

## PERILAKU KONSUMTIF IBU RUMAH TANGGA (PERSPEKTIF SYARI'AT ISLAM)

Hj. A. Sukmawati Assaad\*

**Abstract:** Indonesia's economic growth in the developed and developing carry capita income of Indonesia's population also increased, causing living standards increasingly prosperous population. It is affected by the person's shopping behavior patterns including housewives as a family financial management, in addition to the shopping places are comfortable and provide all the needs of consumers influence consumer behavior. In Islamic Sharia, one of the functions treasure as jewelry, treasure the jewelry world are only temporary and for that reason, as a Muslim should be able to utilize the property as well as possible to worship Allah Swt.

**Keywords:** Consumer Behaviour, Housewife, Islamic Sharia

### Pendahuluan

Ketika Adam as turun ke atas panggung dunia banyak dari segenap manusia telah disongsong oleh berbagai macam problema. Pemenuhan kebutuhan hidup dan pengenalan berbagai sarana serta tata cara pencapaiannya lantaran keadaan serba berkecukupan hanya ada di dalam surga. Allah berfirman dalam QS. Thaha (20); 117-119 :

فَقُلْنَا يَتَّادُمُ إِنَّ هَذَا عَدُوُّكَ وَلِزَوْجِكَ فَلَا  
يُخْرِجُنَا مِنَ الْجَنَّةِ فَتَشْقَى ﴿١١٧﴾ إِنَّ لَكَ أَلَّا  
تَجُوعَ فِيهَا وَلَا تَعْرَى ﴿١١٨﴾ وَأَنَّكَ لَا تَظْمَأُ فِيهَا  
وَلَا تَصْحَى ﴿١١٩﴾

Terjemahannya :

*Maka kami berkata "Hai Adam, sesungguhnya ini (Iblis) adalah musuh bagimu dan bagi istrimu, maka sekali-kali janganlah sampai ia mengeluarkan kamu berdua di surga, yang menyebabkan kamu menjadi celaka. Sesungguhnya kamu tidak akan kelaparan di dalamnya dan tidak akan telanjang. Dan sesungguhnya kamu tidak akan merasa dahaga dan tidak pula akan ditimpa terik matahari di dalamnya."<sup>1</sup>*

\* Dosen Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo

<sup>1</sup> Departemen Agama RI, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung, PT. Syamil Cipta Media, 2004), h. 320.

Ayat ini menjelaskan akan adanya suatu beban yang begitu berat yang harus di emban oleh manusia di dunia. Jika terusir dari surga, lantaran mereka harus dapat memenuhi berbagai kebutuhan hidupnya yang antara lain pangan, sandang dan papan sesuai dengan tuntutan situasi dan kondisi dunia tempat dimana manusia hidup dan berusaha.

Seiring kemajuan ekonomi yang pesat ditambah masuknya globalisasi industri barang-barang yang mewah dan yang bermerek seperti pakaian, sepatu, tas (fashion), makanan, kerajinan, minuman dan sebagainya. Kemajuan tersebut membuat berbagai perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat, kebiasaan, adat, tradisi, yang lama sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan. Hal tersebut diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif masyarakat bertambah. Daya beli tersebut menyebabkan pusat perbelanjaan bersaing menjual produknya untuk mendapatkan keuntungan. Berbagai cara dilakukan pusat perbelanjaan tersebut misalnya memberikan harga diskon pada produk atau item yang dijual. Hal ini semakin membuat masyarakat untuk terus berperilaku konsumtif dan memenuhi kepuasan pribadi. Perilaku konsumtif ini akan terus ada dan mengakar dalam gaya hidup, sedangkan gaya hidup sendiri harus ditunjang oleh financial yang memadai.

Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja berdampak pada ekonomi namun juga pada kehidupan sosial. Perilaku konsumtif ini hampir terjadi pada semua lapisan masyarakat. Tidak hanya pada orang dewasa (ibu rumah tangga, PNS, pengusaha, swasta) para remaja dan sebagainya.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia yang maju dan berkembang membawa pendapatan perkapita penduduk Indonesia ikut meningkat sehingga menyebabkan taraf hidup penduduknya semakin sejahtera. Hal ini terimbas kepada pola perilaku belanja seseorang, selain itu tempat-tempat belanja yang nyaman dan menyediakan segala kebutuhan konsumen.

Setiap individu serta rumah tangga memiliki kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari. Kebutuhan mereka akan berbeda-beda dengan individu dan rumah tangga lainnya. Kebutuhan tersebut berkaitan dengan konsumsi yang pastinya memiliki fungsi dan manfaat tersendiri. Ibu Rumah Tangga sebagai pengatur yang mengurus kebutuhan konsumsi tersebut mempunyai tugas yang tidak mudah, karena di dalam rumah tangga itu terdiri dari beberapa individu yang mempunyai kebutuhan sendiri-sendiri yang tidak terlepas dari konsumsi.

Konsumsi dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan baik itu berupa kebutuhan primer maupun sekunder. Oleh karena itu para ibu harus lebih bijak dalam memilih kebutuhan mana yang paling utama dari suatu barang serta yang mempunyai manfaat maupun kegunaan agar tidak terjadinya tindakan pemborosan. Pusat perbelanjaan seperti di Mall tidak jarang juga terdapat banyak barang-barang diskon, sehingga membuat para ibu sering menjadi kurang kontrol terhadap dirinya dan berbelanja secara berlebihan tanpa memikirkan kebutuhan maupun kegunaan dari barang-barang yang hendak dibelinya.

Ibu rumah tangga salah satu orang yang merupakan konsumen yang terbesar melakukan perilaku konsumtif, sebagai pengelola keuangan dalam rumah tangga dianggap sebagai sasaran pasar yang paling menguntungkan sehingga ibu-ibu rumah tangga yang ada di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil membeli. Selain juga

merupakan kebutuhan pokok juga membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti mengikuti mode, mencoba produk baru, tergiur dengan potongan-pontangan harga, hadiah dan ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Ibu rumah tangga yang berperilaku konsumtif rela mengeluarkan uangnya untuk menjaga gengsi pada kelompoknya yang telah melahirkan suatu kelompok sosial yang konsumtif. Ini merupakan ciri masyarakat modern. Agar tetap eksis dalam lingkungan pergaulannya.

Kota Palopo sebagai kota yang strategis untuk berkembangnya pusat-pusat perbelanjaan, mall-mall yang dapat memancing kaum konsumtif untuk datang berkunjung di tempat tersebut. Mall sebagai tempat sarana pemenuhan kebutuhan hidup yang serba ada yang didesain menarik, dicat mencolok dengan cahaya lampu yang gemerlap, bau harum yang khas, ditambah rasa sejuk dan nyaman sehingga setiap orang ingin selalu datang ke sana.

Ibu rumah tangga yang ada di Kota Palopo juga termasuk salah satu konsumen yang sering mengunjungi pusat-pusat perbelanjaan atau mall. Selain untuk berbelanja bulanan untuk memenuhi kebutuhan pokok juga dijadikan tempat refreshing sekedar untuk menghilangkan kepengetatan atau istilah sekarang datang ke Mall untuk mencuci mata. Sehingga ibu-ibu rumah tangga yang tadinya tidak berniat untuk membeli kebutuhan-kebutuhan diluar kebutuhan pokoknya akhirnya lahir sehingga butuh pemenuhan gaya hidup. Untuk memenuhi gaya hidup, seseorang atau ibu rumah tangga akan melahirkan perbuatan konsumtif meskipun bertolak belakang dengan realitas kebutuhan dan kemampuan keluarga yang dimilikinya. Realitas yang terjadi pada masyarakat kebiasaan belanja dengan perilaku konsumtif yang dilakukan masyarakat untuk menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti mode yang sedang beredar dan berkembang.<sup>2</sup> Begitupun dengan budaya konsumtif yang lahir dari akibat tingginya produksi, distribusi dan peredaran produk

