

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Pengambilan Keputusan

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlihat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini. Menurut *The American marketing association* dalam buku Nugraha mendefinisikan perilaku konsumen adalah interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi perilaku, dan lingkungan dimana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.<sup>1</sup>

Menurut Hawkins, Best dan Coney yang dikutip dalam bukunya Tatik Suryani bahwa perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi dan proses yang dilakukan untuk memilih, mengamankan, menggunakan dan menghentikan produk, jasa dan pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhannya dan dampaknya terhadap konsumen dan masyarakat.<sup>2</sup>

Perilaku konsumen adalah *consumer behavior is defined as the acts of individuals directly involved in obtaining and using economic good services including the decision process that precede and determine these act* (perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tertentu).<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Nugraha, J.Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), 3.

<sup>2</sup> Tatik Suryani, *Perilaku Konsumen Implementasi pada Pemasaran*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), 23

<sup>3</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen ...*, 3

Sedangkan menurut David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta dalam bukunya Anwar Prabu Mangkunegara mendefinisikan perilaku konsumen sebagai berikut : *consumer behavior may be defined as decision process and physical activity individuals, engage in when evaluating, acquiring, using or disposing of goods and services* (perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang melibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan barang-barang dan jasa).<sup>4</sup>

Sedangkan menurut Gerald Zaltman dan Melanie Wallendorf dalam bukunya Anwar Prabu Mangkunegara mendefinisikan perilaku konsumen adalah *consumer behavior are acts, process and social relationships exhibited by individuals, groups and organization in the obtainment, use of, and consequent experience with products, services and the resources* (perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan, proses dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk atau lainnya sebagai tindakan suatu akibat dari pengalamannya dengan suatu produk, pelayanan dan sumber-sumber lainnya).<sup>5</sup>

Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, menggunakan barang-barang atau jasa ekonomis yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan.<sup>6</sup>

## 2. Keputusan Konsumen

### a. Pengertian pengambilan keputusan

Dalam menganalisa keputusan, manajer lebih memusatkan perhatiannya pada penyusunan dan penyelesaian masalah, tetapi

---

<sup>4</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen...*, 4

<sup>5</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen...*, 5

<sup>6</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Perilaku Konsumen...*, 5

lebih dulu ia harus mengetahui masalahnya. Manajer yang baik harus mempunyai kemampuan untuk mengidentifikasi masalah dan kesempatan lebih awal. Satu masalah pokok yang terus-menerus dihadapi adalah penentuan tentang bisnis apa yang harus dilakukan. Informasi untuk mengambil keputusan dapat dikumpulkan dengan memonitor para pembeli.<sup>7</sup>

Keputusan merupakan permulaan dari semua kegiatan manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual, kelompok maupun secara intitusional. Jadi, barang siapa yang menghendaki adanya kegiatan (aktivitas) tertentu, ia harus mampu dan berani mengambil keputusan yang berhubungan dengan hal itu setepat-tepatnya. Keputusan ditujukan untuk masa yang akan datang, efek (hasilnya) akan berlangsung atau berguna pada hari-hari yang akan datang, sementara hari yang akan datang ini tidak menentu serta penuh dengan beraneka ragam macam resiko.<sup>8</sup>

Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang pengertian pengambil keputusan ini, yaitu:

- a) Menurut Geoge R. Terry dalam bukunya Salusu menjelaskan, definisi keputusan sebagai berikut: *a decision is a conclusion reached after consederation, it occurs when one option is selected, to the exclusion of other* (suatu keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dipakai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih sambil menyampaikan yang lain).<sup>9</sup>
- b) Menurut H. Malayu S.P Hasibuan pengambilan keputusan adalah suatu proses penentuan keputusan yang baik dari sejumlah alternatif untuk melakukan aktivitas-aktivitas pada masa yang

---

<sup>7</sup> Basu Swastha, Irawan, *Manajemen pemasaran Modern*, (Yogjakarta: Liberty Yogjakarta, 2005), 28

<sup>8</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Dasar*,..... 53-54

<sup>9</sup> Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik akan Organisasi Non profit*, (Jakarta: Profindo, 1996), 51

akan datang.<sup>10</sup>

- c) Pengertian keputusan yang dikemukakan oleh Praji Atmosudirjo yang dikutip dalam bukunya Surharnan bahwa keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif.<sup>11</sup>

Dari definisi-definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengambilan keputusan adalah proses bagaimana menetapkan suatu keputusan yang terbaik, logis, rasional, dan ideal berdasarkan fakta, data, dan informasi dari sejumlah alternatif untuk mencapai sasaran-sasaran yang telah ditetapkan dengan resiko terkecil, efektif, dan efisien untuk dilaksanakan pada masa yang akan datang.<sup>12</sup>

- b. Keputusan Pembelian menurut Perspektif Ekonomi Islam

Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pemindahan kepemilikan dalam perdagangan disebut jual beli yang di jelaskan pada Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 29 yang berbunyi:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا  
 أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ  
 كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa’: 29)<sup>13</sup>

<sup>10</sup> Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen: Dasar,....* 55

<sup>11</sup> Suharnan, *Psikologi Kognitif*, (Surabaya: Srikandi Gia,2005), 194

<sup>12</sup> Suharnan, *Psikologi Kognitif,....*, 195

<sup>13</sup>Departemen Agama RI. *Al-Qur'an da Terjemahannya*, 183

Dalam Islam keputusan pembelian dikenal dengan kata *khiyar* yang artinya mencari yang terbaik di antara dua pilihan, yaitu meneruskan atau membatalkan jual beli. Secara *lughah* (bahasa), *khiyar* berarti memilih, menyisihkan atau menyaring. Secara kebahasaan, kata *khiyar* berasal dari kata *khair* yang berarti baik. Dengan demikian *khiyar* dalam pengertian bahasa dapat berarti memilih dan menentukan sesuatu yang terbaik dari dua hal atau lebih untuk dijadikan pegangan dan pilihan. Secara *terminology*, ulama *fiqh* telah mendefinisikan *khiyar* ialah mencari kebaikan dari dua perkara melangsungkan atau membatalkan.<sup>14</sup>

Dalam proses apapun Allah melarang umat-Nya dalam kerugian, seperti halnya dalam aktivitas konsumsi. Manusia harus dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, juga antara yang baik dan yang buruk. Berdasarkan Firman Allah dalam QS. Al-Maidah ayat 100 yang berbunyi:

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَأُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠٠﴾

Artinya: Katakanlah: "Tidak sama yang buruk dengan yang baik, meskipun banyaknya yang buruk itu menarik hatimu, Maka bertakwalah kepada Allah Hai orang-orang berakal, agar kamu mendapat keberuntungan." (QS. Al-Maidah:100)<sup>15</sup>

Jadi telah dijelaskan bahwa hak *khiyar* ditetapkan dalam syariat Islam bagi orang-orang yang melakukan transaksi perdata seperti konsumsi, agar tidak dirugikan dalam transaksi yang mereka lakukan, sehingga *kemaslahatan* yang dituju dalam suatu transaksi tercapai dengan sebaik-baiknya. Tujuan diadakan *khiyar*, orang yang

<sup>14</sup> Sayyid Sabiq, Alih Bahasa, Kamaludin dkk. *Fikih Sunah* Cet.11, (Bandung: Pustaka. 1997), 100

<sup>15</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an da Terjemahannya*. (Semarang : CV. Sinar Ilahi, 2015), 99

berjual beli dapat memikirkan *kemaslahatan* masing-masing lebih jauh, supaya tidak akan terjadi penyesalan di kemudian hari karena merasa tertipu. Pada intinya, hak *khiyar* itu ditetapkan dalam Islam untuk menjamin kerelaan dan kepuasan timbal balik pihak-pihak yang melakukan suatu transaksi.<sup>16</sup>

c. Faktor-Faktor Pengaruh Keputusan Konsumen

Keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, dalam perkembangannya dijelaskan secara lebih luas bahwa ada empat faktor penentu utama yang berpengaruh dalam keputusan pembelian konsumen yakni:<sup>17</sup>

- 1) Faktor kebudayaan yang terdiri dari : budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Dimensi yang terbentuk adalah sub budaya dan kelas sosial. Sub budaya merupakan sekelompok orang yang berbagi sistem nilai berdasarkan persamaan pengalaman hidup dan keadaan. Seperti kebangsaan agama dan daerah. Kelas sosial merupakan pengelompokan individu berdasarkan kesamaan nilai, minat dan perilaku.
- 2) Faktor sosial, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status sosial. Kelompok acuan yang mempengaruhi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku seseorang. Keluarga menjadi faktor terkuat dalam perilaku pembelian. Para pelaku pasar memeriksa peran dan pengaruh

---

<sup>16</sup> Sayyid Sabiq, Alih Bahasa, Kamaludin dkk. *Fikih Sunah*, 101

<sup>17</sup> Kotler dan Armstrong, *Manajemen Pemasaran ...*, 134

suami, istri dan anak-anak dalam pembelian produk maupun servis yang berbeda. Peran dan Status Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat ditentukan berdasarkan peranan dan status. Setiap peranannya nantinya akan mempengaruhi perilaku pembelinya dan membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakatnya.

- 3) Faktor pribadi. Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Oleh karena itu, pengaruh pribadi merupakan sebab sekaligus hasil dari keterlibatan yang tinggi dan jarang menjadi sangat penting bila keterlibatannya rendah. Dimensinya meliputi Usia dan Siklus Hidup, pekerjaan, ekonomi, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri.
- 4) Faktor *psycological*. faktor psikologis adalah pilihan pembelian seseorang yang dipengaruhi oleh empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran serta keyakinan dan pendirian. . Dimensi yang terbentuk, Motivasi yang merupakan kebutuhan manusia diatur menurut sebuah hierarki, dari yang paling mendesak sampai yang tidak mendesak. Ketika kebutuhan mendesak sudah terpuaskan, kebutuhan tersebut menjadi motivator dan orang tersebut akan mencoba untuk memuaskan kebutuhan paling penting berikutnya. Persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengorganisasi dan menerjemahkan informasi untuk membentuk sebuah gambaran yang berarti. Pembelajaran merupakan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman serta Keyakinan merupakan gagasan yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu.<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> Nugraha, J. Setiyadi. *Perilaku Konsumen Konsep dan implikasi untuk...*, 11-15

d. Tahap-tahap Proses Keputusan Konsumen

Para konsumen akan menentukan proses pengambilan dalam pembelian mereka. Proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan masalah (*problem recognition*), pencarian informasi (*information search*), evaluasi alternatif (*evaluation of alternative*), keputusan pembelian (*purchase decision*), dan perilaku pasca pembelian (*postpurchase behaviour*).<sup>19</sup>

Adapun kelima tahap proses pengambilan keputusan tersebut terlihat pada gambar di bawah ini :

**Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan<sup>20</sup>**



Melihat gambar di atas dapat dipahami adanya tahap-tahap keputusan konsumen sebagai berikut :<sup>21</sup>

1) Pengenalan Masalah

Proses pembelian dimulai ketika pembeli menyadari adanya masalah atau kebutuhan. Dengan mengumpulkan informasi dan sejumlah konsumen, pemasaran dapat mengidentifikasi rangsangan yang paling sering membangkitkan minat akan suatu katagori produk. Pemasaran kemudian dapat mengembangkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen.

