

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi Islam sebagai nilai menjadikan ekonomi Islam relevan dengan fitrah hidup manusia, yaitu menuntun ke jalan kebaikan dan menjauhi jalan kehinaan.¹ Ekonomi Islam bertujuan untuk mewujudkan tingkat pertumbuhan ekonomi jangka panjang dan memaksimalkan kesejahteraan manusia (*falah*). *Falah* berarti terpenuhinya kebutuhan individu dalam masyarakat dengan tidak mengabaikan keseimbangan makro ekonomi (kepentingan masyarakat), memperhatikan nilai-nilai kekeluargaan dan norma-norma.²

Dari penjelasan diatas, penulis dapat menyimpulkan bahwa yang dimaksud dengan Ekonomi Islam adalah bagaimana sikap para pelaku ekonomi untuk bisa memenuhi kebutuhannya yang sesuai dengan ajaran Islam, yang telah di gariskan oleh al-Quran dan hadits dan tidak melanggar apapun yang terkandung dalam ajaran Islam.

Tujuan Ekonomi Islam adalah menciptakan manusia yang aman dan sejahtera. Al-Quran dan hadits menyebutkan sejumlah kehidupan yang baik dan dengan sengaja Allah menciptakannya untuk hamba-Nya. Salah satu tanda yang jelas tentang kenikmatan yaitu nikmat kendaraan, baik itu hewan ataupun mobil. Terdapat dalam surat an-Nahl: 8.

وَالْخَيْلَ وَالْبِغَالَ وَالْحَمِيرَ لِتَرْكَبُوهَا وَزِينَةً ۚ وَمَخْلُقٌ مَا لَا تَعْلَمُونَ ﴿٨﴾

Artinya: Dan (Dia Telah menciptakan) kuda, bagal dan keledai, agar kamu menungganginya dan (menjadikannya) perhiasan. dan Allah menciptakan apa yang kamu tidak mengetahuinya.

¹ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Adipura, 2003), h. 17

² Heri Sudarsono, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, (Yogyakarta: Ekonisa, 2003),

Nabi juga menyebutkan bahwa di antara unsur kebahagiaan ialah kendaraan yang nyaman. Para fuqaha menyebutkan bahwa kuda termasuk kebutuhan asasi manusia. Jika dianalogikan, maka kuda pada zaman Nabi sama dengan mobil pada saat ini. Mobil, sarana yang mendekatkan jarak yang jauh itu sangat dibutuhkan dalam kehidupan seseorang sehingga ia sangat mengharapkannya. Mereka yang kurang mampu ingin memiliki sepeda motor. Kalau ia juga belum mampu memilikinya, negara dianjurkan untuk menyediakan angkutan umum.³

Demikian juga Islam mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya.⁴ Disisi Lain, Konsumen adalah aktor penting dalam ekonomi. Sifat dasar konsumen adalah memuaskan kepentingan (kebutuhan dan keinginan). Hal ini tentu akan berpengaruh pada perilakunya. Perilaku konsumen ini akan berpengaruh penting pada aktivitas perekonomian.⁵

Maksud kata keinginan adalah kebutuhan manusia yang dapat dipuaskan. Dalam kenyatannya, semua keinginan itu tidaklah terbatas. Jika dana yang ada cukup untuk memuaskan satu keinginan, maka keinginan yang lain akan muncul, dan jika yang terakhir itu telah terpuaskan juga maka akan muncul yang lainnya lagi, dan dengan demikian hidup akan dipenuhi dengan perjuangan memenuhi rantai keinginan yang tidak ada akhirnya itu.⁶

Perilaku konsumen berusaha memahami bagaimana konsumen mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa. Setiap konsumen melakukan berbagai macam keputusan tentang pencarian,

³ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1997), h.61

⁴ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2004), h. 167

⁵ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h.245

⁶ Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar (Fundamental of Islamic Economic System)*, (Jakarta: Kencana, 2016), h.140

pembelian, penggunaan beragam produk, dan merek pada setiap periode tertentu. Berbagai macam keputusan mengenai aktivitas kehidupan seringkali harus dilakukan oleh setiap konsumen pada setiap hari.

Konsumen melakukan keputusan tanpa disadari setiap hari, setiap jam dan bahkan tiap detik membuat keputusan. Adakalanya keputusan itu berkaitan dengan hal yang besar, adakalanya berkaitan dengan hal biasa atau rutin saja, dan adakalanya berkaitan dengan hal yang kecil dan sangat sepele. Misalnya, ketika pergi ke tempat kerja atau ke tujuan lain dan mengendarai sebuah kendaraan sendiri, menjalankan dengan kecepatan tinggi atau dengan kecepatan sedang, hal itu sudah merupakan sebuah keputusan.