---

<sup>2</sup> Anonim, <http://amin127.wordpress>, di akses pada tanggal 25 April 2015.

barang dan jasa beserta iklan-iklan produksi yang banyak mempengaruhi pola pikir masyarakat sehingga budaya konsumtif akhirnya lahir sebagai bentuk pemenuhan gaya hidup.<sup>3</sup>

### **Konsep Perilaku Konsumtif**

Sebagai makhluk sosial, seorang individu sejak lahir hingga sepanjang hayatnya senantiasa berhubungan dengan individu lainnya atau dengan kata lain melakukan relasi interpersonal. Dalam relasi interpersonal itu ditandai dengan berbagai aktivitas tertentu, baik aktivitas yang dihasilkan berdasarkan naluri semata atau justru melalui proses pembelajaran tertentu. Berbagai aktivitas individu dalam relasi interpersonal ini biasa disebut perilaku sosial.

Untuk memahami perilaku sosial individu, dapat dilihat dari kecenderungan-kecenderungan ciri-ciri respon interpersonalnya, yang terdiri dari: (1) Kecenderungan Peranan (*Role Disposition*); yaitu kecenderungan yang mengacu kepada tugas, kewajiban dan posisi yang dimiliki seorang individu, (2) Kecenderungan Sosiometrik (*Sociometric Disposition*); yaitu kecenderungan yang bertautan dengan kesukaan, kepercayaan terhadap individu lain, dan (3) Ekspresi (*Expression Disposition*), yaitu kecenderungan yang bertautan dengan ekspresi diri dengan menampilkan kebiasaan-kebiasaan khas (*particular fashion*).<sup>4</sup>

Menurut Kluytmans perilaku adalah merupakan perbuatan/tindakan dan perkataan seseorang yang sifatnya dapat diamati, digambarkan dan dicatat oleh orang lain ataupun orang yang melakukannya sedang sosial adalah keadaan dimana terdapat kehadiran orang lain. Perilaku sosial adalah perilaku yang terjadi dalam situasi sosial, yakni bagaimana orang berpikir, merasa dan bertindak karena kehadiran orang lain.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup>Evika Febriana Pratiwi, *Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Status Sosial Ekonomi Orangtua*, Skripsi UN Malang, 2012.

<sup>4</sup>Krech et. al. *Individual In Societ.* (Tokyo : McGraw-Hill Kogakasha: 1962), p. 172

<sup>5</sup> Kluytmans, Frits. *Perilaku Manusia* ( Bandung : Refika Aditam 2006), h. 84

Perilaku yang dilakukan oleh individu dapatlah dicermati oleh individu yang lain, begitu pula dalam berkonsumsi. Perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang atau jasa.<sup>6</sup>

Menurut Rosandi, perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai pada taraf yang sudah tidak rasional lagi.<sup>7</sup> Sabirin mendefinisikan perilaku konsumtif adalah sebagai suatu keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.<sup>8</sup> James F. Engel mendefinisikan perilaku konsumtif adalah sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan meentukan tindakan-tindakan tersebut.<sup>9</sup> Dari definisi dikemukakan oleh beberapa penulis di atas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku konsumen yang dilakukan seseorang yang bersifat boros dan berlebihan yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan dan tidak ada skala prioritas serta terencana.

---

<sup>6</sup> Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J, *Consumer Behavior: Concepts and Application*, (Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc: 1993), h.

