

**TINJAUAN EKONOMI ISLAM TERHADAP PERILAKU KONSUMEN
DALAM JUAL BELI EMAS
(Studi Kasus Toko Emas di Pasar Los Kota Lhokseumawe)**

Rahmawati¹, Husni Syams², Nafirah Anwar³

Abstrak

Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Perilaku Konsumen dalam Jual beli emas di Toko Emas Pasar Los Kota Lhokseumawe dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitiannya bahwa perilaku konsumen itu dilakukan karena ingin berinvestasi, memenuhi kebutuhan dan juga ingin digunakan disaat acara penting seperti lebaran atau pernikahan yang berniat untuk memperlihatkan kemampuannya akan kemakmuran yang dimilikinya. Sehingga perilaku konsumen yang terjadi yaitu sering gonta ganti perhiasan tanpa mengingat akan harga emas ataupun kerugian dan keuntungan sehingga pembelian dilakukan secara berlebihan. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam jual beli emas tidak sesuai dengan ekonomi Islam karena sifat berlebihan dan memamerkan sangat dilarang dalam Islam karena tidak dapat memberikan masalah kepada setiap orang namun memberikan aspek kecemburuan sosial, namun jika perilaku untuk berinvestasi dan memenuhi kebutuhan maka didalam ekonomi Islam itu dibolehkan.

Keywords: Perilaku; jual beli, emas

¹ Fakultas Ekonosmi dan Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe/rahmawati@iainlhokseumawe.ac.id

² Fakultas Ekonosmi dan Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe/Husnisyams@iain Lhokseumawe.ac.id

³ Fakultas Ekonosmi dan Bisnis Islam, IAIN Lhokseumawe/nafirahanwar56@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perhiasan berjenis emas di Aceh sudah menjadi barang yang mudah di dapatkan dan masih menjadi tolak ukur kekayaan seseorang. Kedati perhiasan emas melambangkan kemakmuran bagi sipemakainya, karena merasa memiliki kelebihan untuk membelikan perhiasan yang mahal. Terlebih lagi perhiasan berjenis emas selalu dijadikan sebagai objek yang tinggi derajatnya, lantaran emas menjadi barang utama dalam mahar untuk melamar, apalagi jika digunakan untuk mempercantik diri, lebih-lebih sebagai yang untuk menabung dihari kelak, maka adat kebiasaan inilah yang sering digunakan oleh masyarakat Aceh pada umumnya.

Perilaku masyarakat Aceh sebagai konsumen itu lebih suka menabung dalam bentuk emas, selain bisa mempercantik diri juga menjadi sebuah tabungan untuk masa depan serta mudah untuk di jual kembali, maka kebiasaan ini sangat terlihat jelas jika perempuan Aceh akan membeli emas ketika memperoleh kelebihan, selanjutnya akan digunakan untuk sehari-hari atau di hari special saja, kemudian menjelang bulan puasa mereka akan menjualnya untuk membeli perlengkapan lebaran, dan jika adanya lebihan maka akan membeli emas kembali. Sehingga dengan perilaku masyarakat Aceh seperti itu, maka toko emas menjadi salah satu toko yang tidak pernah sepi pelanggan.

Biasanya konsumen dari kalangan ibu-ibu atau para remaja yang akan membeli emas jika mendekati hari-hari besar atau moment yang dirasakan perlu adanya gaya yang mewah ataupun anggun, seperti pada hari lebaran, pesta atau menghadiri pesta orang lain, sehingga tampak kemewahaan dan kemampuannya dalam mengenakan emas. Setelah yang dibutuhkan sudah terpenuhi maka selanjutnya emas akan dijual kembali dan itu akan ramai terjadi setelah lebaran.

Tingkat penjualan emas perhiasan memasuki bulan suci Ramadhan mencapai 70 persen atau naik dibanding pada hari biasanya 50 persen yang menjual kembali. Semua toko emas yang ada di Kota Lhokseumawe menjual bentuk emas yang berjenis London atau emas Murni, maka harga emas akan dibeli kembali menurut harga emas pada saat itu, karena harga emas asal dengan harga emas yang dijual itu berbeda, jika harga emas asal yaitu harga emas yang sebenarnya pada saat itu, namun harga emas jual maka sudah ditambahkan dengan ongkos pembuatannya, jika harga emas asal naik maka akan memperoleh keuntungan, namun jika harga emas asal turun, maka terdapat kerugian bagi yang membeli lebel emas berjenis tersebut. Berdasarkan kerugian yang didapatkan, maka tidak jauh beda dengan jenis emas yang lainnya, dimana terdapat pemotongan ongkos pembuatannya, namun bagi masyarakat semua hal tersebut sudah tidak dihiraukan asalkan keinginannya untuk mempercantik diri selalu bisa tercapai.

