

EPISTEMOLOGI KONSUMSI HALAL DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Mufti Fahrizal Harahap

Muftifahrizalhrp@stain-madina.ac.id

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Abstrak

Aktivitas ekonomi yang paling utama adalah konsumsi. Setelah adanya konsumsi dan konsumen baru ada kegiatan lainnya seperti produksi/produsen, distribusi/ditributor dan lain-lain. Konsumsi dalam Islam adalah upaya memenuhi kebutuhan baik jasmani maupun rohani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba Allah untuk mendapatkan kesejahteraan atau kebahagiaan di dunia dan akhirat (falah). Tulisan ini merupakan jenis karya tulis deskriptif (descriptive research) dengan Pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati, didukung dengan studi literatur atau studi kepustakaan berdasarkan pendalaman kajian pustaka, sehingga realitas dapat dipahami dengan baik. Dalam melakukan konsumsi maka perilaku konsumen terutama Muslim selalu dan harus didasarkan pada Syariah Islam. Pengaruh makanan terhadap kehidupan manusia sangat besar dan juga berpengaruh terhadap jiwa seseorang, di antaranya akan makbul doa, membuat jiwa jadi tenang, satu suapan yang haram masuk ke dalam perutnya, maka tidaklah akan diterima amalnya selama empat puluh hari, makanan yang tidak baik akan merusak kesehatan dan merusak akal budi.

Kata Kunci: Konsumsi Halal; Perspektif Islam

Abstract

The main economic activity is consumption. After consumption and new consumers there are other activities such as production/producer, distribution/distributor and others. Consumption in Islam is an effort to meet both physical and spiritual needs so that they are able to maximize their human function as a servant of Allah to obtain prosperity or happiness in the world and the hereafter (falah). This research is a type of descriptive paper (descriptive research) with qualitative research, namely research procedures that produce descriptive data in the form of written words from people and observed behavior, supported by literature studies or literature studies based on an in-depth literature review, so that reality well understood. In doing consumption, consumer behavior, especially Muslims, is always and must be based on Islamic Sharia. The influence of food on human life is very large and it also affects one's soul, including prayer, making the soul calm, then a bribe that is forbidden into the stomach, it will not be accepted by its deeds for forty days, bad food will damage health and destructive also to the mind.

Keywords: Halal Consumption; Islamic Perspective

A. PENDAHULUAN

Diantara cara makhluk hidup mempertahankan hidupnya adalah dengan makan, demikian juga manusia. Makanan sangat berpengaruh terhadap kesehatan jasmani dan karakter manusia. Makanan atau *tha'am* dalam bahasa Al-Qur'an adalah segala sesuatu yang dimakan atau dicicipi. Karena itu "minuman" pun termasuk dalam pengertian *tha'am*. Al-Qur'an surat Al-Baqarah 249 menggunakan kata *syariba* (minum) dan *yath'am* (makan) untuk objek yang berkaitan dengan air minum.

Menurut M. Quraih Shihab, kata *tha'am* dalam berbagai bentuknya terulang dalam Al-Qur'an sebanyak 48 kali yang antara lain berbicara tentang berbagai aspek berkaitan dengan makanan. Ini menunjukkan perhatian Al-Qur'an begitu besar, sampai-sampai pakar tafsir Ibrahim bin Umar Al-Biq'a'i menyatakan, "telah menjadi kebiasaan Allah SWT dalam Al-Qur'an bahwa Dia menyebut diri-Nya sebagai Tuhan Yang Maha Esa, serta membuktikan hal tersebut melalui uraian tentang ciptaan-Nya, kemudian memerintahkan untuk makan (atau menyebut makanan).

Banyak di antara kita yang ketika membeli sebuah produk hanya melihat masa kedaluarsanya saja dan hanya sebagian kecil yang memperhatikan labelisasi halal yang menjamin bahwa produk makanan atau minuman yang kita beli halal untuk dikonsumsi, Padahal seperti juga batas kedaluarsa, kehalalan makanan menjadi salah satu faktor yang sangat penting bagi umat Islam.