<sup>7</sup> Andika Filona Rosandi, *Perbedaan Prilaku Konsumtif antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Unviersitas Katolik Atma Jaya (Jakarta, Skripsi, 2004)* h. 22

<sup>8</sup> Sabirin (dalam Meida Devi Wardhani), *Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Prilaku Konsumtif Pada Remaja Putri.* (Surakarta, Skripsi Universitas Sebelas Maret 2013) h.31

<sup>9</sup> James F. Engel, Roger D.B Lachwell, Paul W. Miniard, *Consumer Behavior (7th.ed)* Harcourt Brace College Publisher Orlando, 1995, h. 29. (Penerjemah Budiyanto) Jakarta : Binarupa Aksara.

### Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri. Gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan. Aspek-aspek yang berhubungan dengan perilaku konsumtif yaitu:

1. Aspek adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan
2. Pemborosan, perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokoknya. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.
3. Inefisiensi biaya, pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.
4. Pergerakan kebutuhan. Pengambilan keputusan memberi barang dengan mempertimbangkan banyak hal seperti faktor harga, faktor kualitas, faktor manfaat, faktor merk.
5. Emosional, motif pembelian barang berkaitan dengan emosi seseorang. Biasanya konsumen membeli barang hanya karena pertimbangan kesenangan indera atau bisa juga ikut-ikutan.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko, *Manajemen pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, (Liberty, Jogjakarta. 1997), h. 64

### Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu.

Menurut Swastha dan Handoko perilaku konsumen merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Ada dua elemen penting dari arti perilaku konsumen itu: 1) proses pengambilan keputusan, dan 2) kegiatan fisik, yang semua ini melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis.<sup>11</sup>

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Antara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah. Orang yang merasa lapar, tak perlu diberitahukan bahwa ia membutuhkan makanan. Secara naluriah ia akan mencari barang-barang yang dapat dimakan. Tetapi keinginan merupakan kebutuhan buatan, yakni kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga, tempat kerja, kelompok sosial, tetangga, dan sebagainya

Menurut Wagner<sup>12</sup> ada dua faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Faktor pertama adalah sikap orang lain, faktor ini dapat mengurangi alternatif yang disukai seseorang tetapi tergantung dari intensitas sikap negatif pihak

---

<sup>11</sup> Ibid

<sup>12</sup> Wagner, *Gaya Hidup "Shopping Mall"* sebagai bentuk perilaku konsumtif Pada remaja perkotaan. Skripsi

lain terhadap alternatif konsumen dan motivasi konsumen untuk tunduk pada keinginan orang lain. Faktor kedua ialah situasi yang tidak terduga seperti seseorang yang pernah dikecewakan sehubungan dengan produk yang dibelinya dalam keperluan lain yang harus didahului pemenuhannya. Sedangkan Menurut Mangkunegara<sup>13</sup> terdapat dua kekuatan yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu :

1. Kekuatan sosial budaya.

Budaya maksudnya mengacu pada nilai, gagasan, simbol-simbol lain yang bermakna dan akan membantu individu untuk berkomunikasi, melakukan penafsiran dan evaluasi sehingga anggota masyarakat. Kelas sosial artinya sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan seimbang dalam masyarakat. Ada tiga golongan kelas sosial :

- a. Golongan atas, yang termasuk pengusaha dan pejabat tinggi
- b. Golongan menengah, pegawai instansi pemerintah dan pengusaha menengah, pegawai instansi pemerintah dan pengusaha menengah
- c. Golongan bawah seperti buruh pabrik, pegawai rendah, tukang becak dan pedagang kecil

Makin ke atas status ekonomi seseorang, makin memungkinkan adanya peluang mengkonsumsi barang dan jasa secara lebih banyak, lebih lengkap, lebih mahal.<sup>14</sup> Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dalam pengambilan keputusan membeli.

2. Kekuatan Faktor Psikologis antara lain :

- a. Motivasi: merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu tersebut bertindak dan berbuat.
- b. Persepsi: seseorang termotivasi akan siap bereaksi, bagaimana orang telah

dimotivasi bertindak adalah dipengaruhi oleh persepsinya mengenai situasi

- c. Konsep diri adalah: Cara bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang dipikirkan
- d. Kepribadian: suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada individu yang sangat menentukan perilakunya. Perilaku konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dan faktor eksternal dan dirinya.