Teori Perilaku

Menurut Notoatmodjo (2003), perilaku adalah suatu kegiatan dan aktifitas organisme yang bersangkutan, baik aktifitas yang dapat diamati atau yang tidak dapat diamati oleh orang lain. Manusia berperilaku atau beraktifitas karena adanya kebutuhan

untuk mencapai suatu tujuan. Dengan adanya kebutuhan akan muncul motivasi atau penggerak. Sehingga individu itu akan beraktifitas untuk mencapai tujuan dan mengalami kepuasan. Seorang ahli psikolog Skinner (1983) mengatakan bahwa perilaku adalah respons atau reaksi seseorang terhadap stimulus. Teori Skinner disebut teori S-O-R (*stimulus-organism-response*). Ada dua jenis respon menurut teori S-O-R yaitu respondent respon dan operant respon. Yang pertama adalah Respondent respon merupakan respons yang ditimbulkan oleh stimulus tertentu dan menimbulkan respons yang relatif tetap. Sedangkan yang kedua yakni Operant respon, yang merupakan respons yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimuli yang lain.

2. METODE PENELITIAN

Rerumusan masalah penelitian ini adalah 1) Bagaimana Perilaku Konsumen dalam Jual beli emas di Toko Emas di Pasar Los Kota Lhokseumawe? dan 2) Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap Perilaku Konsumen dalam Jual beli emas di Toko Emas Pasar Los Kota Lhokseumawe?

Adapun jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif, karena data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

Adapun yang menjadi lokasi penelitian adalah seluruh Toko Emas Sinar yang berada di Pasar Los Kota Lhokseumawe yaitu berjumlah 10 toko antara lain Toko emas Asia, Toko Emas Miami, Toko Emas Rahmat, Toko emas Sinar Jaya, Toko Emas Eropa, Toko Emas Berlian, Toko Emas Bintang, Toko Emas Mutiara Indah, Toko Emas Sinar Murni dan Toko Emas Elok.

Pendekatan yang dilakukan adalah studi kasus atau pendekatan studi lapangan (*field study*), dimana penelitian ini dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam terhadap suatu organisasi, lembaga atau gejala tertentu dengan terjun langsung ke lokasi penelitian.

3. HASIL DAN DISKUSI

Berdasarkan hasil penelitian dari wawancara yang dilakukan dengan konsumen yang ada di 10 toko emas maka peneliti mengetahui ada alasan tertentu dari perilaku konsumen dalam melakukan jual beli emas yaitu bertujuan untuk investasi, untuk berhias dan juga untuk memenuhi kebutuhannya.

Perilaku konsumen dalam berinvestasi merupakan perilaku yang dilakukan dalam rangka menabung, sehingga sewaktu-waktu tabungannya bertambah banyak seiring dengan harga emas pada saat itu, maka perilaku ini tergolong dalam menabung namun tabungannya berlimpah bukan dalam bentuk bunga, maka di dalam ekonomi Islam perilaku ini dibolehkan karena rambu-rambu berinvestasi dalam syariah yakni:

a. Terbebas dari unsur riba

Riba merupakan kelebihan yang tidak ada padanan pengganti yang tidak dibenarkan syariah yang diisyaratkan oleh satu dari dua orang yang berakad. Adapun jenis barang ribawi ada 6 (enam), barang-barang tersebut adalah emas, perak, garam, tepung, gandum, dan kurma. Dari pernyataan di atas, emas termasuk dalam barang ribawi. Dalam kaitannya dengan ekonomi syariah, implikasi ketentuan tukar-menukar antar barang-barang ribawi dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jual beli antara barang-barang ribawi sejenis hendaklah dalam jumlah dan kadar yang sama. Barang tersebut pun harus diserahkan saat transaksi jual beli.
- 2) Jual beli antara barang-barang ribawi yang berlainan jenis diperbolehkan dengan jumlah dan kadar yang berbeda dengan syarat barang diserahkan pada saat akad jual beli.
- 3) Jual beli barang ribawi dengan barang bukan ribawi tidak disyariatkan
- 4) Jual beli antara barang-barang yang bukan ribawi diperbolehkan tanpa persamaan dan diserahkan pada waktu akad.

