

RASIONALITAS KONSUMSI RUMAH TANGGA MUSLIM KOTA BUKITTINGGI

Rika Widianita

Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi
rikawidia41@gmail.com

Asyari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi
asri_rara@yahoo.com

Iiz Izmuddin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Bukittinggi
iizmudin@yahoo.co.id

Diterima: 3 Oktober 2017	Direvisi : 22 Desember 2017	Diterbitkan: 28 Desember 2017
--------------------------	-----------------------------	-------------------------------

Abstract

The theory of rational consumer behavior in the conventional economic paradigm is based on the basic principles of utilitarianism, the goal is to maximize satisfaction (utility) by prioritizing individual interests (self-interest). While the purpose of consumption in Islam is not only the fulfillment of material needs but also spiritual, not only to meet personal needs but also for the benefit of others, in this case, the existence of social consumption in Islam (consumption of the hereafter). Because the main purpose of the Islamic Shari'a is the creation of maslahah for individuals and society. This study presents an empirical survey of the application of Islamic consumption behavior. The purpose of this study is to determine how the consumption behavior of a Muslim. Whether in the consumption of a Muslim activity has been rational in accordance with the principles and teachings of Islam or not. This study uses the entire population of Muslim households living in the city of Bukittinggi. The number of samples used as many as 100 respondents. Data analysis method used is a descriptive method. The result of the analysis shows that the behavior of Moslem household consumption is rational according to Islamic teachings. Consumption rationality is demonstrated by consuming halal products, not excessive consumption, social consumption, prioritizing needs and making future planning by saving.

Keywords: Rationality, Consumption, Moslem Household

Abstrak

Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme, tujuannya adalah untuk memaksimalkan kepuasan (utility) dengan mengutamakan kepentingan individu (self interest). Sedangkan tujuan konsumsi dalam Islam tidak hanya terpenuhinya kebutuhan materi tetapi juga spritual, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan pribadi tetapi juga untuk kepentingan orang lain, dalam hal inilah adanya konsumsi sosial dalam Islam (konsumsi akhirat). Karena tujuan utama dari syariat Islam adalah terciptanya maslahah bagi individu dan masyarakat. Penelitian ini menyajikan sebuah survey empiris mengenai penerapan perilaku konsumsi Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimanakah perilaku konsumsi seorang muslim. Apakah dalam melakukan kegiatan konsumsi seorang muslim telah rasional sesuai dengan prinsip dan ajaran agama Islam ataukah belum. Penelitian ini

menggunakan populasi seluruh rumah tangga muslim yang tinggal di kota Bukittinggi. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah metode deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa perilaku konsumsi rumah tangga muslim Bukittinggi tergolong rasional menurut ajaran Islam. Rasionalitas konsumsi ditunjukkan dengan mengkonsumsi produk halal, tidak berlebihan dalam konsumsi, melakukan konsumsi sosial, membuat prioritas kebutuhan dan membuat perencanaan masa depan dengan menabung.

Kata Kunci: Rasionalitas, Konsumsi, Rumah Tangga Muslim

Pendahuluan

Teori perilaku konsumen (*consumer behavior*) adalah teori yang mempelajari tentang bagaimana perilaku manusia dalam memilih diantara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumber daya (*resources*) yang dimilikinya. Dalam pandangan ekonomi konvensional perilaku konsumen yang rasional berdasarkan kepada prinsip dasar kepuasan (*utilitarianisme*). Dimana tujuan utama aktivitas konsumsi adalah untuk memaksimalkan kepuasan (*utility*) yang didapatkan dari mengkonsumsi sejumlah barang atau jasa yang disebut dengan istilah “*consumption bundle*” dengan memanfaatkan seluruh anggaran atau pendapatan yang dimilikinya. Dengan kata lain prinsip tersebut hanya mengutamakan kepentingan individu (*self interest*) tanpa memikirkan kepentingan pihak lain.

Konsumen yang rasional menurut ilmu ekonomi konvensional akan memilih mengkonsumsi suatu jenis barang A atau B tergantung kepada tingkat kepuasan yang didapatkan dari masing-masing barang tersebut. Konsumen yang rasional akan memilih jenis barang A apabila tingkat kepuasan yang diberikan oleh jenis barang A lebih tinggi jika dibandingkan tingkat kepuasan yang diberikan oleh jenis barang B, demikian juga sebaliknya, konsumen akan memilih barang jenis B jika tingkat kepuasan lebih tinggi daripada tingkat kepuasan yang diberikan oleh barang A. Selanjutnya setiap konsumen tentunya akan berusaha memaksimalkan konsumsinya dengan melihat kemampuan anggaran yang dimiliki (*budget*

constrain). Hal tersebut jelas bebas nilai dan akan berimplikasi kepada kebebasan dalam perilaku konsumsi selama barang dan jasa tersebut dapat memberikan kepuasan (*utility*) kepada konsumen. Maka mengkonsumsi khamr, babi, keuntungan judi, spekulasi dan lain sebagainya yang dilarang tidak menjadi masalah dalam ekonomi konvensional.