Labelisasi halal dalam makanan dan minuman adalah hasil produk hukum yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia atau MUI sebagai upaya perlindungan konsumen terhadap makanan minuman yang dikonsumsi agar terhindar dari bahan atau zat yang mengandung unsur keharaman, yang hal tersebut menjadi ranahnya LP POM MUI dan BP POM Dinas Kesehatan. Regulasi tentang jaminan produk halal menjadi sangat penting sebagai jaminan ketentraman umat islam di Indonesia. Dan apabila terjadi pelanggaran atas hukum positif pemerintah tentang makanan halal, maka hal tersebut akan menjadi ranah hukum sebagaimana pelanggaran atas Undang-undang No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

Setidaknya ada beberapa unsur yang harus diperhatikan ketika kita memilih atau meneliti kehalalan sebuah produk yang akan kita konsumsi. *Pertama*, adalah kehalalan suatu makanan, sebagaimana yang telah dinaskan dalam Al-Quran. Surat Al-Maidaah Ayat 3, Yaitu:

لَنْطِيحَهُ وَالْمُتْرَدِيَةَ وَالْمَوْقُودَةَ وَالْمُنْخَنِقَةَ بِهِ ۗ اللَّهُ لِعَيْرِ أَهْلِ وَمَا الْخَنِزِيرِ وَلَحْمِ وَالِدَمِ الْمَيْتَةِ عَلَيْكُمْ حُرْمَتٌ
الَّذِينَ يَيْسَ الْيَوْمَ فَسَقُذًا لَكُمْ بِالْأَزْلَمِ تَسْتَقْسِمُوا وَأَنَّ النُّصَبَ عَلَى ذُبْحٍ وَمَا ذَكَّيْتُمْ مَا إِلَّا السَّبْعُ أَكَلُوا وَمَا
نَمَّ لَكُمْ وَرَضِيَتْ نِعْمَتِي عَلَيْكُمْ وَأَتَمَّمْتُ دِينَكُمْ لَكُمْ أَكَمَلْتُ الْيَوْمَ وَأَحْشَوْنِ خَشَوْهُمْ فَلَا دِينَكُمْ مِنْ كَفَرُوا
﴿رَحِيمٌ غَفُورٌ اللَّهُ فَإِنَّ لِإِثْمِ مُتَجَانِفٍ غَيْرِ مُحْتَصَةِ فِي أَضْطَرَفَمَنْ دِينًا إِلَّا سَلَا

Artinya: “diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Ku-cukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu Jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.(Q.S. Al-Maidah: 3).¹

Kedua, adalah bersih dan bebasnya suatu produk makanan dan minuman dari bahan yang mengandung zat yang membahayakan tubuh, karena Makanan *Toyyib* dapat diartikan sebagai makanan yang mengandung zat yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak mengandung zat yang membahayakan tubuh dan pikiran. Dalam bahasa sederhana adalah makanan yang bergizi, higienis, dan tidak beracun. Karena definisi ini disederhanakan, boleh jadi artinya masih terlalu dangkal, tidak mencakup semua aspek seperti yang dimaksud oleh Al-Qur'an.

Keberadaan makanan dalam al-Quran sangat jelas adanya, karenanya perlu juga diketahui macam-macam makanan. Jika dikatakan ada makanan yang halal

¹Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquraan dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Darus Sunnah), hal. 140.

dan haram merupakan perbuatan baik dan salah, lalu seperti apa pengaruhnya dalam kehidupan manusia. Apalagi makanan merupakan salah satu kebutuhan primer dalam kehidupan makhluk hidup, khususnya manusia. Seluruh uraian di atas menjadi latar belakang masalah dalam pengkajian ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis karya tulis deskriptif (descriptive research) dengan Pendekatan kualitatif, yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang dan perilaku yang diamati, didukung dengan studi literatur atau studi kepustakaan berdasarkan pendalaman kajian pustaka, sehingga realitas dapat dipahami dengan baik.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Konsumsi Islami