Di Indonesia, emas saat ini belumlah menjadi sebuah kebutuhan pokok. Indonesia masih menggunakan uang kertas dan logam sebagai mata uang. Apabila emas dijadikan mata uang dalam bentuk uang *dinar* dan *dirham*, sehingga menjadi sebuah kebutuhan pokok, maka komoditas emas akan semakin dibutuhkan oleh banyak orang dan pemerintah. Para konsumen yang melakukan investasi melalui emas, secara tidak langsung mereka menyimpan emas. Apabila konsumen memang berniat investasi, tidak untuk melakukan penimbunan maka investasi ini sesuai dengan prinsip syariah.

b. Terhindar dari unsur haram

Terhindar dari unsur haram baik dari zat nya maupun disebabkan adanya unsur; *tadlis*, *taghrir/ gharar*, riba dan terjadinya; *ikhtikar* dan *bay najash*. Secara zatnya jelas bahwa emas bukanlah barang yang diharamkan oleh Islam. Dari unsurnya sampai saat ini pun investasi kebun emas masih tidak termasuk ke dalam kategori haram, karena jelas, tidak mengandung penipuan, selama para pihak yang melakukan investasi ini saling mempunyai dan memberikan informasi yang cukup. Para investor yang melakukan investasi ini diharapkan agar benar-benar mempunyai niat untuk melakukan investasi, yakni jangka panjang bukan untuk spekulasi ataupun melakukan penimbunan yang dapat mengganggu mekanisme pasar dan peredaran jumlah emas di masyarakat.

c. Terhindar dari unsur *gharar*

Gharar dalam ilmu fiqih muamalah berarti melakukan sesuatu secara membabi buta tanpa pengetahuan yang mencukupi, atau mengambil risiko tanpa mengetahui dengan persis apa akibatnya, atau memasuki kancah risiko tanpa memikirkan konsekuensinya. Investasi jual beli emas adalah sesuatu yang halal. Tidak tercampur

antara antara halal dan haram. Karena emas adalah barang yang dihalalkan dan tidak bertentangan dengan syariah. Dari pernyataan-pernyataan yang telah dikemukakan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sampai dengan saat ini investasi emas masih dapat dikatakan investasi yang sesuai dan tidak bertentangan dengan kaidah syariah Islam.

Selanjutnya perilaku konsumen dalam jual beli emas yaitu untuk mempercantik diri dalam artian melakukan perbuatan yang jelas hukumnya dilarang karena berhias selain kepada suaminya atau di depan keluarganya yang muhrim. Karena di dalam islam perhiasan wanita dikategorikan dalam dua jenis yaitu pertama, yang memungkinkan untuk ditutup seperti wajah, telapak tangan, celak, cincin, gelang dan sejenisnya, kedua yang memungkinkan ditutup namun terkadang terbuka tanpa disengaja atau tidak terasa terbuka jadi ia tidak memperlihatkannya secara langsung (Thawilah, 2014).

Berdasarkan pendapat tersebut maka perilaku konsumen secara berlebihan karena menggunakannya untuk perhiasan yang tampak dilihat oleh orang lain itu tidak boleh dilakukan karena akan terbentuk kecemburuan sosial dalam lingkungan masyarakat yang dimilikinya. Selanjutnya perilaku konsumen yang membeli emas karena kebutuhan maka perilaku tersebut diperbolehkan, lantaran perlu untuk sesuatu hal atau untuk membayar utang yang dijadikan benda pada saat utang itu dilakukan.

4. KESIMPULAN

Setelah penulis menyelesaikan pembahasan dalam skripsi ini, kiranya dapat diambil kesimpulan :