Tidak adanya nilai moral yang mengatur masalah konsumsi dalam ekonomi konvensional, menyebabkan banyak terjadinya perilaku menyimpang yang menyebabkan kehancuran bagi agama (*ad din*), jiwa, akal, harta bahkan keturunan (*ad dhoruriyat al khomsah*) yang seharusnya dijaga betul dan Islam sangat kensen membetengi dan menjaga hal-hal tersebut. Pada akhirnya perilaku konsumsi seperti itu tidak memikirkan keharmonisan dan keseimbangan social, akibat sikap individualistik yang mementingkan kepentingan pribadi untuk mencapai kepuasan (*utility*).

Oleh karena itu Islam memberikan jalan bagi umatnya dalam melakukan aktifitas konsumsi, agar tercapainya keadilan dan kesejahteraan dalam masyarakat. Tujuan konsumsi barang dan jasa dalam Islam tidak hanya terpenuhinya kebutuhan materi tetapi juga kebutuhan spritual. Konsumsi yang dilakukan tidak terbatas hanya sebagai kebutuhan pribadi tetapi juga untuk kebutuhan orang lain, dalam hal inilah terciptanya konsumsi sosial dalam Islam (konsumsi akhirat). Karena tujuan dari syariat Islam adalah terciptanya masalah bagi suatu individu dan kehidupan didalam masyarakat.

Masalah dalam konsumsi artinya terpenuhinya kebutuhan baik bersifat fisik maupun spritual, dunia maupun akhirat. Untuk mewujudkan masalah dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan beberapa aturan dalam mengkonsumsi barang dan jasa dalam Islam, yaitu barang yang dikonsumsi haruslah barang halal, baik zatnya maupun cara memperolehnya, tidak berlebihan (*israf*) dan mubazir (*tabzir*) dan melakukan konsumsi yang seimbang antara kebutuhan fisik dan spritual, pribadi dan sosial (dunia maupun akhirat). Berdasarkan paparan tersebut maka rasionalitas konsumsi seorang muslim adalah rasionalitas yang berdasarkan tuntunan Al-Qur'an dan hadist.

Perilaku konsumsi seorang muslim harus mencerminkan hubungan antara dirinya dengan Allah swt. Karena inilah yang membedakan perilaku konsumsi seorang muslim dengan perilaku konsumsi lainnya. Dengan demikian, seorang muslim harus melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan ketentuan yang telah Allah SWT tetapkan, dengan tidak memilih barang haram, kikir dan mubazir, serta tidak tamak supaya kehidupannya selamat dunia dan akhirat.

Perbedaan konsep rasionalitas konsumsi didalam ilmu ekonomi konvensional dan ilmu ekonomi Islam seperti yang telah digambarkan diatas, maka penelitian ini mencoba mengungkapkan hal tersebut dalam sebuah penelitian empiris dengan menjadikan rumah tangga muslim sebagai subjek penelitian dan perilaku konsumsi mereka sebagai objek dari penelitian. Apakah konsumsi yang mereka lakukan sudah mencerminkan rasionalitas konsumsi dalam Islam ataukah belum.

Rasionalitas

Rasionalitas memiliki arti yang sangat longgar. Asumsi apapun yang dibangun, selama hal tersebut memenuhi kriteria logika dan pemikiran yang ada, dan bisa diterima oleh akal pikiran manusia, maka hal tersebut bisa diasumsikan sebagai bagian dari ekspresi

rasionalitas atau sesuatu yang rasional. Oleh karena itu, arti rasionalitas dibangun didasarkan kepada kaidah-kaidah yang dapat diterima secara umum dan tidak diperlukan lagi pengujian untuk membuktikan kebenarannya, hal tersebut disebut sebagai aksioma. Aksioma-aksioma ini akan digunakan sebagai rujukan dalam pengujian dan pembuktian rasionalitas dari suatu pendapat atau perilaku manusia.

Asumsi umum dalam teori ekonomi mikro neoklasik adalah manusia selalu berperilaku secara rasional. Asumsi ini diperlukan supaya dapat dibangunnya sebuah teori yang bisa memprediksi perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup, yang dihadapkan dengan segala keterbatasan sumber daya yang ada. Rasionalitas menjadi urgen dari semua model teori ekonomi moderen yang terus berkembang sampai hari ini, dan sistem ekonomi kapitalisme sangat mengagungkan prinsip rasionalitas ini. Padahal pada kenyataannya manusia sering kali bertindak tidak rasional, misalnya seseorang memberikan tips kepada karyawan restoran terhadap layanan yang baik, sedangkan teori ekonomi menganggap manusia selalu bertindak sebagai orang yang bertindak rasional. Dengan demikian, terdapat perbedaan rasionalitas antara teori dengan rasionalitas dalam kehidupan nyata, rasionalitas manusia seingkali absurd. Menurut Amartya Sen, sebagaimana yang dikutip oleh Mustafa Edwin, asumsi rasionalitas memang menyisakan banyak masalah. Akan tetapi jika sebagai alternatif dipakai asumsi lainnya, misalnya asumsi irasionalitas tertentu, persoalan yang muncul bisa jadi akan jauh lebih banyak.