<sup>19</sup> Kolter Dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 204

<sup>20</sup> Kolter Dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 206

<sup>21</sup> Kolter Dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 207

## 2) Pencarian Informasi

Melalui pengumpulan informasi, konsumen mengetahui tentang merek-merek yang bersaing dan keistimewaan merek tersebut.

## 3) Evaluasi Alternatif

Terdapat beberapa proses evaluasi keputusan, sebagian besar dari proses evaluasi konsumen berorientasi secara *kognifikan*, yaitu mereka menganggap bahwa konsumen sebagian besar melakukan penilaian produk secara sadar dan rasional.

## 4) Keputusan Pembelian

Konsumen membentuk minat pembelian atas dasar faktor-faktor seperti pendapatan keluarga yang diharapkan dan manfaat produk yang diharapkan.

## 5) Perilaku Pasca Pembelian

Setelah membeli produk, konsumen akan mengalami level kepuasan atau ketidakpuasan, yaitu :<sup>22</sup>

### a) Keputusan Pasca Pembelian

Jika kinerja produk lebih rendah dari yang dirasakan, konsumen akan merasakan kekecewaan, jika ternyata sesuai harapan, konsumen akan puas, jika melebihi harapan, maka konsumen akan sangat puas. Perasaan-perasaan seperti itu akan membedakan apakah konsumen akan membeli kembali produk tersebut dan membicarakan hal-hal yang menguntungkan atau tidak menguntungkan tentang produk tersebut kepada orang lain.

### b) Tindakan Pasca Pembelian

Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen terhadap suatu produk akan mempengaruhi perilaku selanjutnya. Jika konsumen puas, ia akan menunjukkan kemungkinan yang

---

<sup>22</sup> Kolter Dan Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 209

lebih tinggi untuk membeli kembali produk tersebut. Dan sebaliknya, jika konsumen tidak puas, maka mungkin konsumen akan membuang atau mengembalikan produk tersebut.

#### c) Pemakaian dan Pembuangan Pasca Pembelian

Jika konsumen menyimpan produk itu ke dalam lemari, mungkin produk tersebut tidak begitu memuaskan dan kabar dari mulut ke mulut tidak akan gencar. Jika konsumen membuang produk, pemasar harus mengetahui bagaimana mereka membuangnya.

Dengan demikian tahap pengambilan keputusan Mahasiswa dalam memilih rumah kost dapat penulis gambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.2**

#### **Tahap Pengambilan Keputusan Dalam Memilih Kost<sup>23</sup>**



## **B. Mahasiswa**

### 1. Definisi Mahasiswa

Definisi mahasiswa dijelaskan dari berbagai sudut pandang pengertian sebagai berikut:<sup>24</sup>

#### a. Pengertian Mahasiswa secara Harfiah

Pengertian mahasiswa secara harfiah adalah seseorang yang belajar baik di sekolah tinggi, *institute*, universitas, akademi maupun

<sup>23</sup> Satya Rachmawati, *Analisis Preferensi Mahasiswa Dalam Pemilihan Tempat Kost*, Jurnal, (FEBI Universitas Brawijaya, 2013), 7

<sup>24</sup> Zamhari. *Pengertian Mahasiswa*. <http://www.academicindonesia.com/pengertian-mahasiswa/> diakses tanggal 1/7/2018, pukul 08.05

di perguruan tinggi. Definisi mahasiswa sendiri adalah seseorang yang belajar di perguruan tinggi setelah menamatkan Sekolah Menengah Atas (SMA).

b. Pengertian Mahasiswa menurut KBBI

Pengertian mahasiswa menurut KBBI adalah seseorang yang menuntut ilmu di perguruan tinggi. Di dalam dunia pendidikan, status mahasiswa adalah status tertinggi seorang murid di dunia pendidikan.

c. Pengertian Mahasiswa menurut para Ahli

1) Pengertian Mahasiswa menurut Sarwono

Pengertian mahasiswa menurut Sarwono adalah orang yang terdaftar aktif di perguruan tinggi. Adapun batas umur seorang yang dikatakan mahasiswa adalah 18-30 tahun. Oleh karena terdaftar aktif di perguruan tinggi yang bersangkutan tentu saja ada ikatan baik untuk mentaati tata tertib maupun ketentuan-ketentuan lainnya.

2) Pengertian Mahasiswa menurut Knopfemacher

Pengertian mahasiswa menurut Knopfemacher adalah seseorang yang sedang belajar di perguruan tinggi. Adapun para mahasiswa tersebut akan dipersiapkan untuk menjadi sarjana sesuai bidangnya masing-masing. Maka dari itu, menjadi intelektual adalah tujuan sebuah perguruan tinggi dalam kaitannya dengan aktivitas perguruan tinggi.

d. Pengertian Mahasiswa secara Umum

Pengertian mahasiswa secara umum merupakan seseorang yang belajar di bangku perkuliahan dengan mengambil jurusan yang disenangi sekaligus jurusan yang di dalamnya ada kemungkinan besar untuk mengembangkan bakatnya. Tentu saja semakin tinggi mahasiswa dalam menuntut ilmu di perguruan tinggi akan semakin *linier* dan spesifik terhadap ilmu pengetahuan yang digelutinya.

Mahasiswa sebagai individu yang sedang menuntut ilmu pengetahuan di perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau

lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi, mereka dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi.<sup>25</sup>

Maka secara umum, mahasiswa dapat diartikan sebagai seseorang yang tengah menjalani pendidikan tingkat perguruan tinggi yang pada masa mendatang akan menjadi seorang intelektual yang kritis, bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persoalan-persoalan kehidupan bangsa dan negara. Sebab, mahasiswa adalah generasi penerus bangsa.

## 2. Hak dan Kewajiban Mahasiswa

Sesungguhnya, hak dan kewajiban mahasiswa haruslah berjalan secara seimbang. Hak – hak mahasiswa tiada lain adalah memperoleh pengajaran, fasilitas, dan pelayanan dengan baik selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Mahasiswa sebagai kelompok terpenting dalam sebuah masyarakat juga harus dapat melaksanakan kewajiban-kewajibannya yakni belajar dan menuntut ilmu pengetahuan dengan baik, karena belajar merupakan syarat mutlak dalam mencapai tujuan ilmiah.<sup>26</sup>

Mahasiswa juga bertanggungjawab dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Secara bahasa, kata “Tri” sendiri berasal dari bahasa sansekerta. “Tri” artinya tiga, sedangkan “Dharma” bermakna kewajiban. Tri Dharma Perguruan Tinggi adalah tiga hal dasar yang harus ada saat menjalani aktivitas akademik. Dasar dan tanggung jawab tersebut dilakukan secara terus menerus dan dikembangkan secara beriringan. Isi dari Tri Dharma Perguruan Tinggi tersebut yakni:

---

<sup>25</sup> Dwi Siswoyo. *Ilmu Pendidikan*. (Yogyakarta: UNY Press. 2007). 121

<sup>26</sup>Yahya Ganda. *Petunjuk Praktis Cara Mahasiswa Belajar di Perguruan Tinggi*. (Jakarta:Grasindo. 2004). 1

pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan, pengabdian pada masyarakat.<sup>27</sup>

### 3. Peran dan Fungsi Mahasiswa

Sejak awal masa kebangkitan nasional tahun 1908 sampai pembentukan orde baru pada pertengahan tahun 1966, gerakan mahasiswa memegang peranan penting dalam memperjuangkan perubahan Negara Indonesia. Dalam sejarah, Indonesia tidak bisa lepas dari perjuangan mahasiswa, bahkan pada hakikatnya perjuangan Indonesia adalah perjuangan mahasiswa/pemuda.<sup>28</sup>

Terdapat tiga peran dan fungsi yang sangat penting bagi mahasiswa, yaitu:<sup>29</sup>

- a. Pertama adalah peran moral, dunia kampus merupakan dunia di mana setiap mahasiswa dengan bebas memilih kehidupan yang mereka inginkan. Mahasiswa dituntut untuk dapat bertanggungjawab terhadap moral diri masing-masing sebagai individu dalam menjalankan kehidupan di masyarakat.
- b. Kedua adalah peran sosial, mahasiswa selain memiliki tanggung jawab pribadi, mereka juga memiliki peran sosial, yaitu bahwa keberadaan dan segala perbuatannya tidak hanya bermanfaat untuk dirinya sendiri tetapi juga harus membawa manfaat bagi lingkungan sekitarnya.
- c. Ketiga adalah peran intelektual, mahasiswa sebagai orang yang disebut-sebut sebagai insan intelek haruslah dapat mewujudkan status tersebut dalam ranah kehidupan nyata. Dalam arti menyadari betul bahwa fungsi dasar mahasiswa adalah bergelut dengan ilmu pengetahuan dan memberikan perubahan yang lebih baik dengan intelektualitas yang ia miliki selama menjalani pendidikan.

---

<sup>27</sup>Zamhari. *Tri Dharma Perguruan Tinggi*. <http://www.academicindonesia.com>, diakses tanggal 10/07/2018

<sup>28</sup> Slamet Muljana. *Kesadaran Nasional dari Kolonialisme sampai Kemerdekaan*, jilid I, (Yogyakarta: IKIS. 2008). 283

<sup>29</sup> Lukman Hakim Dalimunthe. *Meredupnya Budaya Intelektual Dalam Tubuh HMI*. <http://ruangonline.com>, diakses 01/07/2018, pukul 08.15

#### 4. Eksistensi Mahasiswa

Eksistensi mahasiswa yakni sebagai *agent of change*, *agent of sosial control* dan *agent of culture*.<sup>30</sup>

a. Mahasiswa sebagai *Agent of Change* / Agen Perubahan.