Demikian juga halnya dengan konsumen dalam membuat keputusan. Keputusan konsumen dapat berupa membeli atau tidak membeli, membeli dalam jumlah sedikit atau membeli dalam jumlah banyak, membeli sekarang atau membeli nanti atau kapan-kapan, membeli yang berwarna merah atau yang berwarna biru, dan sebagainya, semua ini adalah kemungkinan-kemungkinan keputusan yang bisa terjadi.⁷

Keputusan konsumen merupakan tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen. Keputusan konsumen membeli, merangkum tiga tahapan proses yakni proses masuknya informasi, proses pertimbangan konsumen dalam membeli, dan diakhiri dengan proses pengambilan keputusan konsumen. Dalam hal ini keputusan seorang konsumen tidak selalu dalam bentuk keputusan untuk membeli, melainkan juga berupa keputusan untuk menunda membeli atau keputusan untuk tidak membeli sama sekali.⁸

Suatu keputusan melibatkan pilihan di antara dua atau dua alternatif tindakan (atau perilaku). Keputusan selalu mensyariatkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda. Konsumen tentunya ingin mendapatkan produk

⁷ Mulyadi Nitisusastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.176

⁸ *Ibid*, h.195

dan jasa serta memuaskan kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka.⁹

Selanjutnya, aktivitas ekonomi merupakan pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia melalui kegiatan distribusi barang dan jasa, yang dilakukan oleh konsumen dan produsen, melalui mekanisme transaksi atau pertukaran, di mana masing-masing pihak mendapat kepuasan. Kepuasan para pihak yang bertransaksi merupakan hal penting dalam ekonomi, kepuasan akan membuat proses transaksi berjalan lebih cepat, mulus, dan berulang. Bila masing-masing pihak yang bertransaksi merasa puas, maka transaksi ekonomi akan berlanjut dan berkesenambungan. Bila salah satu pihak merasa tidak puas, misalnya merasa ditipu, dibodohi, disepelekan, maupun perilaku tidak terpuji lainnya, maka transaksi tersebut dapat berhenti dan tidak berlanjut lagi.¹⁰

Sedangkan komunikasi pemasaran yang dijalankan oleh setiap perusahaan berisi pesan-pesan pemasaran yang dalam penyampaiannya menggunakan berbagai instrumen pemasaran atau bauran pemasaran (*Marketing Mix*). Instrumen tersebut meliputi bauran produk, harga, saluran distribusi dan promosi. Pada produk jasa, instrumen bauran pemasaran masih perlu diperluas dengan bauran proses, pendukung fisik dan orang.¹¹

Para pemasar berkewajiban untuk memahami konsumen, mengetahui apa yang dibutuhkannya, apa selernya, dan bagaimana ia mengambil keputusan. Sehingga pemasar dapat memproduksi barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Pemahaman yang mendalam mengenai konsumen akan memungkinkan pemasar dapat mempengaruhi keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan oleh pemasar.

Pada perkembangan dalam berbagai teknologi, transportasi dan telekomunikasi membuat dunia berkembang. Teknologi online, transaksi bisa

⁹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2003), h.351

¹⁰ Henry Faizal Noor, *Ekonomi Media*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), h.7-8

¹¹ *Ibid*, h.197

dilakukan di mana pun dan kapan pun. Begitu banyak kemudahan yang bisa didapat. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang telah mengubah perekonomian dunia, terutama praktik bisnis modern sehingga transaksi bisnis pun dengan pesat berkembang. Upaya pemasaran dapat sekaligus dilakukan melalui fasilitas internet. Penggunaan fasilitas memungkinkan aktivitas bisnis dilakukan di mana, dan kapan pun tanpa mempertemukan pihak yang bertransaksi secara fisik.¹²

Kecanggihan teknologi ICT (*Information Communication Technology*) dewasa ini telah banyak memengaruhi dan bahkan mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kemajuan teknologi informasi yang diwujudkan dalam bentuk media komunikasi dan informasi ini telah membuat dunia makin kecil. Besarnya pengaruh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan ICT telah mengubah gaya hidup masyarakat modern. Perubahan gaya hidup ini dapat dilihat pada salah satu aspek kehidupan masyarakat, yaitu cara masyarakat berkomunikasi dengan media online.

Cara atau alat yang digunakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan manusia, berubah sesuai dengan perkembangan zaman yaitu dengan ditemukannya teknologi komunikasi dan informasi (*Information Communication Technology*, ICT) yang melahirkan media terhubung atau internet dengan menyajikan alternatif baru cara berkomunikasi. Di era informasi seperti saat ini, kehidupan masyarakat sulit dipisahkan dari media online.