Istilah perilaku konsumen secara umum digambarkan sebagai suatu proses dari pencarian, pemilihan, sampai pada keputusan membeli sesuatu barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan fisik maupun psikis. Dalam studi perilaku konsumen, hal ini mencakup beberapa hal seperti apa yang dibeli konsumen, mengapa konsumen membelinya? Kapan mereka membelinya? Dimana mereka membelinya? Berapa sering mereka membelinya? Dan berapa sering mereka menggunakannya?²

Perilaku konsumen seperti perilaku pada umumnya dipengaruhi oleh aspek kultural, sosial, personal, dan karakteristik psikologis. Faktor kultural dianggap yang paling besar pengaruhnya terhadap keinginan dan perilaku seseorang. Agama merupakan elemen kunci dalam kultur kehidupan yang mempengaruhi perilaku dan keputusan membeli.³ Religion is a system of beliefs and practices by which group of people interprets and responds to what they feel is supernatural and sacred. Pada umumnya agama mengatur tentang apa-apa yang diperbolehkan dan apa yang dilarang untuk dilakukan, termasuk perilaku

²Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghallia Indonesia, 2002), hal. 24.

³Babakus, Emin, Bettina Cornwell, Vince Mitchell, Bodo Schlegelmilch, *Reactions to unethical consumer behavior across six countries*, (Journal of Consumer Marketing Volume: 2, 2004), hal. 254.

konsumsi (Shafie & Othman, 2008). Dengan mengutip Cloud (2000), Fam et al (2004) dan juga Wirthington (1988) menyatakan bahwa agama merupakan keyakinan dan nilai-nilai dalam menginterpretasi kehidupan yang diekspresikan menjadi suatu kebiasaan.

Lembaga agama memformalkan sistem tersebut secara terus menerus dan diajarkan pada setiap generasi. Agama dapat mempengaruhi perilaku konsumen dan perilaku pada umumnya, khususnya pada keputusan membeli bahan makanan dan kebiasaan makan. Keputusan untuk membeli dipengaruhi oleh identitas agama mereka. Oleh karena itu, sebagai penganut agama Islam, maka keputusan untuk memilih dan membeli barang akan tidak hanya memperhatikan dari segi kebutuhan dan biaya yang harus dikeluarkan tetapi yang paling penting adalah sejauh manabarang yang dikonsumsi akan memberikan masalah (manfaat dan berkah) secara maksimum.⁴

Dengan fokus kajian tentang perilaku konsumen Muslim dalam konsumsi makanan halal, landasan konseptual yang dipakai untuk menjelaskan alur pikir pemahaman penelitian adalah pendekatan teori perilaku yang biasa digunakan untuk menjelaskan perilaku konsumen. Penelitian yang dilakukan mengadaptasi kerangka konsep teori Planned Behaviour bahwa ada tiga aspek yang sangat menentukan perilaku seseorang yaitu sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Sikap yang dimaksudkan di sini adalah merupakan tendensi psikologis yang ditunjukkan dengan mengevaluasi suatu hal yang disukai atau tidak disukai. Norma subyektif merupakan tekanan sosial terhadap seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perbuatan (perilaku).⁵

Di sinilah peranan masyarakat di mana seseorang tinggal (berdomisili) akan memberikan pengaruh terhadap perilaku seseorang. Sementara itu, kontrol perilaku merupakan suatu persepsi terhadap sejauhmana perilaku tertentu dapat dikontrol. Bagaimana seseorang memahami dan mengikuti aturan agamanya merupakan persepsi yang akan mengontrol perilakunya. Ketiga aspek (sikap, norma subyektif, kontrol perilaku) tersebut akan menentukan niat seseorang

⁴Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hal. 65.