Mahasiswa mengklaim dirinya sebagai *agent of change* sebagaimana sikap yang diambil oleh para pejuang dan pahlawan yang terlibat dalam dinamika kehidupan bangsa dan demi tercapainya suatu kondisi yang ideal bagi masyarakat dan lingkungan. Maka tak jarang mahasiswa juga terlibat aktif Mengkritisi kebijakan pemerintah yang tidak pro-keadilan dan pro-rakyat kecil.

b. Mahasiswa sebagai *Agent of Sosial Control*

Mahasiswa juga mengklaim dirinya sebagai agen sosial yang ikut aktif dalam kehidupan sosial masyarakat. Tujuannya adalah untuk menciptakan kondisi sosial yang ideal dan stabil dari dirinya dan masyarakat. Sehingga mahasiswa merasa perlu untuk terlibat aktif sesuai dengan esensi mahasiswanya.

c. Mahasiswa sebagai *Agent of Culture* / Agen Budaya

Agen budaya yang dimaksud adalah mengamati perubahan perilaku dan kehidupan masyarakat sekitarnya. Mereka juga ikut mengawali perubahan budaya yang baru bila budaya lama dianggap merugikan bagi masyarakat dan membawa kepada kebodohan. Namun, tak jarang mereka juga mempertahankan budaya yang lama atau yang telah ada bila dinilai tidak menghambat kepada kemajuan masyarakat. Jadi, mahasiswa tidak hanya belajar untuk meraih IPK tinggi dan memenuhi ambisi pribadinya, melainkan juga mahasiswa haruslah eksis dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Tentunya eksistensi mahasiswa ini bukan berarti sekedar eksis untuk mencari

---

<sup>30</sup> Griya Naskah. <http://gnaskah.blogspot.co.id>, diakses 05/07/2018

muka. Namun semata-mata merupakan bagian dari tanggung jawab yang telah tersematkan pada identitasnya sebagai “Mahasiswa”.

### C. Kost

#### 1. Definisi Kost

Kost adalah tinggal di rumah orang lain tanpa makan, dengan membayar setiap bulannya.<sup>31</sup> Dalam Wikipedia definisi kost adalah sebuah jasa yang menawarkan kamar untuk ditinggali dengan sejumlah pembayaran tertentu setiap periode (umumnya pembayaran dilakukan setiap bulan). Kata “kost” berasal dari bahasa Belanda yakni *in the kost*. Definisi “*in the kost*” sesungguhnya adalah “makan di dalam” apabila dijabarkan lebih lanjut dapat pula berarti “tinggal dan ikut makan” di dalam rumah tempat menumpang tinggal. Namun, maknanya sudah bergeser cukup jauh dari masa kemasa.<sup>32</sup>

Jadi pada dasarnya, rumah kost adalah rumah hunian yang menyediakan kamar untuk tinggal, lengkap dengan perabot standart tempat kost yakni tempat tidur dan lemari. Pembayarannya dilakukan bulanan, dan penghuni kost (bisa di sebut anak kost, walaupun mungkin sama sekali bukan anak-anak) bisaanya sudah tidak membayar biaya listrik dan air kecuali dalam kondisi tertentu, misalnya membawa peralatan elektronik yang mengkonsumsi listrik cukup besar.<sup>33</sup>

#### 2. Sejarah Kost

Kost (*in the kost*) telah ada sejak zaman kolonial / penjajahan Belanda di Indonesia. Pada saat itu “*in the kost*” adalah sebuah gaya hidup yang cukup populer di kalangan menengah ke atas untuk kaum pribumi, terutama sebagian kalangan yang mengagung-agungkan budaya Barat/Eropa khususnya adat Belanda, dengan *trend* ini mereka berharap

<sup>31</sup>W.J.S Poerwadarminta. *Kamus Umum Bahasa Indonesia edisi ke 3*. (Jakarta. Balai Pustaka. 2003). 443

<sup>32</sup> Wikipedia. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Indekost>, diakses 08/07/2018, pukul 19.03

<sup>33</sup> Wawancara dengan Nafin Nihayatie, Pemilik Kost Aulya, tanggal 07/07/2018 di Ngembal Rejo Kudus

banyak agar anaknya dapat bersikap dan berperilaku layaknya bangsa Belanda atau Eropa yang dirasa lebih terhormat saat itu.<sup>34</sup>

Dalam masa penjajahan, bangsa Belanda ataupun bangsa Eropa pada umumnya mendapat status sangat terpendang dan memiliki kedudukan tinggi dalam sastra sosial di masyarakat, terutama di kalangan masyarakat pribumi Indonesia. Orang-orang yang bukan orang Belanda dan berpandangan non-tradisional menganggap perlunya anak mereka bersikap seperti layaknya orang Belanda. Dengan membayar sejumlah uang tertentu sebagai jaminan, anaknya diperbolehkan untuk tinggal di rumah orang Belanda yang mereka inginkan, dengan beberapa syarat yang sudah diperhitungkan, dan resmilah si anak diangkat sebagai anak angkat oleh keluarga Belanda tersebut.<sup>35</sup>

Setelah tinggal serumah dengan keluarga Belanda tersebut, selain diperbolehkan makan dan tidur di rumah, si anak tetap dapat bersekolah dan belajar menyesuaikan diri dengan gaya hidup keluarga tempat ia menumpang. Konsep *in the kost* zaman dulu, yaitu mengadaptasi dan meniru budaya hidup, bukan sekedar hanya makan dan tidur saja, namun diharapkan setelah berhenti menumpang, sang anak dapat cukup terdidik untuk mampu hidup mandiri sesuai dengan tradisi keluarga tempat di mana ia pernah tinggal.<sup>36</sup>

Seiring berjalannya waktu, saat ini istilah *in the kost* disebut kost. Di berbagai daerah di Indonesia, sentra pendidikan, akademi, dan universitas tumbuh berjamuran. Hal ini diikuti dengan bertambahnya jumlah rumah-rumah atau bangunan khusus yang menawarkan jasa kost bagi para pelajar/mahasiswa yang membutuhkannya. Jasa ini tidaklah gratis, yaitu dengan melibatkan sejumlah pembayaran tertentu untuk setiap periode, yang bisaanya dihitung per bulan atau per minggu. Hal ini

---

<sup>34</sup> Wikipedia. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Indekost>, diakses 08/07/2018, pukul 19.03

<sup>35</sup> Wikipedia. <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Indekost>, diakses 08/07/2018, pukul 19.03

<sup>36</sup> Wikipedia, diakses 08/07/2018, pukul 19.03

berbeda dengan kontrak rumah, karena umumnya kost hanya menawarkan sebuah kamar untuk tempati.<sup>37</sup>

### 3. Fungsi Kost

Kost dirancang untuk memenuhi kebutuhan hunian yang bersifat sementara dengan sasaran pada umumnya adalah mahasiswa dan pelajar yang berasal dari luar kota ataupun luar daerah. Namun tidak sedikit pula kost-kostan ditempati oleh masyarakat umum yang tidak memiliki rumah pribadi dan menginginkan berdekatan dengan lokasi beraktifitas. Oleh karena itu pada prinsipnya fungsi kost yakni:<sup>38</sup>

- a. Sarana tempat tinggal sementara bagi mahasiswa yang pada umumnya berasal dari luar daerah selama masa studinya
- b. Sarana tempat tinggal sementara bagi masyarakat umum yang bekerja di kantor atau yang tidak memiliki rumah tinggal agar berdekatan dengan lokasi kerja
- c. Sarana latihan pembentukan kepribadian mahasiswa untuk lebih berdisiplin, mandiri dan bertanggung jawab karena jauh dari keluarga
- d. Tempat yang menggalang pertemanan dengan mahasiswa lain dan hubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya. Fungsi kost yang selama ini sebagai tempat tinggal, lalu berkembang dan berdampak pada lingkungan sekitarnya. Masyarakat di sekitar tempat kost tersebut kemudian menyiapkan penambahan sarana pendukung untuk mereka agar bisa beraktivitas, baik di dalam lokasi kost itu sendiri maupun di sekitar kost tersebut. Salah satu contohnya adalah penyedia jasa *laundry*, rumah makan, foto *copy*, jasa internet, tempat ibadah dan sebagainya.

### 4. Fasilitas Tempat Kost

Tempat kost memiliki fungsi yang sama dengan rumah sebagai tempat kost juga harus memiliki kriteria yang baik sebagai tempat tinggal

<sup>37</sup>Wikipedia, diakses 08/07/2018, pukul 19.03

<sup>38</sup>Staff.uny.ac.id/sites/default/files/Si./Artikel%20Manajemen%20Kos-kosan.pdf diakses 01/07/2018, pukul 08.30

mahasiswa yang menurut ilmu jauh dari daerah asalnya. Sehingga, fasilitas menjadi salah satu hal yang penting dalam proses pendidikan. Fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi, dan kemudahan.<sup>39</sup>

Rumah harus memiliki fasilitas yang baik untuk kenyamanan para penghuninya, sehingga rumah memiliki standar kriteria yang baik, seperti yang dikemukakan oleh Ettinger yang dikutip oleh Panudju Bambang, bahwa kriteria rumah yang baik ditinjau dari kesehatan dan keamanan dapat melindungi penghuninya dari cuaca hujan, kelembaban dan kebisingan, mempunyai ventilasi yang cukup, sinar matahari dapat masuk ke dalam rumah serta dilengkapi dengan prasarana air, listrik, dan sanitasi yang cukup.<sup>40</sup>

Di samping prasarana air, listrik dan sanitasi, masih terdapat fasilitas penunjang lainnya yang dibutuhkan oleh mahasiswa yaitu sarana kegiatan belajar mahasiswa. Sarana belajar dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu pertama, keadaan ruang belajar yang meliputi penerangan, letak, ventilasi dan perabot di dalamnya (almari, rak buku, meja, kursi dan sebagainya). Kedua, sumber pelajaran yang meliputi buku pelajaran, buku penunjangnya, termasuk alat bantu belajar seperti jangkar, penghapus, penggaris, mesin hitung, alat tulis dan sebagainya.<sup>41</sup>