Kehidupan masyarakat saat ini sedikit banyak dipengaruhi oleh interaksinya dengan berbagai media. Karena hampir semua aspek kehidupan dibahas, didiskusikan, dan disiarkan oleh media. Media merupakan alat atau sarana yang digunakan masyarakat untuk memudahkan kehidupan. Berbagai media digunakan dalam mempermudah kehidupan manusia, sesuai dengan perkembangan zaman. Saat ini, hampir tidak ada proses kehidupan manusia

¹² Jusmaliani, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h.199

yang terlepas dari penggunaan media, mulai dari yang paling sederhana, seperti komunikasi melalui media untuk mempermudah memesan makanan.

Media online yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari saat ini. Berkaitan dengan cara atau usaha manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya kebutuhan dan keinginan melalui media. Berbagai bisnis maupun lapangan pekerjaan baru yang muncul dengan adanya media online.¹³

Di sisi lain, perkembangan di bidang teknologi komunikasi membawa dampak yang cukup besar pada berbagai bidang perekonomian. Kemajuan teknologi sekarang ini, terutama kemajuan teknologi komunikasi yang cukup pesat memberikan perubahan sosial masyarakat. Banyak bisnis mulai bermunculan dengan memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi tersebut, salah satunya adalah kemunculan bisnis penyedia layanan jasa transportasi Go-Jek di Kota Padang, kantor yang beralamat di Jalan Imam Bonjol No 21 A, Belakang Pondok, Padang Selatan, Kota Padang.¹⁴

Perusahaan Go-Jek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2011, yang bertujuan untuk mengurangi pengganguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan. Cara kerja Go-Jek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi kepangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi Go-Jek sesuai kebutuhan. Go-Jek siap untuk melayani pelanggan yang berada di mana saja.

Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan pelayanan yaitu *Go-Ride*, *Go-Car* dan *Go-Bluebird* melayani pengantaran penumpang, *Go-Food* melayani pesan antar makanan, *Go-Send* melayani pengiriman barang, *Go-Pulsa* melayani pengisian pulsa, *Go-Bills* melayani pengiriman tagihan, *Go-Shop* melayani pembelian ke toko, *Go-Mart*,

¹³ *Op.cit*, h.1-4

¹⁴Toni Eka Saputra, Kota Padang, Pengemudi, *Wawancara Langsung*, 10.00 WIB 2, Agustus 2017.

melayani pembelian ke pasar, *Go-Tix*, melayani pemesanan tiket, *Go-Box*, melayani pengiriman kotak berukuran besar, *Go-Massage*, melayani jasa pijat, *Go-Clean*, melayani jasa kebersihan, *Go-Glam*, melayani jasa rias, *Go-Auto*, melayani jasa otomotif, *Go-Med*, melayani jasa kunci dan *Go-Busway*, melayani pengantaran ke halte bus.

Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian menampilkan tarif bayaran. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu beberapa biaya yang harus disiapkan. Jasa transportasi Go-Jek telah dipercaya beragam pelanggan dalam membantu aktifitas. Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat. Kepuasan pelanggan terhadap layanan dan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat seperti jasa transportasi Go-Jek.¹⁵

Perkembangan internet di tengah-tengah pertumbuhan penduduk yang begitu pesat, internet sangat dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Kahadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis jasa transportasi Go-Jek dengan berbagai macam aplikasi yang ditawarkan kepada masyarakat.

Hanya dengan menggunakan smartphone saat ini memudahkan masyarakat untuk mengakses aplikasi Go-Jek tersebut. Berbagai jasa yang ditawarkan melalui pemesanan online dapat memanfaatkan jasa tersebut. Sehingga dengan menggunakan layanan tersebut berdampak pada pemakaian internet dimana meningkatnya jumlah pemakai internet, serta perilaku konsumen yang menginginkan informasi cepat. Masyarakat yang melakukan

¹⁵ Pengaruh Kualitas Pelayanan Transfirtasi Oline Gojek terhadap Kepuasan pada Pelanggan Mahasiswa Adminitrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, *Jurnal Epigram*, Vol 13 No. 2 Oktober 2016.

kegiatan keseharian menggunakan jasa transportasi umum beralih kepada jasa yang memudahkan aktivitas dengan menggunakan jasa transportasi Go-Jek.¹⁶

Fenomena Go-Jek ini pada jasa *Go-Ride* dan *Go-Car* menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan di dalam transportasi umum. Pada Go-jek ini aplikasi berbasis data, dimana masyarakat bisa mengetahui identitas pengemudinya. Dengan kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi pengemudi Go-Jek pesannya, lengkap dengan data diri pengemudi bersangkutan. Dalam aplikasi sudah tersedia informasi lengkap tentang pengendara seperti nama, kontak, dan foto pengendara sehingga pelanggan dapat memastikan keamanan. Selain itu *Go-Ride* juga keseragaman pada pakaian dan helmnya.¹⁷