⁵Ajzen, *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 179-211.

untuk mengkonsumsi makanan halal, dan ditunjukkan dalam perilaku konsumsi makanan halal tersebut. Niat (intention) merupakan faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku. Niat merupakan indikasi seberapa keras seseorang berusaha atau seberapa banyak usaha yang dilakukan untuk menampilkan suatu perilaku konsumsi makanan halal.⁶

Walaupun agama memberikan hukum yang sangat ketat dalam makanan, namun sejauhmana orang akan mengikuti hukum tersebut tentu saja akan sangat bervariasi dan ditentukan oleh ketiga aspek perilaku tersebut di atas. Kadar keIslaman seseorang akan mencerminkan identitas dirinya sebagai seorang Muslim. Oleh karena itu, sebagai seorang Muslim akan mempunyai sikap, norma subyektif, dan persepsi kontrol perilakunya dalam mempengaruhi niat (intention) seseorang untuk berperilaku dalam mengkonsumsi makanan halalnya. Kadar keIslaman seseorang melalui beberapa proses di atas akan sangat menentukan niatnya untuk berperilaku dalam konsumsi makanan halal.

2. Aspek Halal Dalam Islam

Konsumen banyak menemukan slogan “halal” dalam produk makanan dan minuman. Masyarakat sebagai konsumen lebih memilih barang yang dibeli yang telah ada slogan halalnya. Tetapi terdapat isu bahwa banyak produk-produk yang dijual dipasar tradisional maupun modern yang berslogan halal itu, belum tentu halal. Karena masih ada produsen yang tidak mengetahui mana saja yang termasuk halal dan mana yang diharamkan. Konsumen mulai resah mendengar isu tersebut, maka pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia bertindak dengan membahas RUU Jaminan Produk Halal.

Halal dalam istilah bahasa Arab, di dalam agama Islam yang artinya “diizinkan” atau “boleh”. Dalam kehidupan sehari-hari slogan halal ini banyak dijumpai di produk makanan, minuman, obat-obatan yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut dalam Islam.⁷ Sertifikat Halal (fatwa tertulis) adalah

⁶Hawkins, Mothers baugh, *Consumer Behavior; Building Marketing Strategy*, (Boston: McGraw Hill Irwin, 2010), hal. 43.

⁷Sarwat, Ahmad, *Halal Atau Haram? Kejelasan Menuju Keberkahan*, (Jakarta: Gramedia, 2014), hal. 26.

keterangan tertulis tentang fatwa halalnya suatu produk yang ditetapkan dan dikeluarkan oleh MUI.

Penerbitan sertifikat halal oleh MUI akan mempertahankan kredibilitas dan kepercayaan terhadap sertifikat halal yang selama ini di terima dan diakui secara luas di lingkungan umat Islam.⁸

MUI dan ormas Islam berpendapat bahwa peran pemerintah sebagai lembaga publik dan kenegaraan dalam Rancangan Undang-Undang Jaminan Produk Halal meliputi:

1. Penerbitan nomor registrasi halal.
2. Pengaturan label halal pada kemasan produk halal.
3. Pengawasan produk yang beredar.
4. Pengawasan produsen produk halal.
5. Pembinaan, sosialisasi, komunikasi dan penyadaran (dikenal KIE, komunikasi, informasi dan edukasi) kepada masyarakat dan pelaku usaha.
6. Pengawasan/penyediaan sarana dan prasarana fisik yang berkaitan dengan penyelenggaraan jaminan produk halal.
7. Penyelenggaraan kerjasama dengan Negara lain di bidang perdagangan produk halal.
8. Penindakan (law enforcement) terhadap berbagai pihak yang melakukan pelanggaran dalam penyelenggaraan jaminan produk halal.
9. Mengalokasikan anggaran jaminan produk halal melalui APBN/APBD. Konsumen di Indonesia, negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim yang menginginkan produk halal yang selama ini kurang transparan terhadap.⁹

Produk pangan olahan halal dituntut ekstra hati-hati dalam menyeleksi mengkonsumsi pangan olahannya. Konsumen sendiri kesulitan mengakses informasi kehalalan produk, mereka harus menebak sendiri kehalalan produk dari komposisi bahan yang digunakan. Padahal, keterangan yang tertera di daftar komposisi sangat jauh dari cukup untuk memastikan kehalalan suatu produk

⁸Pelu, MIEA, *Label Halal: Antara Spiritualitas Bisnis dan Komunitas Agama*, (Malang: Madani, 2009), hal. 30.