##### 5. Jasa Rumah Kost

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*), sampai jasa sebagai suatu produk. Jasa adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada

<sup>39</sup>Kamus Besar Bahasa Indonesia. <http://fungsi-tempat-kost-dala-KBBI/html> diakses 09/07/2018, pukul 10.00

<sup>40</sup> Panudju Bambang. *Pengadaan Peumahan Kota Dengan Peran Serta Masyarakat Berpenghasilan Rendah*. (Bandung: Alumni. 1999). 29

<sup>41</sup> Sumadi Suryabrata. *Psikolog Pendidikan*. (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2001). 233

pihak lain yang pada intinya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.<sup>42</sup>

Jasa mempunyai empat karakteristik berbeda yang sangat mempengaruhi desain program pemasaran, yaitu:<sup>43</sup>

a. Tidak Berwujud (*Tangibility*)

Sifat jasa yang tidak berwujud mengakibatkan suatu jasa tidak dapat mencium, melihat, mendengar, meraba dan merasakan hasilnya sebelum membelinya. Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut konsumen akan mencoba mencari informasi tentang jasa tersebut.

b. Tidak Dapat Dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa umumnya diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Jika seseorang melakukan pembelian jasa, maka penyedia jasa tersebut merupakan bagian dari jasa. Karena konsumen selalu menunggu sampai jasa tersebut diproduksi, maka interaksi penyedia jasa dan konsumen merupakan ciri utama dari pemasaran jasa.

c. Bervariasi (*Variability*)

Jasa tergantung kepada siapa penyedia jasa tersebut dan kapan serta di mana jasa diproduksi, mengakibatkan jasa memiliki hasil yang berbeda-beda. Misalnya sebuah hotel yang sangat ramah melayani dan tanggap terhadap keluhan-keluhan tamunya, sedangkan hotel yang lain tidak.

d. Tidak Tahan Lama (*Perishability*)

Jasa tidak dapat disimpan. Karakteristik *perishability* ini tidak akan menjadi masalah jika permintaan tetap. Tetapi jika perusahaan berfluktuasi, maka perusahaan jasa mengalami masalah. Misalnya perusahaan transportasi harus menyediakan lebih banyak kendaraan selama jam-jam sibuk untuk memenuhi permintaan konsumen.

---

<sup>42</sup> Philip Kolter Dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12, Alih Bahasa oleh Bob Sabran, M.M. (Jakarta: Erlangga. 2006). 284

<sup>43</sup> Philip Kolter Dan Gary Amstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, 289

Pada dasarnya rumah tinggal merupakan sebuah bangunan yang terstruktur dengan pola tertentu, memiliki sistem konstruksi dengan pemakaian bahan-bahan yang beranekaragam, memberikan sejumlah ruangan, dan ruang yang berfungsi sebagai fasilitas sosial yang berpengaruh terhadap aspek spiritual, psikis, ekonomi dan sejenisnya bagi mahasiswa. Begitupun rumah sewa (kost) yang diharapkan oleh para penyewa agar dapat menjadi tempat yang aman dan nyaman walaupun berada jauh dari keluarga, juga dapat menunjang segala aktivitas selama menjalani pendidikan yang sekaligus tidak mengundang kemurkaan Allah SWT. Agar kelak akhirat juga tidak menimbulkan hal-hal yang menjauhkan dari *Keridhoan-Nya* Berikut 9 tolak ukur, apakah kost-kostan tersebut memenuhi kriteria layak untuk dihuni.<sup>44</sup>

a) Lingkungan dan Lokasi

Berlokasi di dalam lingkungan dengan reputasi baik, kondusif, aman tenang dan bersih, dan mudah diakses.

- 1) Lingkungan yang baik dan kondusif dapat meminimalisir resiko salah pergaulan atau jadi korban tindakan kriminal. Terdapat petugas keamanan lingkungan jadi nilai plus.
- 2) Lingkungan yang bersih pasti nyaman dan sehat untuk dihuni, berguna bagi kesehatan jasmani maupun mental dan dapat meminimalisir resiko terserang wabah penyakit.
- 3) Harus ada petugas kebersihan yang bertugas membuang sampah ke TPA pada lingkungan tersebut.
- 4) Hindari lokasi terpencil, keterpencilan / jauh dari lingkungan masyarakat akan menyiksa penghuninya.
- 5) Lokasi yang dekat dengan Masjid atau Mushola agar mahasiswa mudah melaksanakan kegiatan keagamaan dan berbaur dengan masyarakat sekitar.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup><https://www.kostdankntrakan.com/2014/12/kriteria-kost-kosan-ysng-layak-untuk.html> diakses 02/07/2018, pukul 13.17

<sup>45</sup>Wawancara dengan Naf'in Nihayatie, Pemilik Kost Aulya, tanggal 07/07/2018 di Ngembal Rejo Kudus

b) Bangunan dan Kelengkapan

Kelengkapan sarana dan prasarana bangunan adalah salah satu penentu harga sewa selain lokasi strategis. Dengan dukungan *desain* dan *finishing* yang baik dapat meningkatkan kualitas pada bangunan kost tersebut, secara otomatis akan jadi incaran banyak calon penghuni. Tata ruang yang efisien dan baik dapat meningkatkan kenyamanan dan efektifitas dalam penggunaan energi, selain itu juga mudah dalam pemeliharannya. Berikut sarana yang harus tersedia di sebuah bangunan kost :

- 1) Area parkir yang memadai, dapat menampung dan melindungi dengan aman semua kendaraan penghuninya tanpa menimbulkan keributan antara penghuni.
- 2) Tersedia dapur, agar dapat digunakan oleh semua penghuninya secara bersama, akan lebih baik jika ada di setiap lantai pada bangunan kost bertingkat.
- 3) Ruang tamu untuk kost bertingkat atau teras depan kamar bagi kost satu lantai.
- 4) Sarana air bersih, perhatikan kualitas air, harus jernih, tidak berbau dan tidak berwarna. Minimal pakai PAM, lebih bagus menggunakan 2 sumber PAM dan pompa / air tanah, jika pampunya mati masih ada air sumbernya. Tendon air wajib hukumnya.
- 5) Daya listrik memadai, minimal perkamar bisa menyalakan desktop / laptop, kipas angin, tv secara bersamaan.
- 6) Area cuci dan jemur harus ada entah tersedia pada masing-masing kamar atau terpadu jadi satu. Kalau terpadu baiknya ada koordinasi keamanan untuk menghindari kehilangan atau tertukarnya cucian antar penghuni.
- 7) Sanitasi bagus memenuhi standar kesehatan, saluran pembuangan limbah MCK harus berfungsi dengan baik, tertutup dengan rapi, lancar, bebas kebocoran atau mampet.

- 8) Memiliki tempat penampung sampah sementara dengan penutup.
- 9) Memiliki ruang atau *space* terbuka jauh lebih baik, contoh halaman atau taman.
- 10) Memiliki sarana keselamatan dan jalur evakuasi, gunaantisipasi bencana kebakaran atau gempa menjadi syarat mutlak bagi kost-kostan bertingkat lebih dari 2 lantai.
- 11) Memiliki tempat khusus ibadah seperti mushola dan toilet umum untuk digunakan tamu yang berkunjung.<sup>46</sup>

c) Kamar Kost

Jumlah total dan ukuran kamar menjadi penentu terakhir bagi para calon penghuni dalam menjatuhkan pilihannya. Ukuran dan patokan minimal sebuah kamar kost yang layak dihuni sebagai berikut:

- 1) Ventilasi udara berkasa harus ada dan benar pemasangannya sehingga sirkulasi udara lancar nyaman dan sehat bagi penghuninya, terhindar dari lembab dan pengap yang merupakan sebagai sumber penyakit.
- 2) Tiga macam jenis perabot di dalam sebuah kamar kost:
  - a. Perabotan mutlak harus ada di dalam kamar kost, lemari pakaian, kasur, bantal dan selimut.
  - b. Perabot penunjang boleh ada boleh tidak, tapi layak ada sebagai standar, contoh kursi, meja belajar, rak buku.
  - c. Perabot *plus* penunjang kenyamanan TV, kipas angin/AC, kulkas, dispenser.

Soal penawaran kamar kost kosongan tanpa perabot, itu relatif bukan mutlak, sesuaikan saja dengan keinginan atau selera sebagai calon penghuni.

---

<sup>46</sup>Wawancara dengan Naf'in Nihayatie, Pemilik Kost Aulya, tanggal 07/07/2018 di Ngembal Rejo Kudus

d) Tata Tertib

Memiliki tata tertib yang baik dan harus ditaati oleh para penghuni kost, guna menjaga kenyamanan dan keamanan bersama.

e) Pengawasan dan Penjagaan

Biarpun berada di dalam lingkungan yang baik belum tentu keamanan dan ketertiban di dalam kost-kostan akan terjamin dengan sempurna.

- 1) Jika pemilik tidak tinggal didalam lokasi kost-kostan, minimal harus ada penjaga atau penunggu yang diserahkan tanggung jawab penuh untuk mengawasi, menjaga dan memelihara bangunan kost beserta penghuninya.
- 2) Pemilik / Penjaga siap menampung keluhan atau laporan dari para penghuni secara bijaksana dan responsif.

f) Sinyal

Komunikasi HP dan akses internet harus lancar. Lokasi kost berada pada jangkauan sinyal berbagai *provider* telekomunikasi yang ada.

g) Tetangga

Sebagai calon penghuni mungkin tidak bisa memilih tetangga sesuai harapan, tapi setidaknya kita dapat menanyakan atau melihat siapa saja mayoritas penghuni yang ada di sana. Mulailah pada diri anda sendiri, jadilah penghuni kost yang sopan, ramah, bersahabat dan taati aturan. Secara otomatis tetangga akan baik dan menghormati anda dan kehidupan *social*, andapun akan sehat bebas dari permusuhan. Suasana bertetangga yang sehat dan taat sesuai tata tertib yang berlaku akan menciptakan kedamaian dan kehangatan antar penghuni.

h) Harga

Besar kecil biaya sewa itu relative tergantung faktor-faktor yang mempengaruhi:

- 1) Harga wajar sesuai dengan fasilitas dan *services* yang ditawarkan.