Kehadiran Go-Jek memudahkan akses perjalanan dan mengurangi kemacetan di jalan-jalan yang padat kendaraan terutama pada jam-jam sibuk. Seperti pengantaran anak ke sekolah di pagi hari serta para pekerja pulang di sore hari. Dengan pelayanan pengemudi yang sopan membuat konsumen menjadi nyaman selama perjalanan. Pengemudi tidak ugal-ugalan dalam mengendarai dibandingkan dengan angkot yang menggunakan kecepatan sering rem mendadak membuat pelanggan merasa takut saat di dalam angkot. Selain keramahan pengemudi tersebut dalam menggunakan jasa transportasi Go-Jek juga praktis dari segi waktu yang digunakan.¹⁸

Pada wawancara yang dilakukan penulis kepada pengguna transportasi Go-Jek mengatakan bahwa pada aktifitas sebagai mahasiswa membutuhkan jasa transportasi Go-Jek yang memberikan kemudahan, pengemudi mengantarkan sampai ke lokasi kampus yaitu di depan Fakultas.¹⁹

¹⁶ Herwin Hanafi, Kota Padang, Pengemudi, *Wawancara Langsung*, 10.30 WIB, 3 Agustus 2017.

¹⁷ Yulifatma, Stikes Perintis Batipuh Panjang Koto Tangah Kota Padang, *Wawancara Langsung*, 11.00 WIB, 4 Agustus 2017.

¹⁸ Zona Aprilia, Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, *Wawancara Langsung*, 11.30 WIB, 11 September 2017.

¹⁹ Sofi Lestari, Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, *Wawancara Langsung*, 11.30 WIB, 12 September 2017.

Di samping itu, pengemudi yang melakukan kegiatan sebagai *Go-Ride* setiap hari menghasikan gaji perbulan minimal Rp. 3.000.000,00 dengan sistem kebijakan perusahaan 80% untuk pengemudi sedangkan untuk perusahaan 10% jika pengemudi mengumpulkan poin dari konsumen sebanyak 20 orang menggunakan sistem pembayaran dengan *Go-Pay*. Maka pengemudi telah mendapat gaji perharinya Rp. 300.000,00. Gaji yang didapat perhari tersebut sudah dikeluarkan dari biaya bensin dan kouta internet perhari.²⁰

Sedangkan pada pengemudi *Go-Car* dengan sistem yang sama dari kebijakan perusahaan Go-Jek di mana ketika telah mencapai poin 12 orang secara sistem pembayaran dengan *Go-Pay*, akan mendapatkan gaji Rp 300.000,00 per hari. Maka gaji perbulan didapatkan oleh pengemudi *Go-Ride* atau *Go-Car* menjadi Rp.3.500.000,00. Sudah dikeluarkan biaya bensin serta kouta penggunaannya untuk beroperasi.

Penulis melakukan wawancara kepada pengguna Go-Jek mayoritas Mahasiswa yang menggunakan aplikasi Go-Ride dan Go-Car mengatakan memberikan kemudahan dalam berpergian. Kemudahan yang diberikan oleh transportasi Go-Jek membuat masyarakat kota Padang merasa nyaman terhadap fasilitas yang diberikan transportasi Go-Jek pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car. Pada transportasi Go-Jek oleh masyarakat di kota Padang dengan fenomena yang terjadi sekarang ini, mereka cenderung menggunakan aplikasi Go-Jek untuk kepentingan keseharian mulai dari mengantar ke pasar, kampus, dan memesan makanan.

Berdasarkan uraian tersebut, penggunaan jasa transportasi untuk memilih Go-Jek mempunyai sebab yang kuat, menarik untuk dicermati lebih lanjut, untuk itu peneliti mengangkat judul “**Analisis terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Padang**”.

²⁰ Muhammad Juwendo Arfan, Kota Padang, Pengemudi, *Wawancara Langsung*, 10.30 WIB, 13 September 2017.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas, maka penulis membuat rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Mengapa keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek?

2. Batasan Masalah

Demi terarahnya Penelitian dan penulisan karya ilmiah ini, penulis membatasi penelitian untuk mengetahui alasan keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelian ini adalah untuk mengetahui alasan keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagi peneliti yaitu menambah wawasan tentang analisis terhadap keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek di Kota Padang.
- b. Bagi kalangan akademik menambah wawasan keilmuan bagi pembaca khususnya penyusunan yang akan membahas tentang analisis terhadap keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek di Kota Padang.
- c. Bagi masyarakat hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk memilih dan memutuskan jasa transportasi Go-Jek ataupun Ojek Pangkalan, Angkot, Trans Padang, Bus Kota dan lainnya.

D. Defenisi Operasional

Untuk menghindari keraguan dan kesimpangsiuran terhadap pemahaman kata-kata mengenai judul di atas, maka penulis perlu menjelaskan kata-kata yang terdapat dalam judul, diantaranya: Analisis terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Padang.