Dasar dari konsep rasionalitas yaitu adanya pengetahuan dan perkiraan mengenai akibat dari sesuatu yang dikerjakan atau diperbuat. Namun dalam beberapa masalah, rasionalitas seringkali membutuhkan penyederhanaan-penyederhanaan masalah, yang kemudian dibentuk menjadi suatu model

atau penyederhanaan. Model adalah penyederhanaan suatu masalah ekonomi dengan tujuan agar mudah dipahami, melakukan analisa, merancang dan membuat suatu kebijakan. Banyak asumsi yang tidak realistis yang terdapat di dalam sebuah model, sehingga sebuah tingkat kesalahan tertentu pada sebuah model merupakan sesuatu yang tidak bisa terelakkan. Dengan demikian kita percaya ada sesuatu yang tidak terjangkau oleh rasio atau akal kita karena keterbatasan pengetahuan, metode maupun keterbatasan nalar. Hal itulah yang dikenal dengan “beyond rationality”. Memahami sesuatu yang berada di luar nalar bukan berarti tidak rasional. Beyond rationality tidak sama dan tidak identik dengan tidak rasional (*irrationalality*).

Dalam Islam konsep rasionalitas pastinya berbeda dengan rasionalitas yang ada pada ekonomi konvensional yang bersifat materialistik dan individualistik. Rasionalitas dalam ekonomi konvensional cenderung mengartikan sesuatu yang dianggap rasional jika memberikan suatu keuntungan bagi dirinya. Sedangkan dalam Islam, konsep rasionalitas dilandaskan kepada penggunaan akal yang seluas-luasnya, namun tetap dengan mengkombinasikannya dengan aspek religiusitas yang dapat memperbaiki kehidupan manusia. Dengan asumsi akal manusia juga mempunyai keterbatasan. Sehingga pencapaian kebahagiaan dan keuntungan hidup tidak hanya untuk kepentingan individu semata tetapi juga untuk kepentingan dan kemaslahatan masyarakat lainya. Tidak hanya untuk kehidupan di dunia saja tetapi juga untuk kehidupan di akhirat. Selain itu sebagai seorang muslim, dalam melakukan kegiatan konsumsi tidak boleh hanya mengejar kepuasan semata, tetapi harus berorientasi untuk mendapatkan masalah yaitu manfaat dan berkah.

Kewajiban membayar zakat dan anjuran untuk mengeluarkan infak dan sedekah dari pendapatan, tanpa adanya

transaksi penyeimbang atau imbalan yang diperoleh, dianggap sebagai perbuatan yang tidak rasional oleh mereka yang tidak memahami esensi dan manfaat dari zakat dan bersedekah. Sedangkan bagi mereka yang bersedekah dengan menggunakan pendekatan *beyond rationality*, dengan keyakinan adanya balasan pahala di akhirat dan kebaikan di dunia, seperti yang dijanjikan dalam Al-Qur’an, mereka yakin dan percaya kepada suatu kebenaran yang tidak perlu mendapat balasan langsung dan nyata di depan mata.

Maka dari itu, perilaku konsumsi yang Islami yang berlandaskan Al-Quran dan Hadis perlu didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan, yaitu rasionalitas yang menggabungkan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas. Dalam Islam, konsumen diasumsikan rasional ketika memilih barang atau jasa yang memberikan masalah maksimum diantara pilihan-pilihan konsumsinya. Hal ini sesuai dengan konsep rasionalitas dalam Islam, bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin memaksimalkan masalah yang diperoleh. Keyakinan adanya kehidupan dan pembalasan yang adil pada kehidupan di akhirat kelak, serta informasi yang berasal dari wahyu Allah adalah sebuah hal yang sempurna, yang akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi manusia.