- 2) Sesuai dengan harga pasaran yang berlaku pada wilayah tersebut.
- 3) Bebas dari pungutan / iuran liar, seperti uang keamanan atau iuran sampah, karena biaya itu sudah *include* kedalam biaya sewa kost.

#### D. Sewa Menyewa dalam Islam

##### 1. Definisi Sewa Menyewa (*ijarah*)

Mahasiswa memilih rumah kost untuk ditempati atau dengan makna lain berarti menyewa. Sewa menyewa dalam Islam disebut *ijarah*. *Ijarah* adalah perjanjian sewa menyewa suatu barang dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa. Atau *ijarah* adalah transaksi sewa menyewa atas suatu barang dana atau upah mengupah atas suatu jasa dalam waktu tertentu melalui pembayaran sewa atau imbalan jasa tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan atas barang itu sendiri. *Ijarah* tetap menjadi milik yang menyewakan.<sup>47</sup>

*Al-Ijarah* berasal dari kata *al-ajru* yang arti menurut bahasanya ialah *al-‘iwadh*, yang arti dalam bahasa Indonesianya ialah ganti dan upah.<sup>48</sup>

Sedangkan *al-ijarah* menurut istilah para ulama berbeda-beda mendefinisikannya, antara lain adalah sebagai berikut.<sup>49</sup>

- a. Menurut Hanafiyah, *ijarah* ialah akad untuk membolehkan kepemilikan manfaat yang diketahui dan disengaja dari suatu zat yang disewa dengan imbalan.
- b. Menurut Malikiyah bahwa *ijarah* ialah nama bagi akad-akad untuk kemanfaatan yang bersifat manusiawi dan untuk sebagian yang dapat dipindahkan.
- c. Menurut Syaikh Syihab Al-Din dan Syaikh Umairah bahwa yang dimaksud dengan *ijarah* ialah akad atas manfaat yang diketahui

<sup>47</sup>Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*. ( Jakarta: Kencana.2012). 247

<sup>48</sup>Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). 114

<sup>49</sup>Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah* 114-115

- dan disengaja untuk memberi dan membolehkan dengan imbalan yang diketahui ketika itu.
- d. Menurut Muhammad Al-Syarbini Al-Khatib bahwa yang dimaksud dengan *ijarah* adalah kepemilikan manfaat dengan adanya imbalan dan syarat-syarat.
  - e. Menurut Sayyid Sabiq bahwa *ijarah* ialah suatu jenis akad untuk mengambil manfaat dengan jalan penggantian.
  - f. Menurut Hasbi Ash-Shiddiqie bahwa *ijarah* ialah akad yang objeknya ialah penukaran manfaat untuk masa tertentu, yaitu pemilikan manfaat dengan imbalan, sama dengan menjual manfaat.
  - g. Menurut Idris Ahmad bahwa upah artinya mengambil manfaat tenaga orang lain dengan jalan memberi ganti menurut syarat-syarat tertentu.
  - h. Menurut Muhammad Rawas Qalaji, *ijarah* adalah akad pemindahan hak guna atas barang atau jasa, melalui pembayaran upah sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan (*ownership/milkiyah*) atas barang itu sendiri.<sup>50</sup>

Berdasarkan definisi-definisi di atas, kiranya dapat dipahami bahwa *ijarah* adalah menukar sesuatu dengan ada imbalannya, diterjemahkan dalam bahasa Indonesia berarti sewa-menyewa dan upah-mengupah.<sup>51</sup> Jadi usaha rumah kost termasuk usaha dalam bentuk sewa menyewa (*al-ijarah*), karena usaha rumah kost adalah usaha yang memanfaatkan sumber daya alam dan manusia dengan keahlian yang dimiliki sehingga mampu mengolah apa yang dibutuhkan oleh masyarakat. Usaha rumah kost (sewa kamar) bukanlah merupakan usaha yang dilarang Islam, karena dari segi positifnya dengan mendirikan rumah kost terdapat unsur tolong menolong didalamnya, di mana dapat membuka lapangan pekerjaan dan rizki bagi orang lain.

---

<sup>50</sup> Mardani. *Hukum Ekonomi Islam*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 195

<sup>51</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 115

## 2. Dasar Hukum *ijarah*

Dasar-dasar hukum atau rujukan yang digunakan sebagai landasan hukum *ijarah* adalah Al-Qur'an, Al-Sunnah, dan Al-Ijma'.<sup>52</sup> Dasar hukum *ijarah* dalam Al-Qur'an diantaranya adalah QS. At-Thalaq ayat 6:

أَسْكِنُوهُنَّ مِنْ حَيْثُ سَكَنْتُمْ مِنْ وُجْدِكُمْ وَلَا تَضَارُّوهُنَّ لِتُضَيِّقُوا  
عَلَيْهِنَّ ۚ وَإِنْ كُنَّ أَوْلَاتٍ حَمَلٍ فَأَنْفِقُوا عَلَيْهِنَّ حَتَّىٰ يَضَعْنَ حَمْلَهُنَّ ۚ فَإِنْ  
أَرْضَعْنَ لَكُمْ فَآتُوهُنَّ أُجُورَهُنَّ ۚ وَأَتَمُّوْا بَيْنَكُمْ بِمَعْرُوفٍ ۚ وَإِنْ تَعَاَسَرْتُم  
فَسُتْرِعْ لَهُ ۚ أُخْرَىٰ ﴿٦﴾

Artinya: “Tempatkanlah mereka (para isteri) di mana kamu bertempat tinggal menurut kemampuanmu dan janganlah kamu menyusahkan mereka untuk menyempitkan (hati) mereka. dan jika mereka (isteri-isteri yang sudah ditalaq) itu sedang hamil, Maka berikanlah kepada mereka nafkahnya hingga mereka bersalin, Kemudian jika mereka menyusukan (anak-anak)mu untukmu Maka berikanlah kepada mereka upahnya, dan musyawarahkanlah di antara kamu (segala sesuatu) dengan baik; dan jika kamu menemui kesulitan Maka perempuan lain boleh menyusukan (anak itu) untuknya” (QS. At-Thalaq: 6)<sup>53</sup>

Dasar hukum *ijarah* dari Al-Hadits di antaranya adalah :

أَعْطُوا الْأَخِيرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجْفَ عُرْفُهُ

Artinya: “Berikanlah olehmu upah orang sewaan sebelum keringatnya kering” (Riwayat Ibnu Majah).<sup>54</sup>

Landasan *ijma'* nya ialah semua umat bersepakat, tidak ada seorang ulama pun yang membatah kesepakatan ini, sekalipun ada beberapa orang di antara mereka yang berpendapat, tetapi hal itu tidak dianggap.

<sup>52</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, 116-117

<sup>53</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 446

<sup>54</sup> Ibnu Hajar Al Asqalani. *Buluqhu'l Maram dan Dalil-Dalil Hukum*. (Jakarta: Gema Insani. 2013), 393

### 3. Rukun *ijarah*

Menurut Hanafiyah rukun *al-ijarah* hanya satu yaitu ijab dan qabul dari dua belah pihak yang bertransaksi. Adapun menurut Jumhur Ulama rukun *ijarah* ada empat, yaitu:<sup>55</sup>

- a. Aqid, dalam transaksi jasa (sewa menyewa) terdapat dua orang yang melakukan transaksi yaitu: *Musta'jir* adalah orang yang menyewa manfaat suatu barang atau yang menerima upah dan *Mu'jir* adalah orang yang menyewakan barang atau memberikan upah. Pihak yang berakad harus berakal, *mumayiz* dan *An-taradin* yang berarti kedua belah pihak melakukannya atas kemauan sendiri.
- b. *Sighat (ijab dan qabul)*
- c. Sewa atau imbalan
- d. Manfaat yang ditransaksikan

### 4. Syarat Sah *Ijarah*

Keabsahan *ijarah* sangat berkaitan dengan 'aqid (orang yang berakad), *ma'qud 'alaih* (barang yang menjadi objek akad), *ujrah* (upah) dan zat akad (*nafs al-'aqad*), adapun syarat-syarat *al-ijarah* yaitu :<sup>56</sup>

- a. Yang berkaitan dengan dua orang yang berakad. Menurut jumhur ulama Syafi'iyah dan Hanabalah disyaratkan telah *baligh* dan berakal. Oleh sebab itu, apabila orang yang belum atau tidak berakal, seperti anak kecil dan orang gila *ijarahnya* tidak sah. Akan tetapi, ulama Hanafiyah dan Malikiyah berpendapat bahwa kedua orang yang berakad itu tidak harus usia *baligh*. Oleh karenanya, anak yang baru *mumayyiz* pun boleh melakukan akad *al-ijarah*, hanya pengesahannya perlu persetujuan walinya.
- b. Kedua belah pihak yang berakad menyatakan kerelaannya melakukan akad *al-ijarah*. Apabila salah seorang diantaranya

<sup>55</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat*. (Jakarta: Prenadamedia Group. 2010). 278

<sup>56</sup> Abdul Rahman Ghazaly, dkk. *Fiqh Muamalat*, 279-280

terpaksa melakukan akad ini, maka akad *al-ijarah* nya tidak sah. Hal ini sesuai dengan firman Allah Q.S An-Nisa ayat 29:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa : 29)<sup>57</sup>

- c. Objek *al-ijarah* itu boleh disarankan dan digunakan secara langsung dan tidak ada cacatnya. Oleh sebab itu, para ulama *fiqh* sepakat, bahwa tidak boleh menyewakan sesuatu yang tidak boleh disarankan dan dimanfaatkan langsung oleh penyewa. Misalnya, seseorang menyewa rumah, maka rumah itu dapat langsung diambil kuncinya dan dapat langsung boleh dimanfaatkan.
- d. Manfaat yang menjadi objek *al-ijarah* harus diketahui, sehingga tidak muncul perselisihan kemudian hari. Apabila manfaat yang menjadi objek tidak jelas, maka akadnya tidak sah. Kejelasan manfaat itu dapat dilakukan dengan jenis manfaatnya.
- e. Objek *al-ijarah* itu sesuatu yang diharamkan oleh *syara'*. Oleh sebab itu, para ulama *fiqh* sepakat mengatakan tidak boleh menyewa seseorang untuk menyantet orang lain, menyewa seseorang untuk membunuh orang lain, demikian juga tidak boleh menyewakan rumah untuk dijadikan tempat-tempat maksiat.
- f. Yang disewakan itu bukan suatu kewajiban bagi penyewa, misalnya menyewa orang untuk melaksanakan shalat untuk diri penyewa atau menyewa orang yang belum haji untuk menggantikan haji penyewa.