- a. Perilaku konsumen dalam jual beli emas di Toko Emas Pasar Los Kota Lhokseumawe itu dilakukan karena ingin berinvestasi, memenuhi kebutuhan dan juga ingin digunakan disaat acara penting seperti lebaran atau pernikahan yang berniat untuk memperlihatkan kemampuannya akan kemakmuran yang dimilikinya. Sehingga perilaku konsumen yang terjadi di toko emas di Pasar Los Kota Lhokseumawe yaitu sering gonta ganti perhiasan tanpa mengingat akan harga emas ataupun kerugian dan keuntungan sehingga pembelian dilakukan secara berlebihan.
- b. Tinjauan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumen dalam jual beli emas di Toko Emas Pasar Los Kota Lhokseumawe tidak sesuai dengan ekonomi Islam karena sifat berlebihan dan memamerkan sangat dilarang dalam Islam karena tidak dapat memberikan masalah kepada setiap orang namun memberikan aspek kecemburuan sosial, namun jika perilaku untuk berinvestasi dan memenuhi kebutuhan maka didalam ekonomi Islam itu dibolehkan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A Karim, *Ekonomi Mikro Islam Edisi Ketiga*, Jakarta: Raja Grafinndo Persada, 2010.
- Afzalur Rahman, *Doktrin ekonomi Islam Jilid II*, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1945.
- Bani Ahmad Saibani, *Metode Penelitian*, Bandung: Pustaka setia, 2008.
- Bilson Simamura, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2004.
- Dimiyati Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Yogyakarta Pustaka Pelajar, 2008.
- Fauzar Amar, *Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, Jakarta: Uhamka Press, 2016.
- Idri, *Hadis Ekonomi (Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi)*, Jakarta: Kencana, 2015.
- Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2001.
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar Bin Al-Khathab*, Jakarta: Khalifah, 2006.
- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung : Rosdakarya, 2010.
- Mardani, *Fiqh Ekonomi Syari'ah: Fiqih Muamalah*, Jakarta: Kencana , 2012.
- Mardani, *Hukum Ekonomi Syariah di Indonesia*, Bandung: Refika Aditama, 2011.
- Madziatul Churiyah, *Mengenal Ekonomi Syariah*, Malang: Surya Pena Gemilang, 2011.
- M. Abdul Manan, *Teori dan Praktik Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Dana Bakti, 2010.
- Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Muhammad Nashhiruddin Al-Albani, *Ringkasan Shahih Muslim*, Jakarta: Gema Insani Press, 2005.
- M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Rkonomi Isalam dan Ekonomi Konvesional*, Jakarta: Kencana, 2010.
- M. Quraish,Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, vol 5. Jakarta:Lentera Hati, 2002.
- Nanda Limakrisna J Suprato, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis)*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2011.
- Narendraestri Larashati, *Perilkau Konsumen Terhadap Jual Beli Emas Menurut Etika Bisnis Islam (Study Kasus Toko Emas Hj. Slamet Pasar Cendrawasi Metro Pusat)*, Skripsi dipublikasikan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- Jurusan Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2017M.
- Nasruddin Sulaiman, *Pakaian dan Perhiasan Pengantin Etnis Aceh*, Daerah Istimewa Aceh : Departemen Pendidikan Nasional, 2000.
- Nurul Fadhillah, *Jual Beli Perhiasan Emas dengan Cara Tukar Tambah di Toko Emas Enggal Pasar Pakisaji Kabupaten Malang (Studi Komparasi Empat Madhab)*. Skripsi dipublikasikan. Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Mlaik Ibrahim Malang, 2015.
- Rahman Ghazaly Abdul dan Ihsan Ghufroon dan Shiodiq Sapiudin, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah*, Jilid. 4. Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006.
- Siti Nur Fatoni, *Pengantar Ilmu Ekonomi Dilengkapai Dasar-Dasar Ekonomi Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2014.
- Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, Medan: FEBI UIN-SU Press, 2018.
- Soekidjo Notoatmodjo, *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2003.
- Sukarno Wibowo dan Dedi Supriadi, *Ekonomi Mikro Islam*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2002.
- Suhendi Hendi, *Fiqh Muamalah*,. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 1997.
- Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003.
- Sutrisni Hadi, *Metodologi Research*, Yogyakarta: Fakultas Psikologi UGM, 2011.
- Tin Waroatul Watimah, “*Model Perilaku Konsumen terhadap Pembelian Handphone Menurut Teori Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Masyarakat Muslim Desa Kalibalik Kecamatan Banyuputih Kabupaten Batang)*”. Skripsi dipublikasikan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, 2015M.
- Wahbah Az-Zuhailly, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Juz. 4, Damaskus, 2005.
- Wikipedia, *Perhiasan*, Online. <http://id.wikipedia.org/wiki/perhiasan>, diakses pada 20 Juli 2019.
- Yusuf Al Subaily, *Fiqh Perbankan Syariah: Pengantar Fiqh Muamalah dan Aplikasinya dalam Ekonomi Modern*, Mahasiswa S3 Fakultas Syariah Uniersitas Islam Imam Muhammad Suad.