko, 2007. *Tesaurus Bahasa Indonesia*, Jakarta : PT. Garamedia Pus
- Joko, 2011. *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta : Rineka Cipta
- Departemen Agama RI, 2000. *Al-Quran Dan Terjemahan-Nya*. Bandung: Pustaka Agung Harapan
- Data Kelurahan Pekan Sabtu Kecamatan Selebar Selebar Kota Bengkulu tahun 2015-2016
- Data Sekunder, 2016. *Kumpulan Data Warga RT 12 dan 13 Perumahan Kemiling Permai*
- Ghufron Ihsan, 2008. *Fiqh Muamalat*, Jakarta : Prenada Media Grup
- Gunarsa, D Singgih, 2008. *Psikologi Praktis: Anak, Remaja Dan Keluarga*, Jakarta : BPK Gunung Mulia
- Husein Umar, 2000. *Studi Kelayak an Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Imadudin Yuliadi, 2006. *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, Jakarta : Rineka Cipta
- Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, 2014. *Prinsip Dasar Ek onomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada media Group
- M. Abdul Mannan, 2000. *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek Dasar-dasar*

Ekonomi Islam, Jakarta : Intermasa

M. Nur Rianto Al-Arif, 2011. *Dasar-Dasar Ek onomi Islam*, Solo: PT Era
Muhammad Muflih, 2006. *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ek onomi Islam*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Muhammad Fu'ad Bin Abdul Baqi, 2013. *Hadist Shahih Bukhari dan Muslim*, Jakarta : Fathan Media

Nasrun Haroen, 2007. *Fiqh Muamalah*, Jakarta : Gaya Media Pratama

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga

Sugiono, 2006. *Metode Kualitatif-kuantitatif R&D*, Bandung : Alfabate

Sholihin, Ahmad Ifham, 2000. *Buku Pintar Ekonomi Syariah*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Sumartono, 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Tele*

Wawan Djunaedi, 2008. *Fiqih*, Jakarta : PT. Listafariska Putra

RIWAYAT HIDUP PENULIS

Nama lengkap penulis, yaitu Adi Saputra lahir di Bengkulu. Pada tanggal 07 September 1994, merupakan anak ke-3 dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Adlim (Alm) dan Ibu Sumiati. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Kini penulis beralamat di Perum Kemiling Permai RT. 12 RW. 05 No. 355 Blok D9 Kelurahan Pekan Sabtu Kecamatan Selebar Kota Bengkulu.

Adapun riwayat pendidikan penulis, yaitu pada tahun 2006 lulus dari SDN 82 Hibrida X Kota Bengkulu. Kemudian melanjutkan di SMP Negeri 20 Kota Bengkulu dan Pada tahun 2009 lulus dari SMP Negeri 20 Kota Bengkulu dan melanjutkan ke MAN 2 Kota Bengkulu Jurusan IPA, lulus tahun 2012. Setelah itu kuliah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Prodi Ekonomi Syariah, Pada semester akhir tahun 2016 penulis menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Muslim Dalam *Taqsih* Konsumtif”**.

Demikianlah riwayat hidup penulis yang bisa disampaikan, sekian terima kasih.