<sup>57</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an da Terjemahannya*, 65

Para ulama fiqh sepakat mengatakan bahwa akad sewa menyewa seperti ini tidak sah, karena shalat dan haji merupakan kewajiban penyewa itu sendiri.

- g. Objek *al-ijarah* itu merupakan sesuatu yang bisa disewakan seperti, rumah, kendaraan, dan alat-alat perkantoran. Oleh sebab itu, tidak boleh dilakukan akad sewa menyewa terhadap sebatang pakaian. Karena pada dasarnya akad untuk sebatang pohon bukan dimaksudkan seperti itu.
- h. Upah sewa dalam *al-ijarah* harus jelas, tertentu, dan sesuatu yang memiliki nilai ekonomis.

#### 5. Jenis-Jenis Ijarah

Dilihat dari objek *ijarah* berupa manfaat suatu benda maupun tenaga manusia itu terbagi kepada dua bentuk, yaitu :<sup>58</sup>

- a. *Ijarah 'ain*, yaitu *ijarah* yang berhubungan dengan penyewaan benda yang bertujuan untuk mengambil manfaat dari benda tersebut tanpa memindahkan kepemilikan benda tersebut, baik benda bergerak maupun tidak bergerak.
- b. *Ijarah amal*, yaitu *ijarah* terhadap perbuatan atau tenaga manusia yang diistilahkan dengan upah-mengupah. Seperti mengupah seseorang yang telah melakukan suatu pekerjaan.

Dengan begitu dapat diketahui bahwa dalam Islam penyewaan rumah kost adalah *ijarah ain*, karena yang disewakan adalah manfaat bendanya tanpa ada hak kepemilikannya.

### E. Ekonomi Islam

#### 1. Definisi Ekonomi Islam

Ilmu ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam. Ilmu ekonomi Islam ini bertujuan untuk melakukan studi

---

<sup>58</sup>Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 131

terhadap kesejahteraan (falah) manusia yang dicapai dengan mengorganisasikan sumber-sumber daya di bumi berdasarkan kerjasama dan partisipasi. Sehingga dalam sistemnya lebih dikaitkan dengan bangunan masyarakat yang perilakunya didasarkan atas dasar sumber Islam al-Qur'an dan Hadits dimana sistem ekonomi Islam bisa dipraktekkan di masyarakat.<sup>59</sup>

Dalam bahasa Arab istilah ekonomi diungkapkan dengan kata al- 'iqtisad, yang secara bahasa berarti kesederhanaan dan kehemataan. Secara epistemologi, ekonomi berasal dari oikonomia (yunani), kata oikonomia berasal dari dua kata oikos yang berarti rumah tangga dan nomos yang berarti aturan. Jadi ekonomi adalah mengatur rumah tangga.<sup>60</sup> Sedangkan ekonomi secara umum didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia.<sup>61</sup>

Islam adalah agama yang mengatur tatanan hidup dengan sempurna, kehidupan individu dan masyarakat, baik aspek rasio, materi, maupun spiritual, yang didampingi oleh ekonomi, sosial dan politik.<sup>62</sup>

Ekonomi Islam adalah suatu cabang ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, menganalisa, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami. Yang dimaksudkan dengan cara-cara Islami di sini adalah cara-cara yang didasarkan atas ajaran agama Islam, yaitu al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Jadi, ilmu ekonomi Islam mendasarkan segala aspek tujuan, metode penurunan ilmu, dan nilai-nilai yang terkandung pada agama Islam.<sup>63</sup> Para ahli memiliki pandangan masing-masing tentang

---

<sup>59</sup> Euis Amalia, *Sejarah Pemikiran Ekonomi Islam*, (Jakarta: Pustaka Asatrus, 2005), 275

<sup>60</sup> Akhmad Mujahidin, *Ekonomi Islam, ....*, 10

<sup>61</sup> Pusat Pengkaji dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3Ei), *Ekonomi Islam, ....*, 17

<sup>62</sup> Yusuf Qardawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), 33

<sup>63</sup> Pusat Pengkajian dan Pengembang Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), 17

pengertian ekonomi Islam, berikut beberapa pengertian ekonomi Islam yang dikemukakan oleh ahli ekonomi Islam:

- a. Menurut Muhammad Abdul Mannan yang dikutip dalam bukunya Heri Sudarsono menjelaskan, definisi ekonomi Islam adalah Islamic economics is social science which studies the economics problems of a people imbued with the values of Islam (ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami oleh nilai-nilai Islam).<sup>64</sup>
- b. Menurut Muhammad Syauqi Al-Fanjari yang dikutip dalam bukunya Neni Sri Imaniyati menjelaskan ekonomi Islam adalah ilmu yang mengarahkan kegiatan ekonomi dan mengaturnya sesuai dengan dasar-dasar dan siasat ekonomi Islam.<sup>65</sup>
- c. Ekonomi Islam sebagai ilmu yang mempelajari perilaku muslim dalam suatu masyarakat Islam yang mengikuti al- Qur'an, as-Sunnah, Qiyas, dan Ijma'. Metwally memberikan alasan bahwa dalam ajaran Islam, perilaku individu dan masyarakat dikendalikan kearah bagaimana memenuhi kebutuhan dan menggunakan sumber daya yang ada. Dalam Islam disebutkan bahwa sumber daya yang tersedia adalah kecukupan, dan oleh karena itu dengan kecakapannya manusia dituntut untuk memakmurkan dunia yang sekaligus sebagai beribadah kepada tuhan.<sup>66</sup>

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ekonomi Islam merupakan suatu ilmu dan praktek kegiatan ekonomi berdasarkan pada ajaran Islam yakni ajaran yang sesuai dan tidak bertentangan dengan al-Qur'an dan Sunnah Nabi (Hadits) dengan esensi tujuan

---

<sup>64</sup>Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam Suatu Pengantar*, (Yogyakarta: EKONOSIA,2007), 13-16

<sup>65</sup> Neni Sri Imaniyati, *Perbankan Syariah dalam Perspektif Ilmu Ekonomi*, (Bandung: Mandar Maju, 2013), 18-19

<sup>66</sup> M. Metwally, *Teori dan Model Ekonomi Islam*, (Jakarta: Bangkit Daya Insani, 1995), 1

ekonomi Islam adalah mewujudkan kebahagiaan dan kesejahteraan manusia di dunia dan akhirat.<sup>67</sup>

## 2. Dasar hukum ekonomi Islam

### a. Al-Qur'an

Menurut Sayyid Husein Nasr yang dikutip dalam bukunya Muhammad Ali Daud menjelaskan bahwa, al-Qur'an sebagai pedoman abadi. Al-Qur'an berisi sesuatu yang sulit untuk dijelaskan dalam bahasa biasa, karena ayat-ayat al-Qur'an berasal dari firman Allah SWT, mengandung kekuatan yang berbeda dari apa yang dapat kita pelajari secara rasional.<sup>68</sup>

Al-Qur'an adalah sumber pertama dan utama ekonomi Islam, di dalamnya terdapat hal ihwal yang berkaitan dengan ekonomi, dan juga terdapat hukum-hukum yang berkaitan tentang ekonomi, seperti halnya yang terkandung dalam surat Al-Muthaffifin: 1-3, sebagaimana firman Allah SWT:

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾  
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Artinya:

1. Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang
2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi,
3. Dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi. (QS. Al-Muthaffifin: 1-3)<sup>69</sup>

<sup>67</sup> Amalia Nuril Hidayat, *Ekonomi Makro, Diklat*, (Tulungagung: Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2016), 4

<sup>68</sup> Muhammad Ali Daud, *Hukum Islam Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam*, (Jakarta: PT Grafindo Persada, 2002), 74-77

<sup>69</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tafsirnya*, (Edisi yang Disemurnakan), 470

## b. Hadits

Dalam konteks hukum Islam, sunnah secara harfiah berarti cara, adat istiadat, kebiasaan hidup mengacu pada perilaku Nabi SAW yang dijadikan teladan. As-Sunnah adalah sumber kedua dalam perundang-undangan agama Islam. Di dalamnya terdapat khazanah aturan perekonomian Islam, diantaranya:

وَعَنْ ابْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : لَعَنَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ, أَكِلَ الرِّبَا وَمُؤَكِّلَهُ. رواه مسلم

Artinya: “Ibnu Mas’ud r.a. berkata: Rasulullah SAW telah melaknat pemakan riba dan yang memakannya.” (HR. Muslim)<sup>70</sup>

## 3. Prinsip-prinsip ekonomi Islam

Kegiatan ekonomi dalam ajaran Islam adalah bagian dari muamalah. Dilihat dari segi kriterianya, bidang muamalah masuk ke dalam kelompok ibadah ‘ammah, dimana aturan tata pelaksanaannya lebih banyak bersifat umum. Jika muamalah yang dilakukan dan dikembangkan itu mengandung substansi yang dikehendaki oleh syara’, sesuai dengan prinsip dan kaidah yang ditetapkan syara’, serta bertujuan untuk kemaslahatan umat manusia dan menghindarkan kemudharatan dari mereka, maka jenis muamalah tersebut diterima.<sup>71</sup>

Dengan cakupan dasar yang terkandung dalam ekonomi Islam tersebut, maka prinsip-prinsip Islam membentuk keseluruhan kerangka yang jika diibaratkan sebagai sebuah bangunan. Bangunan ekonomi Islam didasarkan atas lima nilai universal, yakni: tauhid (keimanan), ‘adl (keadilan), nubuwwah (kenabian), khilafah (pemerintah), dan kerelaan.<sup>72</sup>

<sup>70</sup> Salim Bhreisj, *Riadhush Sihin*, (terjemaah), (Bandung: PT Alma’arif, 1987), 179

<sup>71</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), 18

<sup>72</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), 6

a. Prinsip tauhid

Tauhid merupakan pondasi ajaran Islam. Dengan tauhid manusia menyaksikan bahwa tiada sesuatu pun yang layak disembah selain Allah dan tidak ada pemilik langit, bumi dan isinya, selain daripada Allah. Dalam Islam, segala sesuatu yang ada tidak diciptakan dengan sia-sia, tetapi memiliki tujuan. Tujuan diciptakannya manusia dalam hubungannya dengan alam dan sumber daya serta manusia (mu'amalah) dibingkai dengan kerangka hubungan dengan Allah SWT. Karena kepada-Nya manusia mempertanggungjawabkan segala perbuatan, termasuk aktivitas ekonomi dan bisnis.