Adapun faktor penunjang terjadinya perilaku konsumtif menurut Zumrotin, perilaku konsumtif ditunjang beberapa faktor, antara lain :

a. Naiknya pendapatan.

Perkembangan bidang ekonomi membawa dampak pada masyarakat. Salah satunya adalah naiknya pendapat tidak hanya dalam mutu dan jumlah tetapi juga ragamnya. Misalnya masyarakat modern cenderung mengkonsumsi barang-barang yang bermerk.

b. Iklan.

Media massa berfungsi mengkonsumsi suatu produk kepada masyarakat dengan iklannya. Iklan merupakan alat produsen untuk mempromosikan produknya. Iklan yang gencar akan megakibatkan rasa ingin tahu pada masyarakat, rasa ingin tahu ini terobati manakala masyarakat tahu konsumen telah memahami atau memiliki produk tersebut.

c. Westernisasi.

Westernisasi adalah sebuah arus besar yang mempunyai jangkauan politik, sosial, budaya, dan teknologi. Arus ini bertujuan mewarnai kehidupan sehari-hari bangsa-bangsa dengan gaya Barat. Dengan banyak cara, westernisasi menggusur kepribadian suatu bangsa yang merdeka dan memiliki karakteristik yang unik. Kemudian bangsa tersebut dijadikan boneka yang meniru secara total peradaban Barat. Sehingga masyarakat menganggap apa saja yang berasal dari negeri barat adalah yang terbaik.<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Mangkunegara, A. Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, (PT Eresco: Bandung; 1998), h.

<sup>14</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan; Implementasi dan Pengendalian Penerjemah Wasanah J. Jakarta Erlangga, 1994* h. 51

---

<sup>15</sup> Zumrotin K. Susilo *Penyambung Lidah konsumen*. (Jakarta, YLKI dengan Puspa Swara : 1996), h.

### Dampak Perilaku Konsumtif

Setiap manusia selalu berusaha mendapatkan penghasilan sebanyak banyaknya dan berharap penghasilan tersebut dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Tujuan jangka pendek memenuhi segala macam kebutuhannya, sedangkan tujuan jangka panjang meningkatkan kesejahteraan atau paling tidak dapat hidup layak.

Dalam upaya mengejar kehidupan yang layak, perilaku konsumtif setiap manusia berbeda beda. Ada yang suka membelanjakan seluruh penghasilannya untuk konsumsi, ada pula yang menyisihkan sebagian uangnya untuk ditabung. Suatu keadaan atau kecenderungan untuk membelanjakan seluruh pendapatan pada barang barang konsumsi disebut perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek positif dan aspek negatif.

1. Dampak positif perilaku konsumtif pada beberapa sisi memberikan dampak positif antara lain :
  - a. Membuka dan menambah lapangan pekerjaan, karena akan membutuhkan tenaga kerja lebih banyak untuk memproduksi barang dalam jumlah besar.
  - b. Meningkatkan motivasi konsumen untuk menambah jumlah penghasilan, karena konsumen akan berusaha menambah penghasilan untuk dapat membeli barang-barang yang diinginkan dalam jumlah dan jenis barang yang beraneka ragam.
2. Dampak negatifnya, antara lain :
  - a. Perilaku hidup yang boros dan akan menimbulkan kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal. Barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola hidup seperti itu
  - b. Mengurangi kesepakatan untuk menabung
  - c. Cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang

### Harta dalam Islam

Secara umum, tugas kekhalifahan manusia adalah tugas mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan dalam hidup dan kehidupan (Al-An'aam: 165) serta tugas pengabdian atau ibadah dalam arti luas (adz-Dzaariyaat : 56). Untuk menunaikan tugas tersebut, Allah Swt memberi manusia dua anugerah nikmat utama, yaitu *manhaj al-hayat* " sistem kehidupan " dan *wasilah al-hayat* " sarana kehidupan .