Keputusan Konsumen : Tahapan proses akhir dari serangkaian tahapan proses yang terjadi pada perilaku konsumen untuk menentukan produk barang atau jasa yang akan di pilih.²¹

Transportasi : Kegiatan pemindahan barang dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain.²²

Go-Jek : Sebuah nama perusahaan yang menyediakan jasa transportasi berbasis online dengan segala daya yang dimiliki oleh Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo mampu mendirikan perusahaan jasa.²³

E. Kajian Relevan

Adanan Murroh Nasution, 088091242, Faktor yang Berpengaruh terhadap Penggunaan Jasa Perbankan Syariah dikalangan Civitas Akademika STAIN Padangsidimpuan, Tesis, Konsentrasi Ekonomi Islam program Pascasarjana IAIN Imam Bonjol Padang, 2012. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah faktor apa saja yang mempengaruhi civitas akademika STAIN Padangsidimpuan tidak menggunakan jasa Perbankan Syariah. Dalam membahas masalah ini jenis penelitian lapangan yang bersifat kualitatif. Data diperoleh dengan menggunakan kuesioner dan wawancara,

²¹ Lok.cit, h.195

²² Abbas Salim, *Manajemen Transportasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h.1

²³ Pengaruh Kualitas Pelayanan Transfirtasi Oline Gojek terhadap Kepuasan pada Pelanggan Mahasiswa Adminitrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, *Jurnal Epigram*, Vol 13 No. 2 Oktober 2016

kemudian data yang diperoleh tersebut diolah dengan cara menelaah seluruh data yang tersedia dan yang terkumpul. Setelah dilakukan pengelolaan data dari hasil penelitian dapat diketahui faktor yang mempengaruhi civitas akademika STAIN Padangsidimpuan tidak menggunakan jasa Perbankan Syariah, yakni ketidakpercayaan civitas akademika terhadap Bank Syariah dijalankan secara Syar'i, prosedur pembiayaan di Bank Syariah masih terbatas dan adanya perbedaan pemahaman mengenai hukum bunga Bank.

Fania Darma Amajida, Departemen Sosiologi Universitas Indonesia, informasi kajian ilmu komunikasi volume 46 nomor 1 Juni 2016, judul, Kreativitas Digital dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi tentang Ojek Online "Go-Jek" di Jakarta. Moda transportasi berbasis aplikasi muncul sebagai wujud dari perkembangan teknologi dan reaksi atas kelemahan penyedia jasa transportasi publik. Studi ini memperlihatkan bahwa aplikasi yang digunakan ojek online "Go-Jek" mampu meminimalisir risiko yang terjadi di Jakarta dalam hal waktu, kemudahan, biaya, dan keamanan. Pengumpulan data dalam studi ini menggunakan metode kualitatif.

Berdasarkan kajian relevan yang telah dijelaskan diatas bahwa pada penelitian penulis mempunyai perbedaan. Penelitian penulis dimana transportasi Go-Jek pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car memberikan kemudahan, tarif biaya yang terjangkau, waktu yang cepat dan tepat, kenyamanan fasilitas, dan keamanan informasi pribadi pengguna. Kemudian ditinjau dari ekonomi syariah kehadiran transportasi Go-Jek memberikan *mashlahah* kepada masyarakat kota Padang

F. Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan dengan beberapa cara, maka dalam penelitian ini akan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan metode ini penulis melakukan penelitian guna mengumpulkan data yang

bersumber dari subjek yang diteliti. Penelitian ini pada hakekatnya merupakan metode yang menentukan secara khusus dari realita yang terjadi di tengah masyarakat.²⁴

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.²⁵ Penelitian kualitatif dapat didesain untuk memberikan sumbangannya terhadap teori, kebijakan, masalah-masalah sosial dan tindakan.²⁶

Penelitian ini digunakan untuk memahami makna di balik data untuk menemukan kebenaran.²⁷ Penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran, dan lukisan tentang Analisis terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Padang.

Kata kualitatif di sini mengisyaratkan, sebagaimana yang dijelaskan oleh Norman K Denzin dan Yvonna S Lincoln, menekankan pada proses dan makna yang tidak dikaji secara ketat atau belum terukur dari segi kuantitas, jumlah, intensitas, dan frekuensinya. Penelitian kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dan yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan. Penelitian ini mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyoroti cara muncul pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya.²⁸

Jadi penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif merupakan suatu bentuk penelitian yang berusaha memperoleh informasi perkembangan suatu objek tertentu dalam waktu tertentu. Dalam hal ini

²⁴ Kartini Kartono, *Pengantar Metode Riset Sosial*, (Bandung: Bandar Maju, 1990), h. 3

²⁵ Burhan Bugin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), h.42

²⁶ Djam'an Satori dan Aan Komariah, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h.22

²⁷ Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), Cet.6, h.54

²⁸ Denzin Norman K dan Lincoln Yvonna S, *Hand Book Qualitative Research*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h. 6

mendeskripsikan Analisis terhadap Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Padang.