⁹*Ibid*, hal. 30.

pangan. Perlindungan konsumen terhadap pangan olahan dalam regulasi ekonomi di Indonesia selama ini dilakukan oleh MUI yang pada tahun 1989 mendirikan LPPOMMUI. Tahun 1991 untuk mengkoordinasikan pembinaan dan pengawasan produksi Slamet Mujiono, M.Hum , SERTIFIKASI DAN LABELISASI HALAL TERHADAP PRODUK PANGAN OLAHAN, pangan olahan sebagai tindak lanjut sertifikasi halal, maka lahirlah INPRES nomer 23 tahun 1991 yang dikoordinasikan oleh Menko Kesra bersama MUI.¹⁰

Pada tahun 1992 melalui UU nomor 21 tahun 1992 , maka masalah produk pangan olahan halal mulai mendapatkan tempat pelaksanaan UU tersebut dengan peraturan menteri Kesehatan berwenang melakukan pengawasan terhadap makanan baik dari segi kesehatan maupun dari segi kehalalannya. Tahun 1996 Regulasi ekonomi terhadap produk halal mulai di pertegas kembali bahkan mendapatkan legalisasi dalam sebuah Undang-Undang ekonomi dengan lahirnya Undang-Undang Nomor 7 tahun 1996 tentang pangan yang secara tegas menyatakan baik produk luar (impor) maupun dalam negeri harus berlabel halal.¹¹

Untuk pelaksanaan labelisasi halal operasionalisasinya kemudian diatur dalam keputusan menteri kesehatan RI nomor 82/Menkes/SK/VII/1996 tentang pencantuman “label halal: pada label makanan. SK ini kemudian diperbaruhi dengan SK menteri kesehatan nomer 924/Menkes/SK/VIII/1996. Dalam segi ekonomi, labelisasi halal merupakan rangkaian persyaratan yang seharusnya dipenuhi oleh pelaku usaha yang bergerak dibidang pengolahan produk makanan dan minuman atau diistilahkan secara umum sebagai pangan.¹²

Pangan (makanan dan minuman) yang halal, dan baik merupakan syarat penting untuk kemajuan produk-produk pangan lokal di Indonesia khususnya supaya dapat bersaing dengan produk lain baik di dalam maupun di luar negeri. Indonesia merupakan negara dengan mayoritas penduduknya adalah muslim. Demi ketentraman dan kenyamanan konsumen pelaku usaha wajib menampilkan labelisasi halal yang sah dikeluarkan oleh pemerintah melalui aparat yang

¹⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Panduan Sertifikasi Halal*, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2003), hal. 3.

¹¹*Ibid*, hal. 3.

¹²*Ibid*, hal. 3.

berwenang. Dengan menampilkan labelisasi halal pada pangan yang ditawarkan ke konsumen ini menjadikan peluang pasar yang baik sangat terbuka luas dan menjanjikan.

Adanya Undang-undang Pangan dan peraturan pemerintah yang mengharuskan labelisasi dan sertifikasi halal dalam regulasi ekonomi, akan tetapisifatnya hanya sebatas kepada pelabelan “halal” yang sukarela tidak ada unsur memaksa, produsen yang mencantumkan label halal setelah melalui sertifikasi halal oleh MUI harus bertanggung jawab terhadap produknya, apabila suatu saat terjadi penyalahgunaan maka akan mendapatkan sanksi denda, kurungan atau dihentikan proses produksinya. Lalu bagaimana produk yang tidak melalui proses sertifikasi halal MUI dan tidak berlabel halal apakah otomatis tidak halal. Seharusnya dalam regulasi Ekonomi ada peraturan atau Undang-undang yang mengatur semua bahan panganolahan, mulaidari bahan baku, bahan tambahan, media (alat) produksi, distribusi bahkan periklanan harus memenuhi kriteria halal.¹³

Penduduk Indonesia dengan mayoritas muslim menjadikan kebutuhan terhadap produk halal sangat besar. Perlu adanya jaminan halal terhadap produk yang masuk maupun beredar di Indonesia.