*Manhaj al-hayat* adalah seluruh aturan kehidupan manusia yang bersumber kepada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Aturan tersebut berbentuk keharusan melakukan atau sebaiknya melakukan sesuatu, juga dalam bentuk larangan melakukan atau sebaliknya meninggalkan sesuatu. Aturan tersebut dikenal sebagai hukum lima, yakni wajib, sunnah, mubah, makruh, atau haram.

Aturan-aturan tersebut dimaksudkan untuk menjamin keselamatan manusia sepanjang hidupnya, baik yang menyangkut keselamatan agama, keselamatan diri (jiwa dan raga), keselamatan akal, keselamatan harta benda, maupun keselamatan nasab keturunan. Hal-hal tersebut merupakan kebutuhan pokok atau primer. Pelaksanaan Islam sebagai *way of life* secara konsisten dalam semua kegiatan kehidupan, akan melahirkan sebuah tatanan kehidupan yang baik, sebuah tatanan yang disebut sebagai *hayatan thayyibah* (An-Nahl : 97).

Sebaliknya, menolak aturan itu atau sama sekali tidak memiliki keinginan mengaplikasikannya dalam kehidupan, akan melahirkan kekacauan dalam kehidupan sekarang, *ma'isyatan dhanka* atau kehidupan yang sempit, serta kecelakaan diakhirat nanti (Thaahaa : 124 – 126). Aturan-aturan itu juga diperlukan untuk mengelola *wasilah al-hayah* atau segala sarana dan prasarana kehidupan yang diciptakan Allah SWT untuk kepentingan hidup manusia secara keseluruhan. *Wasilah al-hayah* ini dalam bentuk udara, air, tumbuh-tumbuhan, hewan ternak, dan harta benda lainnya yang berguna dalam kehidupan.

## Fungsi dan Kedudukan Harta dalam Islam

### 1. Fungsi Harta dalam Islam

Fungsi harta bagi manusia sangat banyak. Harta dapat menunjang kegiatan manusia. Selain harta juga salah satu keperluan pokok manusia dalam menjalani kehidupan di dunia. Oleh karena itu manusia selalu berusaha untuk memilikinya dan menguasainya dengan berbagai macam cara, baik yang dilarang oleh syara' (hukum islam), hukum negara, atau ketetapan yang disepakati oleh manusia itu sendiri.

Orang yang memperoleh harta dengan cara yang halal dan baik biasanya memfungsikan harta dengan hal-hal yang bermanfaat. Sebaliknya orang yang memperoleh harta dengan cara yang kurang baik atau tidak halal biasanya memfungsikan harta dengan hal-hal yang kurang bermanfaat hanya untuk kesenangan dunia saja.

Adapun fungsi harta sesuai ketentuan syara'<sup>16</sup> adalah :

- a. Sebagai kesempurnaan ibadah seperti shalat memerlukan kain untuk menutup aurat
- b. Memelihara dan meningkatkan keimanan dan ketaqwaan kepada Allah swt sebagaimana kefakiran mendekatkan kepada kekufuran (kafir)
- c. Meneruskan estafet kehidupan, agar tidak meninggalkan generasi yang lemah
- d. Menyeimbangkan antara kehidupan dunia dan akhirat
- e. Bakal mencari dan mengembangkan ilmu
- f. Keharmonisan hidup bernegara dan bermasyarakat misalnya orang kaya memberikan pekerjaan kepada orang miskin.