2. Lokasi Penelitian

Menentukan lokasi penelitian merupakan suatu hal yang sangat penting bagi seorang peneliti karena dari lokasi penelitian tersebut peneliti dapat memperoleh data-data yang dijadikan sebagai bahan untuk melakukan penelitian. Penelitian ini berlokasi di kota Padang. Pemilihan lokasi ini dikarenakan berdasarkan hasil observasi penulis, di samping Kota Padang mempunyai jumlah pengemudi yang banyak, di sisi lain mekanisme operasional Go-Jek yang dilakukan juga beranekaragam.

Kemudian pemilihan lokasi ini bisa dijadikan tolak ukur nantinya terhadap kota atau kabupaten lain yang ada di Sumatera Barat ini. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menetapkan lokasi penelitian pada transportasi Go-Jek yang ada di Kota Padang.

3. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang utama dalam jenis penelitian ini adalah peneliti sendiri. Penulis turun langsung ke lapangan melihat fenomena jasa transportasi Go-Jek yang terjadi di masyarakat kota Padang, dengan melakukan observasi sendiri. Selama di lapangan penulis melakukan pencatatan yang penulis tuang dalam buku catatan lapangan tentang segala hasil pengamatan dan wawancara. Masyarakat cenderung menggunakan jasa transportasi Go-Jek pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car yang memberikan kemudahan kepada masyarakat di kota Padang.

4. Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan skunder.²⁹

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber utama yang dijadikan bahan penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian lapangan maka yang pertama adalah hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dan juga data primer yaitu teknik pengumpulan data dalam suatu penelitian atau karya ilmiah yang diperoleh dari sumber pertama dan biasanya belum diolah. Data primer bersumber dari data yang diperoleh langsung dari sumber asli. Pada penelitian ini data primernya adalah hasil wawancara penulis terhadap pengguna dan pengemudi Go-Jek.

b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu menjadi bahan penunjang dan melengkapi suatu analisa. Dalam penelitian ini yang dijadikan sumber sekunder adalah buku-buku referensi yang melengkapi hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang telah data. Kemudian data sekunder adalah data yang diterbitkan oleh organisasi atau data yang didapatkan dari buku, brosur, majalah, internet, dan referensi lain yang relevan dengan objek pembahasan penelitian.

5. Situasi Sosial dan Sampel

Pada penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi oleh Spradley dinamakan situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu tempat, pelaku dan aktivitas yang berinteraksi secara sinergis. Dalam situasi sosial yang dilihat secara mendalam berupa peristiwa dan fakta yang terjadi antara tiga element yaitu tempat, pelaku, dan aktivitas.³⁰

²⁹ Saifuddin Azwar, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001), h. 91

³⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h.50

Situasi sosial yang menjadi fenomena transportasi Go-Jek di kota Padang, bahwa konsumen cenderung menggunakan aplikasi Go-Jek tersebut untuk melakukan berbagai macam kegiatan. Seperti: kegiatan ke kampus, pasar, tempat kerja dan pemesanan makanan. Para pengguna transportasi Go-Jek yang terjadi situasi sosial bahwa pengemudi jasa transportasi Go-Jek ada di mana-mana pada daerah di kota Padang.

Oleh sebab itu untuk memperoleh data tersebut dari pengguna jasa transportasi Go-Jek, penulis menariknya dengan metode pengambilan responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan *Nonprobability Sampling*, setiap unsur dalam populasi tidak memiliki kesempatan atau peluang yang sama untuk dipilih sebagai sampel, bahkan probabilitas anggota populasi tertentu untuk dipilih tidak diketahui.³¹

Pengambilan sampel menggunakan *Snowball Sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar.³²

Penulis melakukan wawancara kepada 50 orang yang menggunakan transportasi Go-Jek. Pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car, jenis pekerjaan yang menggunakan jasa transportasi Go-Jek adalah mahasiswa sebanyak 30 orang. Pegawai sebanyak 5 orang. Siswa-Siswi sebanyak 5 orang. Ibu rumah tangga sebanyak 5 orang. Buruh adalah sebanyak 5 orang.

³¹ *Op.cit*, h.173

³² *Ibid*, h. 177

6. Teknik Pengumpulan Data

Alat pengumpulan data adalah suatu perangkat yang dilakukan untuk memperoleh data tentang fenomena yang ada dan diharapkan.³³ Agar data yang dikumpulkan dapat terkumpul dengan baik, maka peneliti menggunakan teknik pengumpul data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Penulis mengamati berbagai peristiwa dengan cara terlibat langsung di lokasi penelitian (*Observasi Partisipatif*) dengan teknik ini diharapkan penulis dapat melakukan pengamatan secara cermat terhadap perilaku subjek, baik dalam suasana formal maupun non formal.³⁴ Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara penulis mengadakan pengamatan langsung ke lapangan. Peneliti mengamati langsung kondisi pengguna dan pengemudi jasa transportasi Go-Jek di kota Padang.