3. Kesadaran Konsumsi Atas Produk Halal

Kadar komitmen beragama, yang tentu saja tidak selalu identik dengan dan mencerminkan kadar keimanan/ketakwaan. Jika kadar keIslaman identik dengan kadar keimanan/ketakwaan, maka tidak seorang manusiapun yang dapat mengukurnya karena, selain kadar keimanan ini dapat naik turun, juga hanya Allah SWT yang tahu dan mampu mengukurnya.

Ketaatan seseorang menjalankan ibadah tidak dapat dipakai menjadi ukuran ketakwaannya, karena niat yang dikandungnya hanya Allah SWT yang tahu, sedangkan niat merupakan syarat dalam melaksanakan ibadah (Jusmaliani, 2009). hubungan antara kadar Keislaman dengan perilaku konsumsi halal mengindikasikan adanya hubungan yang cukup kuat antara kadar ke Islaman dengan perilaku konsumsi makanan halalnya. Artinya, semakin tinggi kadar

¹³Faidah, *Sertifikasi Halal di Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa Antara Negara dan Agama*, (Islamica: Jurnal Studi Keislaman, 2017), hal. 449.

keIslaman seseorang, akan semakin kuat pula untuk mengkonsumsi makanan halal.

Kesadaran religi atas produk halal memiliki arti keadaan dimana seseorang mengetahui, memahami, dan mengerti tentang mengkonsumsi produk halal. Apabila konsumen mendapatkan rekomendasi dan pemahaman tentang informasi produk halal maka akan timbul kesadaran akan mengkonsumsi produk halal. Konsumen akan mengkonsumsi produk halal karena hal itu dipengaruhi oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Menurut Marselius (2002) norma subjektif adalah tekanan sosial yang dipersepsikan untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku. Adanya tuntutan untuk mengkonsumsi makanan halal dari masyarakat, mulai dari keluarga, pemerintah, sampai pada tuntutan pemuka agama membentuk konsumen mengikuti norma-norma yang ada di sekitarnya. Penilaian negatif akan diterima apabila seseorang tidak mengkonsumsi daging atau makanan halal terutama didapatkan dari keluarga atau orang-orang terdekatnya.

Kontrol perilaku sebagai fungsi yang didasarkan oleh keyakinan yang disebut sebagai kontrol beliefs, yaitu keyakinan individu mengenai faktor pendukung dan atau penghambat untuk melakukan suatu perilaku (salient kontrol beliefs). Keyakinan tentang faktor pendukung dan penghambat untuk melakukan suatu perilaku didasarkan pada pengalaman terdahulu individu tentang suatu perilaku, informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan melakukan observasi pada pengetahuan yang dimiliki diri maupun orang lain yang dikenal individu, dan juga oleh berbagai faktor lain yang dapat meningkatkan ataupun menurunkan perasaan individu mengenai tingkat kesulitan dalam melakukan suatu perilaku (Ajzen, 2006).