Konsumsi dalam Islam

Terdapat dua hal yang mendasari seseorang dalam berkonsumsi, yaitu kebutuhan dan keinginan. Pemenuhan terhadap sesuatu yang dibutuhkan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan psikis di samping manfaat lainnya. Secara umum dapat dibedakan antara kebutuhan dan keinginan sebagaimana dalam tabel berikut:

Tabel 1. Karakteristik Kebutuhan dan Keinginan

Karakteristik	Keinginan	Kebutuhan
Sumber	Hasrat (nafsu) manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	Manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Sumber : Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam

Menurut al-Ghazali, sebagaimana yang dikutip oleh Mustafa Edwin, kebutuhan adalah keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya. al-Ghazali juga menekankan dalam aktivitas konsumsi hal yang terpenting adalah niat, sehingga kegiatan konsumsi tidak kosong dari nilai ibadah. Konsumsi dilakukan dengan tujuan mendekatkan diri kepada Allah SWT. Hal inilah yang memberbedakan konsumsi yang ada pada ekonomi islam dengan konsumsi dengan konsumsi pada ekonomi konvensional, dimana ekonomi konvensional tidak memisahkan antara keinginan (*wants*) dan kebutuhan (*needs*), sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme.

Tujuan konsumsi dalam islam bukan hanya sekedar untuk meraih kepuasan atau utilitas semata, melainkan juga untuk mencapai kemaslahatan. Karena mencapai masalah merupakan tujuan dari maqashid al-syariah. Masalah merupakan segala bentuk kebaikan yang berdimensi duniawi dan akhirat, material dan spiritual serta individual dan kolektif, ada tiga unsur yang harus dipenuhi dalam masalah yaitu kepatuhan syariah (halal), barang atau jasa yang dikonsumsi bermanfaat dan membawa kebaikan (Thoyib) dalam semua aspek, sehingga secara keseluruhan barang yang dikonsumsi tidak menimbulkan kemudharatan.

Kaidah dan aturan konsumsi menurut sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek. Kegiatan konsumsi yang dilakukan seorang muslim tidak boleh mengorbankan kemaslahatan individu dan masyarakat. Selain itu, tidak boleh membedakan antara kenikmatan dunia dan akhirat. Larangan atas sikap *tarf* (bermewah-mewahan) dan *israf* (berlebih-lebihan) bukan berarti mengajak seorang Muslim untuk bersikap kikir. Akan tetapi, mengajak kepada konsep keseimbangan, karena sebaik-baiknya perkara adalah tengah-tengahnya. Allah Swt berfirman dalam Qur'an Surat Al-Isra' ayat 29:

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ
وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.” (QS. Al-Isra' ayat 29)

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَا
يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا

“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”(QS. Al-Furqan ayat 67)

Ayat di atas menjelaskan, bahwa seorang konsumen harus melakukan konsumsi yang seimbang, tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir, dikarenakan hal tersebut akan berdampak baik bagi konsumen itu sendiri maupun kepada orang lain.

Konsumsi yang seimbang dalam ekonomi Islam berdasarkan kepada prinsip keadilan distribusi (*distributive justice*). ketika seorang konsumen menghabiskan pendapatannya hanya untuk kebutuhan materi

saja, artinya dia tidak berlaku adil karena ada bagian konsumsi yang belum dia penuhi, yaitu konsumsi sosial (konsumsi untuk akhirat). Jika terjadi hal yang demikian, artinya dia hanya memenuhi konsumsi untuk di dunia, tetapi tidak memenuhi konsumsinya untuk jalannya di akhirat nanti.

Perilaku Konsumen Muslim

Perilaku konsumsi rumah tangga muslim berpedoman pada ajaran al-Qur'an dan Hadis, yang berdasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan, dengan menggabungkan keyakinan kepada kebenaran yang melampaui rasionalitas dan akal manusia yang sangat terbatas. Dengan demikian, hipotesis utama dalam mempelajari perilaku konsumsi rumah tangga muslim adalah adanya keyakinan bekerjanya *invisible hand*, berdasarkan kepada asumsi rasionalitas yang bebas nilai tidak memadai untuk mencapai tujuan Islam, yakni terpenuhinya kebutuhan dasar (jasmani dan rohani, material dan spiritual, serta dunia dan akhirat) setiap rumah tangga muslim dalam suatu masyarakat.

Perilaku konsumsi rumah tangga muslim terbentuk dari paradigma berpikir yang sangat berbeda dengan paradigma hukum permintaan yang dikenal dalam ekonomi konvensional. Rasionalitas dan *utility* yang sangat diutamakan dalam teori ekonomi konvensional telah menjauhkan analisis ekonomi modern dari nilai-nilai kemanusiaan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Dimana pola konsumsi pada saat sekarang ini lebih mengutamakan aspek pemenuhan keinginan material sehingga mengabaikan aspek yang lain. Padahal Islam memberikan konsep masalah, sebagai tujuan untuk mencapai dan memelihara kesejahteraan manusia.

Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tidak terbatas dalam bidang konsumsi, karena menurut keinginan manusia yang tidak terbatas artinya mengikuti

hawanafsu yang tidak akan pernah puas. Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak sederhana (*modernity* dan *simplicity*) dalam hal konsumsi. Karena hakikat dari konsumsi dalam Islam yaitu membelanjakan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dilihat dari jenis pembelanjaan yang dilakukan konsumen Muslim dikelompokkan menjadi dua yaitu Pembelanjaan pertama adalah pembelanjaan dalam rangka memenuhi kebutuhan duniawi dan keluarga (kebutuhan lahiriyah). Pembelanjaan jenis kedua adalah pembelanjaan yang dibelanjakan untuk pemenuhan kebutuhan akhirat (kebutuhan batiniyah).

Pada dasarnya teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariat Islam, memiliki perbedaan yang fundamental dengan teori konvensional. Perbedaan itu menyangkut nilai dasar yang menjadi tujuan konsumsi, dasar teori, motif hingga metode pemilihan dan pengalokasian anggaran untuk konsumsi. Nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim, dibagi menjadi tiga yaitu:

Kepercayaan akan hari kiamat dan kehidupan setelahnya (akhirat), sehingga prinsip ini akan mengarahkan konsumen lebih memprioritaskan konsumsi untuk akhirat daripada dunia, dan juga mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi. Konsumsi untuk ibadah lebih cenderung untuk konsumsi yang akan datang atau akhirat (*future consumption*), sedangkan konsumsi duniawi adalah adalah konsumsi untuk sekarang (*present consumption*).

Kesuksesan dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan nilai agama Islam, tidak dengan jumlah kekayaan yang dimilikinya. Semakin tinggi moralitas atau keyakinan dan ketaqwaan seorang muslim, maka semakin tinggi pula kesuksesan yang didapatkan. Amalan kebajikan, kebenaran, dan sebaliknya semakin rendah tingkat ketaqwaan seorang muslim maka semakin sedikit pula kesuksesan

yang diperoleh. Karena ketaqwaan kepada Allah SWT adalah kunci moralitas Islam. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan berperilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan tidak melakukan pekerjaan yang melanggar perintah agama.

Harta merupakan anugrah dari Allah SWT. bukan sesuatu yang bersifat buruk sehingga harus dijauhi secara berlebihan. Harta akan menjadi alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diperoleh dan dimanfaatkan dengan benar, sebagaimana yang terdapat dalam al-Qur'an Surat al-Baqarah ayat 262 :

الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ
ثُمَّ لَا يَتَّبِعُونَ مَا أَنْفَقُوا مِنْهَا وَلَا
لَهُمْ أَجْرٌ هُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ وَلَا
عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ

Artinya: "Orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah, kemudian mereka tidak mengiringi apa yang dinafkakhannya 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"

Menurut Muhammad Abdul Manan, sebagaimana yang dikutip oleh Sri Wigati, terdapat lima prinsip konsumsi dalam Islam selain dari tiga fondasi diatas yaitu:

Prinsip keadilan. Prinsip ini mengandung banyak arti mengenai cara mencari rizki yang halal dan tidak dilarang hukum, dan bagaimana konsumsi yang dibolehkan dalam Islam. Firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 173 :

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْدَ
الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فِ
اضْطِرِّ غَيْرِ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ
عَلَيْهِ إِنْ لَمْ يَكُنْ غَافِرًا رَحِيمًا

"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."

Prinsip kebersihan. Artinya segala sesuatu yang dimakan itu harus baik dan layak untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.

Prinsip kesederhanaan. Dimana dalam hal konsumsi umat Muslim tidak boleh berlebihan dalam makan dan minum. Firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ
مَسْجِدٍ كَلِمَاتٍ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

"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".

Prinsip kemurahan hati. Tidak ada bahayanya untuk mengkosumsi makanan dan minuman yang halal yang disediakan oleh Allah swt, sebagaimana firman Allah SWT. dalam al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 96 :

أَحَلَّ لَكُمْ صَيْدَ الْبَحْرِ وَطَعَامَهُ مَتَاءً
لَكُمْ وَاللَّسْيَارَةَ وَحَرَّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدَ
مَا دُمْتُمْ حُرْمًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي إِلَيْهِ

"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 kepadaNya lah kamu akan dikumpulkan."

Prinsip moralitas. Seorang muslim dianjurkan berdoa untuk menyebut nama Allah sebelum dan sesudah makan sebagai tanda ungkapan rasa syukur atas rezki yang telah diberikan oleh Allah SWT.

Menurut Al-Haritsi dalam bukunya Fikih Ekonomi Umar Ibn Khattab, sebagaimana yang dikutip oleh Eka Sakti, kebijakan konsumsi yang dilakukan oleh khalifah Umar Ibn Khatab, mempunyai beberapa prinsip yaitu :

Prinsip syari'ah yaitu merupakan landasan bahwa konsumsi merupakan sarana untuk menciptakan keta'atan pada Allah dan harus menyadari betul apa yang dikomsumsinya baik dari segi zat, proses pembuatan (halal dan haram).