Pada pengguna jasa transportasi Go-Jek di kota Padang bahwa sebagian masyarakat cenderung menggunakan aplikasi Go-Ride dan Go-Car untuk berpergian mulai mengantarkan ke kampus, pasar dan pesan antar makanan. Sikap masyarakat kota Padang terhadap kehadiran transportasi Go-Jek menerima atas perubahan yang terjadi dari ojek pangkalan sehingga ojek online. Para pengguna Go-Jek memberikan tanggapan yang baik atas kehadiran transportasi Go-Jek yang memberikan kemudahan.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi yakni melalui kontak langsung antara pewawancara

³³Moh. Nazir, *Metode Penelitian*, (Ciawi : Ghalia Indonesia, 2005), Cet. Ke, 6, h. 174.

³⁴Sudarman Denim, *Menjadi Peneliti Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, Tt), h. 23

dengan sumber data (*Responden*).³⁵ Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Wawancara dilakukan sebagai upaya penggalan data dari nara sumber untuk mendapatkan informasi atau data secara langsung lebih akurat dari orang-orang yang berkaitan khususnya.

Wawancara merupakan teknik untuk mendapatkan keterangan atau pendapat seseorang secara lisan dengan bercakap-cakap tentang sesuatu yang dialaminya dan diketahuinya. Dalam melakukan wawancara, peneliti mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh pengguna transportasi Go-Jek.³⁶

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu pengumpulan atau pemberian bukti-bukti atau keterangan-keterangan (seperti gambar, kutipan, guntingan koran, dan bahan referensi lain) pemilihan pengolahan, pengumpulan dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan.³⁷ Dan juga dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Pada fenomena yang terjadi bahwa masyarakat cenderung menggunakan jasa transportasi Go-Jek di kota Padang.

7. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis penulis melakukannya dengan metode yang dipopulerkan oleh Miles and Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan.³⁸

1) Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, menfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan

³⁵Rianto Adi, *Metode Penelitian Sosial dan Hukum*, (Jakarta: Granit, 2004), h. 72

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2006), h.233

³⁷*Ibid*, h.245

³⁸*Ibid*, h.247-249

demikian data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya bila diperlukan.

2) Penyajian Data

Setelah data reduksi maka data disajikan dalam bentuk uraian singkat dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami.

3) Pengambilan Kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan bisa berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

Agar data ini valid maka penulis memastikan ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penulis. Artinya apa yang terjadi di lapangan dengan apa yang nantinya ada dilaporkan adalah sama. Dengan demikian data yang valid adalah data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian.

8. Analisis Ekonomi Syariah

Dalam memberikan analisa terhadap data yang diperoleh penulis menggunakan analisis kualitatif yaitu upaya yang dilakukan dengan jalan memeriksa, mengklasifikasi, menginterpretasi, menganalisa dan menarik kesimpulan dari data tersebut. Kesimpulan diambil dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu memaparkan data tanpa menggunakan

hitungan, melainkan hanya berupa penalaran analisis dan tanggapan terhadap fakta yang terjadi.³⁹

Setelah penelitian lapangan dilakukan dengan berbagai macam metode pengumpulan data dan kemudian dianalisis dengan pendekatan kualitatif maka proses selanjutnya adalah menyimpulkan Mengapa Keputusan Konsumen Memilih Jasa Transportasi Go-Jek di Kota Padang. Kemudian ketika kesimpulan sudah didapatkan dari analisis data, maka tahap selanjutnya adalah penulis melakukan analisis dan kajian dalam konteks ekonomi syariah terhadap keputusan konsumen memilih jasa transportasi Go-Jek.

Pada analisa yang dilakukan penulis terhadap transportasi Go-Jek dengan menggunakan *maqasid syariah*. Kehadiran jasa transportasi Go-Jek pada aplikasi Go-Ride dan Go-Car, memberikan *mashlahah* atau tidak. Kepada pengguna jasa transportasi Go-Jek di kota Padang. Terutama masyarakat yang cenderung menggunakan aplikasi Go-Ride dan Go-Car.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
IMAM BONJOL
PADANG

³⁹ Noeng Muhajir, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rake Serasin, 1998), h. 30-31