4. Menangkap Pesan Spritual Konsumsi dalam Al-Quran

Teori konsumsi dalam islam dibangun diatas pondasi islam, sehingga memiliki perbedaan yang mendasar dengan konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, sampai teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk konsumsi. Landasan konsumsi dalam hal ini berasaskan pada tauhid yang membimbing manusia untuk percaya

tentang hari kiamat dan kehidupan setelah mati. Bimbingan ini mengarahkan manusia untuk mengutamakan konsumsi akhirat dibandingkan dengan konsumsi dunia dan mengutamakan konsumsi ibadah dibandingkan dengan konsumsi duniawi.¹⁴

Al-Ghazali dalam *Ihya`Ulūm ad-Dīn* menyatakan bahwa persoalan makan (konsumsi) adalah sangat penting bagi kehidupan manusia dan kehidupan beragama. Perumpamaan makanan terhadap agama adalah seperti pondasi (asas) dari bangunan. Apabila asas itu teguh dan kuat maka tegak dan menjulang bangunan itu. Apabila asasnya lemah dan bengkok maka bangunan tersebut akan roboh. Agama sangat memperhatikan konsumsi karena kedudukan konsumsi di agama memiliki peran yang sangat penting, sangat dianjurkan memakan makanan yang baik dan mengerjakan amal shaleh.¹⁵ Sebagaimana di sebutkan dalam ayat al mu'minun:

عَلَيْكُمْ تَعْمَلُونَ بِمَا إِنِّي صَالِحًا وَأَعْمَلُوا الطَّيِّبَاتِ مِنْ كُلِّ الرُّسُلِ يُتَأْتِيهَا

Artinya: “*Hai rasul-rasul, makanlah dari makanan yang baik-baik, dan kerjakanlah amal yang saleh. Sesungguhnya aku Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan*”. (Q.S. Al-Mu'minun: 51).¹⁶

Kedudukan harta sebagai anugerah, sehingga landasan konsumsi dalam islam memiliki pandangan bahwa semua yang ada didunia secara mutlak milik Allah. Namun semua milik Allah dijadikan anugerah-anugerah yang dimiliki manusia, artinya semua yang menjadi anugerah tersebut dapat dikelola atau dikonsumsi manusia tapi hal ini tidak melegitimasi apa yang dikonsumsi tersebut dibenarkan dengan cara apapun dan tujuan apapun, tanpa memperhatikan aturan dan tuntunan Allah SWT. Dengan kata lain anugerah tersebut dikonsumsi secara baik dan benar Sebuah bentuk ketaatan terhadap aturan dan tuntunan akan memberikan kebaikan kepada orang lain dengan menggunakan dan mengelola secara baik anugerah-anugerah Allah, keadaan

¹⁴Yusuf Al-Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Surabaya: P.T. Bina Ilmu, 2000), hal. 15.

¹⁵*Ibid*, hal. 15.

¹⁶Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquraan dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Darus Sunnah), hal. 221.

sekarang sudah berbanding terbalik dengan tuntunan dan aturan Allah, karena kebanyakan anugerah-anugerah tersebut dikelola demi kepentingan pribadinya dan dikuasai oleh orang-orang tertentu. Padahal dalam ayat al Qur'an sudah dijelaskan dalam surat al Baqarah ayat 168, terkait dengan tata cara pemanfaatan sumberdaya melalui ketaatan terhadap aturan tersebut.

مُبِينٌ عَدُوٌّ لَكُمْ إِنَّهُ الشَّيْطَانُ خُطُوَاتٍ تَتَّبِعُونَ أَوْ لَا طَيْبًا حَلَلًا أَلَّا تَرْضَىٰ فِي مِمَّا كَلُوا النَّاسُ يَتَأَيَّهَا



Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah: 168).¹⁷

Indikator yang menjadi barometer kesuksesan seseorang didunia dan akhirat adalah sejauh mana mereka mentaati perintah-perintah Allah, dengan kata lain seberapa banyak sumberdaya yang dihabisi dalam konsumsi bukan menjadi barometer kesuksesan seseorang. Oleh karena itu, islam tidak menekankan konsumsi hanya pada kebutuhan dan keinginan manusia semata demi kepentingan pribadinya, tapi teori konsumsi secara islam selalu multidimensi dalam mengkonsumsi suatu barang, konsumsi tersebut harus mengandung nilai-nilai yang bermanfaat kepada orang lain.