### 2. Kedudukan harta antara lain :

Harta merupakan kebutuhan inti dalam kehidupan dimana manusia tidak akan bisa terpisah darinya. Secara umum, harta merupakan sesuatu yang disukai manusia, seperti hasil pertanian, perak dan emas, ternak atau barang-barang lain yang termasuk perhiasan dunia. Manusia termotivasi

untuk mencari harta demi menjaga eksistensinya dan demi menambah kenikmatan materi dan religi, dia tidak boleh berdiri sebagai penghalang antara dirinya dengan harta. Namun, semua motivasi ini dibatasi dengan tiga syarat, yaitu harta dikumpulkannya dengan cara yang halal, dipergunakan untuk hal-hal yang halal, dan dari harta ini harus dikeluarkan hak Allah dan masyarakat tempat dia hidup.

Harta yang dimiliki setiap individu selain didapatkan dan digunakan juga harus dijaga. Menjaga harta berhubungan dengan menjaga jiwa, karena harta akan menjaga jiwa agar jauh dari bencana dan mengupayakan kesempurnaan kehormatan jiwa tersebut. Menjaga jiwa menuntut adanya perlindungan dari segala bentuk penganiayaan, baik pembunuhan, pemotongan anggota badan atau tindak melukai fisik.

Harta dalam pandangan Islam pada hakikatnya adalah milik Allah SWT. kemudian Allah telah menyerahkannya kepada manusia untuk menguasai harta tersebut melalui izin-Nya sehingga orang tersebut sah memiliki harta tersebut. Adanya pemilikan seseorang atas harta kepemilikan individu tertentu mencakup juga kegiatan memanfaatkan dan mengembangkan kepemilikan harta yang telah dimilikinya tersebut. Setiap muslim yang telah secara sah memiliki harta tertentu maka ia berhak memanfaatkan dan mengembangkan hartanya. Hanya saja dalam memanfaatkan dan mengembangkan harta yang telah dimilikinya tersebut ia tetap wajib terikat dengan ketentuan-ketentuan hukum Islam yang berkaitan dengan pemanfaatan dan pengembangan harta. Sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah/2 : 29:

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا  
ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَاوَاتٍ  
وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

“Dialah Allah yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan Dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan, dia Maha Mengetahui segala sesuatu “

<sup>16</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Bandung, Gunung Djati Press, 1997) h. 28-30

Dari keterangan di atas, Islam mempunyai pandangan yang jelas mengenai harta dan kegiatan ekonomi. Pandangan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

- a. Harta adalah milik Allah, manusia bukanlah pemilik mutlak, tetapi dibatasi oleh hak-hak Allah sehingga wajib dikeluarkan zakatnya dan peruntukan ibadah. Allah berfirman QS. Al-Hadid / 57 : 7

ءَامِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفِقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَخْلِفِينَ فِيهِ فَالَّذِينَ ءَامَنُوا مِنْكُمْ وَأَنْفَقُوا هُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ ﴿٧﴾

Terjemahnya:

*Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasulnya dan infakkanlah sebagian dari hartamu yang telah Allah pinjam-kan kepada-Mu.<sup>17</sup>*

- b. Harta sebagai sarana untuk memperoleh bekal menuju kehidupan akhirat. Allah berfirman dalam Al-Quran 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 ﴿٢٦٢﴾

Terjemahnya :

*Orang-orang yang menafkahkan harta-nya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkah-kannya itu dengan menyebut-menyebut pemberiannya dengan tidak menyakiti (perasaan sang penerima) mereka memperoleh pahala di sisi Tuhan mereka. Tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan tidak pula mereka bersedih hati.<sup>18</sup>*

- c. Harta sebagai sarana untuk memenuhi kesenangan sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an QS. Ali Imran 3 : 14

زُيِّنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَالْبَنِينَ وَالْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَالْفِضَّةِ وَالْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَالْأَنْعَامِ وَالْحَرْثِ ذَلِكَ مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَاللَّهُ عِنْدَهُ حَسْبُ الْمَغَابِ ﴿١٤﴾

Terjemahnya :

*Dijadikan indah pada (pandangan) manusia kecintaan kepada apa-apa yang diingini, yaitu : wanita, anak-anak, harta yang banyak dari jenis emas, perak, kuda pilihan, binatang-binatang ternak dan sawah ladang. Itulah kesenangan hidup di dunia dan di sisi Allah-lah terdapat kembali yang baik (surga).<sup>19</sup>*