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumen dalam Ekonomi Syariah

1. Pengertian Konsumen

Konsumen berasal dari bahasa asing Belanda/Inggris, *consumen* dan *consumer* yang arti harfiahnya adalah pembeli. Pengertian lain dari konsumen sangat luas, beragam dan sangat terkait erat dengan tujuan seseorang membeli suatu produk misalnya sebagai pengguna, yang diterjemahkan dari kata *user* dari kata bahasa Inggris. Pengertian lain dari konsumen adalah pemakai, penikmat, pemanfaat, pemakan, peminum, penerima, pendengar, pemirsa, dan masih banyak lagi.⁴⁰

Kemudian juga konsumen adalah orang (pelaku) yang memakai barang-barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), dan tentunya mereka adalah yang menjadi sasaran utama dari pihak produsen untuk menggunakan produknya.⁴¹

Jadi dari penjelasan di atas penulis menyimpulkan bahwa konsumen adalah orang atau pelaku yang memakai produk barang atau jasa yang dihasilkan dari suatu perusahaan.

2. Pengertian Perilaku Konsumen

Dalam kamus besar Indonesia disebutkan bahwa perilaku adalah reaksi atau tanggapan terhadap rangsangan atau lingkungan.⁴² Mempelajari perilaku konsumen berarti mempelajari juga apa

⁴⁰ Mulyadi Niti Susastro, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h.24

⁴¹ Sigit Winarto & Sujana Ismaya, *Kamus Besar Ekonomi*, (Bandung: Pustaka Grafika, 2010), h.114

⁴² Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), h.1161

implikasinya terhadap strategi pemasaran. Dengan kata lain, perilaku konsumen akan menjadi tolak ukur bagaimana kita akan merancang, merencanakan, dan melaksanakan strategi komunikasi pemasaran.

Schiffman dan Kanuk mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut istilah perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

Sedangkan Engel, Blackwell dan Miniard mengartikannya sebagai mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.⁴³

Dari pengertian konsumen diatas dapat dipahami apa yang dimaksud dengan perilaku konsumen yaitu reaksi (tindakan) yang dilakukan oleh setiap individu dalam menghabiskan atau mengurangi nilai guna dari barang atau jasa secara langsung ataupun tidak langsung.

Defenisi di atas menunjukkan bahwa teori perilaku konsumen adalah deskripsi tentang bagaimana konsumen memaksimalkan pendapatan antara barang dan jasa yang berbeda-beda untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka.⁴⁴

Pengamatan mengenai perilaku konsumen dilakukan pada konsumen yang telah tersegmentasi, dengan tujuan untuk mempermudah penelitian. Dengan mengamati suatu masyarakat yang telah tersegmentasi maka pengamatan menjadi lebih mudah karena perilaku mereka rata-rata

⁴³ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Terapannya dalam Pemasaran*, (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2002), h.25

⁴⁴ Henry Saromo dan Danang Sunyoto, *Pengantar Ilmu Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Caps, 2013), h. 68

memiliki kecenderungan yang sama. Segmentasi juga berarti pengkategorian dari situasi di mana seseorang menggunakan suatu produk.

Perilaku konsumen merupakan aktifitas langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan produk atau jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan yang meliputi kegiatan mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menilai tingkat kepuasan sehingga akhirnya menjurus kepada citra.

Dalam kegiatan mencari, tentu bukan terbatas dalam mencari barang dan jasa yang dibutuhkan, melainkan juga mencari informasi yang terkait dengan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan. Demikian jelas terlihat bahwa di dalamnya termasuk hal-hal yang terkait dengan kualitas, harga, ukuran, cara mendapatkannya, cara penggunaannya dan sebagainya.⁴⁵

3. Norma dan Etika Konsumsi dalam Islam

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara memenuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang di ciptakan Allah untuk umat manusia demi kemaslahatan. Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dan disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* menghambur-hamburkan harta tanpa guna.

Tabzir berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang terlarang, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal. Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola

⁴⁵ *Ibid*, h.32

yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dan melampaui tingkat moderat dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.

Salah satu ciri penting dalam Islam bahwa ia tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalahgunaannya. Ciri khas Islam ini juga memiliki daya aplikatifnya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan atau *tabzir*.

Etika Islam dalam hal konsumsi sebagai berikut:⁴⁶

a. Tauhid

Dalam persepektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah SWT, sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (Syariah). Karena itu, orang mungkin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia. sebagaimana QS adz-Dzaariyat (51):56

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya: Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

b. Adil⁴⁷

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. QS al-Baqarah (2):168

⁴⁶M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekoonomi Konvensional*, (Jakarta: Kencana, 2010), h. 86

⁴⁷ *Ibid*, h.87

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ

لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٧٨﴾

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.

Dan juga QS al- A'raaf (7):32

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

Artinya: Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang Telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat." Demikianlah kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang Mengetahui.

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan Syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan materiil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Quran secara tegas menekankan norma perilaku ini baik untuk hal-hal yang bersifat materiil maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan yang berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah (*fisabilillah*).