Prinsip kuantitas dengan memperhitungkan pendapatan dan pengeluaran dan menabung dan menginvestasikan hartanya.

Prinsip prioritas mendahulukan kebutuhan primer, sekunder kemudian tersier.

Prinsip sosial dengan memberikan tauladan dan contoh yang baik serta berbuat baik terhadap lingkungan sekitarnya

Kaidah lingkungan bahwa menggunakan sumber daya alam yang ada dengan baik serta menggunakannya dengan efisien dan merusaknya alam.

Islam memberikan batasan, dasar-dasar dan prinsip dalam kegiatan konsumsi sebagaimana yang telah di berikan oleh Allah SWT. Sehingga dalam melakukan konsumsi untuk mencapai masalah konsumen atau rumah tangga muslim berusaha untuk berbuat berdasarkan tuntunan Islam, seperti:

Membelanjakan harta pada yang diharamkan (konsumsi Halal). Firman Allah dalam Qur'an Surat Al-Maidah ayat 88 ditegaskan :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا
وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Larangan bersikap boros dan berlebihan (israf) dan sia-sia (tabzir), sebagaimana firman Allah dalam Qur'an Surat Al-A'raf ayat 31.

Seimbang dalam konsumsi dengan melakukan konsumsi sosial atau fi sabilillah seperti membayar zakat, Infak dan sedekah. Islam menganjurkan kepada pemilik harta untuk menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga dan fi sabilillah, serta mengharamkan sikap kikir, dan sikap tercela lainnya. Al-Quran memerintahkan sikap yang berkeadilan dalam konsumsi. Seperti yang diisyaratkan dalam Quran Surat Al-Isra' ayat 29.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنُقِكَ
وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبَسْطِ فَتَقْعُدَ

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu kamu menjadi tercela dan menyesal.”

Prioritas konsumsi, Secara teori islam mengajarkan untuk membuat prioritas dalam pemenuhan kebutuhan. “Urutan prioritas kebutuhan tersebut adalah: dharuriyat (primer), hajjiyat (sekunder), dan tahsiniyat (tersier)”. Kebutuhan dharuriyat mencakup: agama (din), kehidupan (nafs), pendidikan (‘aql), keturunan (nasl), dan harta (mal). Prioritas konsumsi seorang Muslim harus mengutamakan kebutuhan dharuriyat dibandingkan dengan kebutuhan hajjiyat dan tahsiniyat. Kebutuhan hajjiyat dan tahsiniyat hanya boleh dipenuhi setelah semua kebutuhan dharuriyat terpenuhi.

Membuat perencanaan masa depan (menabung atau investasi). Konsumen muslim akan mempertimbangkan perencanaan masa

depannya dengan salah satu caranya yaitu menabung. Menabung adalah tindakan yang dianjurkan oleh Islam karena dengan menabung berarti seorang muslim mempersiapkan untuk pelaksanaan perencanaan masa yang akan datang sekaligus untuk menghadapi hal-hal yang tidak diinginkan.

Metode Penelitian

Metode penelitian ini merupakan penelitian survey, dengan basis penelitian rumah tangga muslim yang berdomisili di kota Bukittinggi sebagai subjek penelitian dan perilaku konsumsi rumah tangga muslim dalam mengalokasikan pendapatan sebagai objek penelitian. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling, dengan 100 rumah tangga muslim sebagai responden. Instrumen pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket). Metode analisa data yang digunakan adalah metode deskriptif dan kuantitatif.

Instrumen penelitian mengenai rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim, memuat indikator pertanyaan atau pernyataan mengenai: 1) membelanjakan harta dalam bentuk yang diharamkan (konsumsi halal), 2) larangan bersikap boros dan berlebih-lebihan, 3) melakukan konsumsi sosial seperti zakat, Infak dan sedekah (konsumsi untuk akhirat), 4) membuat prioritas kebutuhan, dan 5) membuat perencanaan masa depan dengan menabung.

Hasil dan pembahasan

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap 12 item pernyataan mengenai rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim yang menjadi responden. Hasil analisis dengan menggunakan korelasi product moment, yang diolah dengan program SPSS, instrumen dinyatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dibandingkan r kritis (0,30). Hasil korelasi dari tiap item pernyataan yaitu: (b1)

0,363, (b2) 0,568, (b3) 0,514, (b4) 0,249, (b5) 0,042, (b6) 0,496, (b7) 0,598, (b8) 0,716, (b9) 0,455, (b10) 0,505, (b11) 0,397, dan (b12) 0,623. Dari hasil tersebut terdapat dua item pernyataan yang tidak valid karena nilai r hitungnya lebih kecil dari nilai r kritis yaitu item butir pernyataan nomor 4 dan 5.