- d. Harta sebagai ujian, sebagaimana pada QS. Ath-Taghabun/64:15

إِنَّمَا أَمْوَالُكُمْ وَأَوْلَادُكُمْ فِتْنَةٌ وَاللَّهُ عِنْدَهُ أَجْرٌ عَظِيمٌ ﴿١٥﴾

Terjemahnya:

*Sesungguhnya harta dan anak-anak kalian hanyalah cobaan (bagi kalian) di sisi Allah-lah pahala yang besar.<sup>20</sup>*

- e. Harta sebagai perhiasan, harta merupakan perhiasan dunia yang hanya bersifat sementara dan untuk itulah maka sebagai seorang muslim hendaknya dapat memanfaatkan harta dengan sebaik-baiknya untuk beribadah kepada Allah swt . QS. Al-Kahfi 18:46

الْمَالُ وَالْبَنُونَ زِينَةُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا ....

Terjemahnya :

*Harta dan anak-anak adalah perhiasan kehidupan di dunia.<sup>21</sup>*

- f. Harta sebuah nikmat ketika dimanfaatkan oleh orang-orang yang shalih

<sup>19</sup> Ibid, h. 51

<sup>20</sup> Ibid, h.557

<sup>21</sup> Ibid, h.299.

<sup>17</sup>Ibid, h.538

<sup>18</sup> Ibid, h.44

sebagaimana dalam hadis: *Sebaik-baiknya harta adalah yang ada pada serang yang shaleh (HR. Ahmad).*

Harta merupakan suatu kebutuhan pokok manusia dalam menjalani kehidupan di dunia. Oleh karena itu, Allah swt memerintahkan manusia untuk berusaha mencari harta dan memilikinya dengan cara yang halal dan tidak melanggar norma-norma agama. Di samping itu harta bukanlah sebagai tujuan tetapi merupakan alat untuk menyempurnakan kehidupan dan untuk mencapai keridhaan Allah swt.

### Reference

- Andika Filona Rosandi, *Perbedaan Prilaku Konsumtif antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Unviersitas Katolik Atma Jaya* Jakarta, Skripsi, 2004.
- Basu Swastha DH dan T. Hani Handoko, *Manajemen pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*, Liberty, Jogjakarta. 1997.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Semarang, Toha Putra, 1989.
- Evika Febriana Pratiwi, *Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Perspektif Status Sosial Ekonomi Orangtua*, Skripsi UN Malang, 2012.
- Hendi Suhendi, *Fiqih Muamalah*, Bandung, Gunung Djati Press, 1997.
- James F. Engel, Roger D.B Lachwell, Paul W. Miniard, *Consumer Behavior* (7<sup>th</sup>.ed) Harcourt Brace College Publisher Orlando, 1995, Penerjemah Budiyanto, Jakarta : Binarupa Aksara.
- Kluytmans, Frits. *Perilaku Manusia*, Bandung : Refika Aditam 2006
- Krech et. al. *Individual In Societ*. Tokyo : McGraw-Hill Kogakasha: 1962.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J, *Consumer Behavior: Concepts and Application*, Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc: 1993.
- Mangkunegara, A. Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, PT Eresco: Bandung;1998.
- P.Kottler, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan; Implementasi dan Pengendalian* Penerjemah Wasanah J. Jakarta Erlangga, 1994.
- Sabirin (dalam Meida Devi Wardhani), *Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Prilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. Surakarta, Skripsi Universitas Sebelas Maret 2013.
- Wagner, Gaya Hidup "Shopping Mall" sebagai bentuk prilaku konsumtif pada remaja perkotaan. Skripsi
- Zumrotin K. Susilo. *Penyambung Lidah konsumen*. Jakarta, YLKI dengan Puspa Swara : 1996