Ekonomi sebagai sebuah ilmu yang dijadikan mediasi dalam memenuhi kebutuhan (hajat) manusia, baik kebutuhan primer, kebutuhan sekunder maupun kebutuhan pelengkap, melibatkan interaksi antara aspek metafisik dan aspek fisik. Kegiatan ekonomi dalam perspektif tauhid dilandasi oleh prinsip-prinsip ilahiyah yang bermuara pada kesejahteraan lahir dan batin manusia.<sup>73</sup>

b. Prinsip 'adl

Di antara pesan-pesan al-Qur'an (sebagai sumber hukum Islam) adalah penegak keadilan. Seseorang disebut berlaku adil apabila ia tidak berat sebelah dalam menilai sesuatu, tidak berpihak kepada salah satu, kecuali keberpihakannya kepada siapa saja yang benar sehingga ia tidak akan berbuat berwenang-wenang. Implikasi ekonomi dari nilai ini adalah bahwa pelaku ekonomi tidak boleh untuk mengejar keuntungan pribadi bila hal itu merugikan oranglain atau merusak alam.<sup>74</sup>

c. Prinsip nubuwwah

Karena sifat rahman, rahim dan kebijaksanaan Allah SWT, manusia tidak dibiarkan begitu saja di dunia tanpa mendapatkan

---

<sup>73</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam...*, 6

<sup>74</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam...*, 8

bimbingan. Karena itu diutuslah para Nabi dan Rasul untuk menyampaikan petunjuk dari Allah SWT kepada manusia tentang bagaimana hidup yang baik dan benar di dunia. Sifat-sifat utama sang model yang harus diteladani oleh manusia pada umumnya dan pelaku ekonomi dan bisnis pada khususnya, adalah sebagai berikut:<sup>75</sup>

1) Shiddiq (jujur)

Shiddiq berarti jujur dan benar. Prinsip ini harus melandasi perilaku ekonomi manusia, baik produksi, distribusi maupun konsumen. Nilai dasarnya adanya integritas dalam pribadi, selalu berkata benar, tidak berbohong, pemikiran jernih. Nilai bisnisnya ialah selalu berperilaku jujur, ikhlas, terjamin, keseimbangan emosi, berusaha dalam komoditi yang halal, tidak memperjual belikan barang haram atau yang asal usul barang itu tidak jelas.

2) Amanah (tanggungjawab)

Nilai dasar amanah adalah terpercaya, bisa memegang amanah, tidak mau menyeleweng, selalu mempertahankan prinsip berdiri di atas kebenaran. Nilai bisnisnya adalah adanya kepercayaan, bertanggungjawab, transparan, tepat waktu, dan memberikan yang terbaik. Dalam dunia bisnis, amanah memegang peranan penting dalam pengembangan berbagai bidang usaha. Kemaslahatan dalam bentuk keseimbangan (untung rugi, plus minus, harapan dan resiko, kewajiban dan hak, dan lain sebagainya) dalam hidup bermasyarakat akan terealisasi jika muamalah antar sesama dilakukan dengan penuh amanah dan saling percaya.

3) Fathonah (kemampuan)

Sifat fathonah (kecerdikan, kebijaksanaan, intelektual) dapat dipandang sebagai strategi hidup setiap muslim. Karena untuk

---

<sup>75</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam ...*, 8

mencapai Sang Maha Benar, seorang muslim harus mengoptimalkan segala potensi yang telah diberikan oleh-Nya. Potensi yang paling berharga dan termahal yang hanya diberikan kepada manusia.

Implikasi ekonomi dan bisnis dari sifat ini adalah bahwa segala aktivitas harus dilakukan dengan ilmu, kecerdasan dan pengoptimalan semua potensi akal yang ada untuk mencapai tujuan. Jujur, benar, kredibel dan bertanggungjawab saja tidak cukup dalam berekonomian dan bisnis. Para pelaku harus pintar dan cerdas supaya usahanya efektif dan efisien, dan agar tidak menjadi korban penipuan.

#### 4) Tabligh (menyampaikan)

Sifat tabligh (komunikasi, keterbukaan, pemasaran) merupakan teknik hidup muslim karena setiap muslim mengemban tanggungjawab dakwah, yakni menyeru, mengajak, memberitahu. Sifat ini, bila sudah mendarah daging pada setiap muslim, apalagi yang bergerak dalam ekonomi dan bisnis, akan menjadikan setiap pelaku ekonomi dan bisnis sebagai pemasar-pemasar yang tangguh dan lihai. Karena sifat tabligh merupakan prinsip-prinsip ilmu komunikasi, pemasaran, penjualan, periklanan, pembentukan opini massa, open management, iklim keterbukaan, dan lain-lain.<sup>76</sup>

#### d. Prinsip khalifah

Dalam surat Al-Baqarah: 30 Allah SWT berfirman bahwa manusia diciptakan untuk menjadi khalifah di bumi, artinya untuk menjadi pemimpin dan pemakmur bumi. Karena itu pada dasarnya setiap manusia adalah pemimpin.<sup>77</sup> Penegasan manusia sebagai khalifah (penguasa) bumi dalam al-Qur'an menjelaskan bahwa

<sup>76</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam ...*, 26

<sup>77</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam ...*, 30

manusia diberi mandat untuk menjaga, mengelola dan melestarikan alam seisinya secara baik.<sup>78</sup>

Fungsi utamanya adalah agar menjaga keteraturan interaksi antar kelompok termasuk dalam bidang ekonomi agar kekacauan dan keributan dapat dihilangkan atau dikurangi.

e. Prinsip kerelaan

Implementasi dari prinsip kerelaan di atas, dalam sistem ekonomi Islam di syariatkan khiyar (kebebasan bagi pembeli untuk memilih untuk melanjutkan transaksi atau mengembalikan barang yang kualitasnya tidak sesuai dengan harga atau jika terdapat cacat). Namun, perlu ditegaskan disini bahwa prinsip kerelaan ini tidak berlaku umum untuk semua bentuk transaksi. Transaksi untuk objek yang jelas dilarang Islam tidak berarti dibolehkan dengan alasan sama-sama rela, misalnya transaksi yang mengandung riba.<sup>79</sup>

4. Kaidah-Kaidah Konsumsi dalam Eknomi Islam

Konsumen non muslim tidak mengenal istilah halal atau haram dalam masalah konsumsi. Karena itu dia akan mengkonsumsi apa saja, kecuali jika ia tidak bisa memperolehnya, atau tidak memiliki keinginan untuk mengkonsumsinya.<sup>80</sup>

Adapun konsumen muslim, maka dia komitmen dengan kaidah-kaidah dan hukum-hukum yang disampaikan dalam syariat untuk mengatur konsumsi agar mencapai kemanfaatan konsumsi seoptimal mungkin, dan mencegah penyelewengan dari jalan kebenaran dan dampak mudharatnya, baik bagi konsumen sendiri maupun yang selainnya.<sup>81</sup>

Dalam penyewaan rumah kost, mahasiswa merupakan sebagai konsumen. Mahasiswa sebagai konsumen yang dimaksudkan di sini

<sup>78</sup> Muhammad, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam ...*, 33

<sup>79</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 23

<sup>80</sup> Al Haritsi, Jaribah. *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kautsar Grup. 2006. hlm 141

<sup>81</sup> Al Haritsi, Jaribah. *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khattab ...* hlm 142

adalah mengkonsumsi berupa nilai manfaatnya atau nilai *masalahnya*. Mahasiswa juga perlu mempertimbangkan kaidah-kaidah sebelum menyewa rumah kost, berikut ini kaidah-kaidah terpenting dalam konsumsi yang terdapat di dalam Fikih Ekonomi Umar *Radhiyallahu Anhu*:<sup>82</sup>

a. Kaidah Syariah

Kaidah ini tidak terbatas pada bentuk konsumsi, namun mencapai tiga bidang, yaitu: kaidah akidah, kaidah ilmiah, kaidah amaliah.

1) Kaidah Akidah

Maksud kaidah ini adalah mengetahui hakekat konsumsi, yaitu bahwa konsumsi sebagai sarana yang dipergunakan seorang muslim dalam menaati Allah Ta'ala.

2) Kaidah Ilmiah

Maksudnya, bahwa seorang muslim harus mengetahui hukum-hukum syariah yang berkaitan dengan apa yang dikonsumsi. Sebab, orang yang tidak mengkaji hukum syariah terkait dengan apa yang dikonsumsi, maka “dia akan makan riba, suka ataupun tidak”, seperti yang dikatakan Umar *Radhiyallahu Anhu*.

3) Kaidah Amaliah (Bentuk Konsumsi)

Kaidah ini merupakan aplikasi kedua setelah kaidah sebelumnya, maksudnya memperhatikan bentuk barang konsumsi. Di mana seorang muslim tidak akan mengkonsumsi melainkan yang halal, dan selalu menjauhi konsumsi yang haram dan syubhat.

b. Kaidah Kuantitas

Tidak cukup bila barang yang dikonsumsi halal, tapi dalam sisi kuantitasnya harus juga dalam batas-batas syariah, yang dalam penentuan kuantitas ini memperhatikan beberapa faktor ekonomis sebagai berikut:

---

<sup>82</sup> Al Haritsi, Jaribah. *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khattab*... hlm 142 -164

- 1) Kuantitas Konsumsi dalam kondisi yang wajar yaitu sederhana. Maksudnya, tengah-tengah antara boros dan pelit. Kesederhanaan ini merupakan salah satu sifat hamba Allah Yang Maha Pengasih, seperti disebutkan dalam firman-Nya:

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya: “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-Furqon: 67)<sup>83</sup>

- 2) Kesesuaian antara Konsumsi dan Pemasukan

Kesesuaian antara konsumsi dan pemasukan adalah hal yang sesuai dengan fitrah manusia dan realita. Karena itu, salah satu aksiomatik ekonomi adalah bahwa pemasukan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi permintaan konsumen individu. Di mana permintaan menjadi bertambah jika pemasukan bertambah, dan permintaan menjadi berkurang jika pemasukan menurun, disertai tetapnya faktor-faktor yang lain.