Selanjutnya, untuk menguji reliabilitas kuesioner dipergunakan perhitungan dengan rumus alpha cronbach. Nilai yang diperoleh dari hasil uji reliabilitas terhadap item-item pernyataan setelah item yang tidak valid dikeluarkan adalah sebesar 0,740, nilai tersebut lebih besar dari 0,600, sehingga semua item pernyataan tersebut reliabel dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 rumah tangga muslim sebagai responden diperoleh data mengenai rasionalitas konsumsi rumah tangga muslim sebagai berikut :

Konsumsi yang halal.

Rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim yang pertama yaitu mengkonsumsi produk (barang dan jasa) yang halal dan tidak dilarang (haram) dalam Islam. Adapun indikator pernyataan yang digunakan untuk mengetahui rasionalitas perilaku konsumsi dalam mengkonsumsi yang halal yaitu: 1) memperhatikan kehalalan dari produk yang akan dikonsumsi. Diperoleh hasil bahwa 62% responden selalu memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi, 29% sering memperhatikan kehalalan produk, 7% responden kadang-kadang memperhatikan dan 2% responden jarang memperhatikan kehalalan produk yang akan dikonsumsi. 2) mencari informasi mengenai kehalalan produk sebelum membelinya. Hasilnya 39% responden selalu melakukan hal tersebut, 31% responden sering melakukannya, 24% responden kadang-kadang melakukannya, 5% responden jarang melakukannya dan 1% responden tidak pernah melakukan hal

tersebut. Dan 3) menggunakan perbankan syariah untuk menabung dan meminjam uang karena bebas bunga (riba). Hasilnya 10% dari responden selalu menggunakan perbankan syariah untuk bertransaksi, 17% sering menggunakan perbankan syariah, 16% kadang-kadang, 19% jarang, dan kebanyakan responden yaitu sebanyak 38% tidak pernah menggunakan perbankan syariah untuk menabung atau meminjam uang.

Tidak boros atau berlebih-lebihan (israf)

Rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga yang kedua yaitu tidak boros dan berlebih-lebihan dalam konsumsi (israf). Adapun indikator pernyataan yang digunakan untuk mengukur sikap tidak israf yaitu: 1) menghabiskan pendapatan untuk bersenang-senang, hasilnya 44% dari responden tidak pernah melakukan hal tersebut, 33% jarang melakukannya, 21% responden kadang-kadang melakukan hal tersebut, dan 2% dari responden sering menghabiskan pendapatannya untuk bersenang-senang. 2) membeli produk baru yang sedang tren untuk mengikuti perkembangan mode dan lifestyle, hasil yang diperoleh, 46% responden tidak pernah melakukannya, 29% responden jarang melakukan hal tersebut, 22% responden kadang-kadang melakukannya, dan 3% responden sering melakukannya. Dan 3) membelanjakan pendapatan sesuai dengan anggaran yang sudah ditetapkan. Hasilnya 34% responden selalu melakukannya, 50% responden sering melakukan, 12% kadang-kadang, dan 4% responden jarang melakukannya.

Konsumsi Sosial (Zakat, Infak, dan Sedekah)

Rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim yang ketiga yaitu melakukan konsumsi untuk sosial atau *fi sabilillah* (konsumsi akhirat) seperti zakat, infak dan sedekah. Indikatornya: 1) mengeluarkan zakat ketika harta telah mencapai haul dan nisab,

hasilnya 11% responden tidak pernah membayar zakat, 8% responden jarang membayar zakat, 13% responden kadang-kadang membayar zakat, 24% responden sering membayar zakat, dan 44% responden selalu membayar zakat ketika hartanya telah mencapai haul dan nisab. 2) menyisihkan pendapatan untuk infak dan sedekah, hasilnya 1% dari responden jarang melakukannya, 22% responden kadang-kadang melakukannya, 38% responden sering melakukannya, dan 39% responden selalu menyisihkan pendapatan mereka untuk infak dan sedekah. Dan 3) memberikan sumbangan (sedekah) kepada orang yang meminta-minta, hasil penelitian diperoleh 4% responden jarang melakukannya, 45% responden kadang-kadang melakukannya, 37% responden sering melakukannya, dan 14% responden selalu melakukan hal tersebut.

Membuat prioritas kebutuhan

Indikator yang digunakan: 1) membeli sesuatu jika dibutuhkan, hasilnya 5% responden kadang-kadang melakukannya, 40% responden sering melakukannya, dan 55% responden selalu membeli sesuatu jika memang dibutuhkan. Dan 2) membuat urutan kebutuhan, hasil penelitian diperoleh 75% responden selalu melakukan hal tersebut, 23% responden sering melakukannya, 1% kadang-kadang, dan 1% responden jarang membuat urutan kebutuhan.