Dalam Islam untuk memahami konsep masalah konsumsi dibagi menjadi dua bagian: pertama, konsumsi yang diperuntukkan untuk sedekah, artinya barang atau jasa yang dibeli oleh konsumen akan diberikan kepada orang yang berhak menerimanya, dalam bentuk sedekah, wakaf, infak, maupun ibadah lainnya. Kedua, konsumsi yang bertujuan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan seorang muslim semata, artinya pembelian barang atau jasa tiada lain hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sehari-hari.

D. KESIMPULAN

¹⁷Departemen Agama Republik Indonesia, *Alquraan dan Terjemahannya*, (Bandung: CV Darus Sunnah), hal. 47.

Manusia memandang konsumsi hanya sebatas makan dan minum, tapi dengan sistem ekonomi islam yang bersumber dari al Qur'an memiliki konsep yang berbeda dalam mengkonsumsi suatu barang dan jasa. Ekonomi islam memandang bahwa konsumsi adalah segala aktivitas untuk mendapatkan manfaat dari barang atau jasa yang dikonsumsi. Seorang muslim akan memperhatikan kehidupannya terkait dengan pola konsumsi dan tingkatannya, oleh sebab itu, Islam merumuskan kebutuhan manusia terdiri dari 3 tingkatan, yaitu: kebutuhan al-dharuriyyah (yang bersifat pokok, mendasar); kebutuhan al-hajiyyah (yang bersifat kebutuhan); dan attahsiniyyah (bersifat penyempurna, pelengkap). Ketiga tingkatan tersebut akan mengarahkan manusia kepada dimensi masalah, karena tujuan manusia adalah untuk mencapai falah (kesejahteraan dunia dan akhirat).

Tujuan tersebut telah melahirkan sebuah konsepsi konsumsi menjadi dua bagian: pertama konsumsi pribadi/materil, kedua, konsumsi ibadah/spiritual. Konsumsi materil lebih mengarah kepada pemenuhan kebutuhan pribadi, sehingga sifatnya lebih kepada personal yang ingin memuaskan dirinya tetapi masih dalam batasan yang wajar. Sedangkan konsumsi yang sifatnya ibadah/spiritual lebih mengarah kepada hubungan vertikal dan horizontal, vertikal mengaharp ridho dari Allah melalui konsumsi yang sifatnya mengandung ibadah, horizontal lebih kepada hubungan sesama makhluk Allah yang orientasinya lebih kepada menjalankan filantropi islam sehingga dapat mensejahterakan diri dan masyarakat/ummat. Hal yang perlu diperhatikan dari semua konsep tersebut adalah barang yang dikonsumsi dan cara transaksinya harus sesuai dengan syariat Islam.

Daftar Pustaka

- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam, *Ekonomi Islam*. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008).
- Yusuf Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Surabaya: PT. Bina Ilmu, 2000).
- Soesilowati, Endang, *Peluang Usaha Produk Halal di Pasar Global: Perilaku Konsumen Muslim dalam Konsumsi Makanan Halal*. (Jakarta: P2E-LIPI, 2009)
- Sumarwan, Ujang, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor: Ghalia- Indonesia, 2002).
- Ajzen, I, *The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1991.
- Assadi Djamchid, *Do Religions Influence Customer Behavior? Confronting religious rules and marketing concepts*, Cahiers du CEREN Vol. 5 2003.

- Babakus, Emin, T. Bettina Cornwell, Vince Mitchell, Bodo Schlegelmilch, *Reactions to unethical consumer behavior across six countries*, Journal of Consumer Marketing, Vol, 21 2004.
- Dzulkiflee, Joseph Chan, *A cross-cultural study of the role of religion in consumers' ethical positions*, International Marketing Review, Vol. 22 2005.
- Delener, Nejdet, *Religious Contrasts in Consumer Decision Behaviour Patterns: Their Dimensions and Marketing Implications*, European Journal of Marketing, Vol, 28 1994.