Kesesuaian antara konsumsi dan pemasukan tersebut memiliki dalil-dalilnya dalam perekonomian Islam, diantaranya firman Allah Ta’ala:

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قُدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا آتَاهُ اللَّهُ

لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا مَاءً آتَاهَا سَيَجْعَلُ اللَّهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿٧﴾

Artinya: “Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan”. (QS. At-Thalaq: 7)<sup>84</sup>

<sup>83</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.... Hlm 291

<sup>84</sup> Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.... Hlm 446

### 3) Penyimpanan dan Pengembangan

Menabung merupakan suatu keharusan untuk merealisasikan pengembangan (investasi). Salah satu hal yang telah dimaklumi, bahwa hubungan antara penyimpanan dan konsumsi adalah kebalikan. Setiap salah satu dari keduanya bertambah, maka berkuranglah yang lain. Karena itu memperluas konsumsi akan berdampak pada penurunan simpanan. Dan demikian ini adalah menghambat upaya investasi

#### c. Memperhatikan prioritas konsumsi

Jenis barang konsumsi dapat dibedakan dalam tiga tingkatan, yaitu:

- 1) Primer, sesuatu yang harus terpenuhi untuk menegakkan kemaslahatan-kemaslahatan agama dan dunia, yang tanpa dengannya kondisi tidak akan stabil, dan seseorang tidak aman dari kebinasaan.
- 2) Sekunder, sesuatu yang menjadi tuntutan kebutuhan, yang tanpa dengannya akan terjadi kesempitan, namun tidak sampai pada tingkatan primer
- 3) Tersier, sesuatu yang tidak sampai pada tingkatan kebutuhan primer dan bukan pula kebutuhan sekunder, namun hanya sebatas pelengkap dan hiasan.

#### d. Kaidah Sosial

Mengetahui faktor-faktor sosial yang berpengaruh dalam kuantitas dan kualitas konsumsi.

#### e. Kaidah Lingkungan

Yang dimaksud lingkungan di sini adalah bumi dan apa saja yang terdapat padanya. Lingkungan ini memiliki pengaruh besar dalam perilaku konsumsi. Karena itu, sering terjadi perubahan pola konsumsi karena mengikuti perubahan lingkungan, dan faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi tersebut bisa bersifat materi maupun non materi.

## 5. Nilai-nilai dasar ekonomi Islam

Nilai-nilai dasar ekonomi Islam adalah seperangkat nilai yang telah diyakini dengan segenap keimanan, dimana ia akan menjadi landasan paradigma ekonomi Islam. Nilai-nilai dasar ini baik nilai filosofis, instrumen maupun institusional didasarkan atas al-Qur'an dan Hadits yang merupakan dua sumber normatif tertinggi dalam agama Islam. Inilah hal utama yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional, yaitu ditematkannya sumber ajaran agama sebagai sumber utama ilmu ekonomi. Tentu saja, Al-Qur'an dan Hadits bukanlah merupakan suatu sumber yang secara instan menjadi ilmu pengetahuan.<sup>85</sup>

Ada beberapa nilai yang menjadi sumber dari dasar sistem Islam, antara lain:

### a. Kepemilikan

Nilai dasar pemilikan dalam sistem ekonomi Islam, yaitu: 1) Pemilikan terletak pada kepemilikan pemanfaatannya dan bukan menguasai secara mutlak terhadap sumber-sumber ekonomi, 2) Pemilikan terbatas pada sepanjang umurnya selama hidup di dunia, dan bila orang itu mati, harus didistribusikan kepada ahli warisnya menurut ketentuan Islam, dan 3) Pemilikan perorangan tidak dibolehkan terhadap sumber-sumber yang menyangkut kepentingan umum atau menjadi hajat hidup orang banyak.<sup>86</sup>

### b. Keseimbangan

Merupakan nilai dasar yang pengaruhnya terlihat pada berbagai aspek tingkah laku ekonomi muslim, misalnya kesederhanaan, berhemat dan menjauhi pemborosan. Konsep nilai kesederhanaan berlaku dalam tingkah laku ekonomi, terutama dalam menjauhi konsumerisme, dan menjauhi pemborosan berlaku tidak hanya untuk

---

<sup>85</sup> Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam ...*, 43

<sup>86</sup> Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam*, ( Jakarta: Media Da'wah dan LIPPM), 45

pembelanjaan yang diharamkan saja, tetapi juga pembelanjaan dan sedekah yang berlebihan.

c. Keadilan

Secara garis besar keadilan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana terdapat kesamaan perlakuan di mata hukum, kesamaan hak kompensasi, hak hidup layak, dan hak menikmati pembangunan.<sup>87</sup>

6. Tujuan ekonomi Islam

Islam berorientasi pada tujuan, prinsip-prinsip yang mengarahkan pengorganisasian kegiatan-kegiatan pada tingkat individu dan bertujuan untuk mencapai tujuan-tujuan menyeluruh dalam tata sosial Islam. Secara umum tujuan-tujuan itu dapat di golongkan sebagai berikut:

- a. Menyediakan dan menciptakan peluang-peluang yang sama dan luas bagi semua orang untuk berperan serta dalam kegiatan-kegiatan ekonomi.
- b. Memberantasan kemiskinan absolut dan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dasar bagi semua individu masyarakat. Kemiskinan bukan merupakan penyakit ekonomi, tetapi juga mempengaruhi spiritualisme individu. Berpartisipasi aktif dalam setiap kegiatan-kegiatan ekonomi.
- c. Mempertahankan stabilitas ekonomi dan pertumbuhan, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Stabilitas ekonomi dalam kerangka Islam menunjukkan pada penerapan stabilitas harga dan tiadanya pengangguran. Tujuan-tujuan ini akan memberikan sumbangan besar bagi pertumbuhan ekonomi dan akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Ahmad M. Saefuddin, *Studi Nilai-Nilai Sistem Ekonomi Islam, ...* 47

<sup>88</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam: Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 19-20

## F. Penelitian Terdahulu

Salah satu yang memegang peranan penting dalam melakukan suatu penelitian adalah kajian hasil-hasil penelitian sebelumnya. Hasil-hasil penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dan perbandingan dengan penelitian yang akan dilakukan. Berikut ini penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti disajikan dalam tabel berikut:

Wulandary “Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Toyota Avanza Dan Daihatsu Xenia Di Pekanbaru”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apakah ada perbedaan faktor sikap konsumen dalam membeli mobil merek Toyota AVANZA dan Daihatsu XENIA yang dipengaruhi oleh produk, merek, harga dan promosi. Penelitian ini menggunakan teknik Accidental Sampling maka terpilih 100 orang sampel. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif, analisis data kuantitatif dan analisis uji beda. Dari hasil pengujian yang telah dilakukan, Terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia berdasarkan variabel produk. Terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia berdasarkan variabel merek. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia berdasarkan variabel harga. Tidak terdapat perbedaan yang signifikan sikap konsumen terhadap Toyota Avanza dan Daihatsu Xenia berdasarkan variabel promosi.<sup>89</sup> Perbedaannya terletak pada Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis data kualitatif, analisis data kuantitatif dan analisis uji beda, persamaannya pada metode pendekatan yaitu sama-sama pendekatan kualitatif.

Penelitian yang dilakukan Ekawati bertujuan untuk mengetahui proses pengambilan keputusan untuk membuka usaha sampingan yang dilakukan

---

<sup>89</sup> Sri Ayu Wulandari, *Analisis Perbandingan Sikap Konsumen Terhadap Toyota Avanza Dan Daihatsu Xenia Di Pekanbaru*, Jurnal, (Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Riau, 2013)

orang yang telah memiliki pekerjaan tetap. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian ini berupa penelitian deskriptif dengan studi kasus. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui wawancara dan observasi. Studi kasus dipilih untuk mengkaji jawaban permasalahan, data dikumpulkan dengan cara wawancara. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan dapat disimpulkan bahwa alasan ketiga subjek mengambil keputusan membuka usaha sampingan dikarenakan adanya peluang yang menjanjikan, ingin menambah penghasilan dan ingin menolong orang lain. dari hasil akhir tentang perubahan yang dirasakan ketiga subjek setelah membuka usaha sampingan adalah kepuasan batin yang lebih karena memiliki usaha sendiri dan penghasilan yang bertambah. Namun dilain pihak mereka juga merasakan waktu, tenaga dan pikiran yang mereka miliki lebih banyak terkuras setelah memiliki usaha sendiri.<sup>90</sup> Perbedaanya pada objek penelitiannya, sedangkan persamaanya dengan penelitian sekarang yaitu terletak pada variabel pengambilan keputusan dan pendekatan penelitian yaitu pendekatan kualitatif.

Penelitian yang dilakukan Fatimah bertujuan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi keputusan untuk menjadi *Entrepreneur* di *Moslem Women Entrepreneur* di kawasan setalatan Tangerang. Faktor analisis pengaruh faktor keputusan dimaksudkan untuk detemne apakah antara kepentingan, motivasi, keluarga dukungan, sumber daya keuangan dan teknologi informasi. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, jenis metode penelitian ini adalah survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar angket dan dokumentasi. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa faktor pertama didominasi oleh fasilitas internet, media sosial, teknologi informasi memperluas jaringan dan penggunaan teknologi informasi mengurangi biaya usaha pengusaha perempuan pada

---

<sup>90</sup> Ratna Ekawati, *Pengambilan keputusan berwirausaha Sebagai Usaha Sampingan pada Orang yang Memiliki Pekerjaan Tetap*, Skripsi, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2017)

wanita muslim diwilayah selatan Tangerang.<sup>91</sup> Perbedaannya terletak pada objek penelitiannya dan pendekatan penelitiannya yaitu kuantitatif sedangkan persamaan dengan penelitian sekarang yaitu pada variabel pengambilan keputusan.

### **G. Kerangka Berfikir**

Berdasarkan pengembangan dari hasil beberapa penelitian serta teori yang telah disampaikan di atas, maka kerangka berfikir yang digunakan dalam penelitian ini adalah pada gambar sebagai berikut:



---

<sup>91</sup> Cut Erika Ananda Fatimah, *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wanita Muslim di Wilayah Tangerang Selatan Berwirausaha*, jurnal, vol. 5, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2015)

**Gambar 2.3.**  
**Kerangka Berfikir**