Merencanakan masa depan (menabung)

Rasionalitas konsumsi rumah tangga muslim yang terakhir yaitu membuat perencanaan masa depan dengan menabung untuk kebutuhan yang akan datang. Data yang diperoleh dari hasil penelitian 37% dari responden selalu menyisihkan pendapatan mereka untuk ditabung, 31% responden sering menyisihkan pendapatan untuk ditabung, 20% responden kadang-kadang menabung, 11% responden jarang menabung, dan 1% responden tidak pernah menabung.

Dari keseluruhan rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim yang diperoleh dari kuesioner yang terdiri dari 10 butir pernyataan valid dengan responden sebanyak 100 rumah tangga muslim. Diperoleh nilai maksimum 50, nilai minimum 27, Mean (M) 39,81 dan Standar Deviasi (SD) 5,087.

Kemudian untuk mengetahui kecenderungan rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim, selanjutnya, variabel rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim digolongkan ke dalam kriteria skor ideal dengan 5 kategori yaitu sangat rendah, rendah, sedang, tinggi dan sangat tinggi. Berikut ditampilkan tabel kecenderungan variabel rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim Bukittinggi.

Tabel 2. Kategori Kecenderungan Rasionalitas Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim Kota Bukittinggi

N o	Kelas	Frekuensi	Persentase	Kategori
1	$X \leq 19,5$	0	0 %	Sangat Rendah
2	$19,5 < X \leq 26,5$	0	0%	Rendah
3	$26,5 < X \leq 33,5$	13	13%	Sedang
4	$33,5 < X \leq 40,5$	43	43%	Tinggi
5	$X > 40,5$	44	44%	Sangat Tinggi
Jumlah		100	100%	

Sumber: olahan data primer

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa kecenderungan rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim kota Bukittinggi berada pada kategori kecenderungan sangat tinggi dengan persentase sebesar 44% atau sebanyak 44 responden. Sedangkan pada kategori tinggi sebesar 43% atau sebanyak 43 responden. dan kategori sedang sebesar 13%. Nilai mean variabel religiusitas sebesar 39,81 terletak di interval $33,5 < X > 40,5$ kategori tinggi, maka dapat disimpulkan bahwa rasionalitas perilaku konsumsi rumah tangga muslim kota Bukittingg tergolong dalam kategori cenderung tinggi.

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumsi yang dilakukan oleh rumah tangga muslim yang menjadi responden penelitian, tergolong rasional yaitu dengan melakukan konsumsi halal, tidak berlebihan, melakukan konsumsi sosial (zakat, infak, sedekah), membuat prioritas kebutuhan dan membuat perencanaan masa depan dengan menabung. Karena seorang muslim percaya bahwa pengeluaran konsumsi yang mereka lakukan merupakan cerminan ketaatan terhadap ajaran Islam, sehingga konsumsi yang dilakukan dengan tujuan mencapai masalah yang memberikan manfaat dan berkah di dunia maupun akhirat. Konsumsi yang mereka lakukan tidak hanya untuk kepentingan diri sendiri tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Konsumsi yang dilakukan selalu didasarkan atas pertimbangan rasionalitas dalam Islam. Sehingga konsumsi yang mereka lakukan rasional menurut ajaran Islam.

Daftar Pustaka

Bawono, Anton, 2014, “Kontribusi Religiusitas Dalam Rasionalitas Konsumsi Rumah Tangga Muslim”,

- Inferensi, Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan, Vol. 8, No. 2.
- Departemen Agama RI, 2008, Mushaf Al-Qur'an Terjemah, Jakarta: Pena Pundi Aksara.
- Fauzia, Ika Yunia, dan Abdul Kadir Riyadi, 2014, Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Syariah, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Habibullah, Eka Sakti, "Etika Konsumsi Dalam Islam", Ad-Deenar, Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam.
- Marthon, Said Sa'ad, 2007, Ekonomi Islam, Di Tengah Krisis Ekonomi Global, Penerjemah Abdul Ikhrom, Dimyauddin, Jakarta: Zikrul Hakim.
- Muflih, Muhammad, 2006, Perilaku Konsumen Salam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nasution, Mustafa Edwin, et al., 2007, Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam, Jakarta: Kencana.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), 2011, Ekonomi Islam. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rozalinda, 2014, Ekonomi Islam: Teori Dan Aplikasi Pada Aktivitas Ekonomi, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sholihin, Ahmad Ifham, 2010, Buku Pintar Ekonomi Syariah. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Syaparuddin, 2015, "Formulasi Fungsi Masalah dalam Perilaku Konsumsi Rumah Tangga Muslim" At - Taradhi Jurnal Studi Ekonomi, Volume 6, Nomor 1.
- Wigati, Sri, 2011, "Perilaku Konsumen Dalam Prespektif Ekonomi Islam", Jurnal Maliyah, Vol 1, No.1.