

PERSPEKTIF EKONOMI MIKRO ISLAM TERHADAP PELAKU KEGIATAN EKONOMI

(Analisis Prinsip-Prinsip dan Kepuasan Konsumen dalam Kehidupan Sehari-hari Menurut Perspektif Ekonomi Mikro Islam)

Siswadi¹⁾, M. Fathor Rohman²⁾

Institut Pesantren Sunan Drajat, Lamongan, Indonesia

Email: Siswadidrajat@gmail.com¹⁾, rohmanmaduri@gmail.com²⁾

Abstrak: Manusia untuk mendapatkan barang ataupun jasa untuk pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya salah satunya harus melakukan suatu pengorbanan dengan menyerahkan sesuatu yang bernilai atau berharga dengan sesuatu yang diinginkannya. Kegiatan konsumsi tidak hanya berhubungan dengan kegiatan makan dan minum, akan tetapi merupakan kegiatan dalam menggunakan barang atau jasa secara langsung dapat memenuhi kebutuhan manusia secara individu. Barang atau jasa yang dikonsumsi langsung bisa untuk memenuhi keperluan hidup manusia sesuai dengan kebutuhan.

Konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi baik berupa barang ataupun jasa pada umumnya memiliki beberapa asumsi diantaranya adalah; barang yang dikonsumsi dapat memenuhi kebutuhan, barang dapat memberikan kepuasan, lebih dari satu macam barang maka akan menentukan kombinasi yang dapat memberikan tingkat kegunaan atau kepuasan yang maksimal.

Perilaku konsumen diartikan sebagai perilaku individu untuk menggunakan dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Perilaku konsumsi setidaknya dikendalikan oleh lima prinsip diantaranya yaitu : Keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas. Faktor yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi diantaranya : kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya.

Kata Kunci : : *Ekonomi mikro Islam; pelaku kegiatan mikro*

Abstract: Humans, to get goods or services to fulfill the needs they want, one of them has to make a sacrifice by giving something of value or value with something they want. Consumption activities are not only related to eating and drinking, but are activities in using goods or services directly to meet individual human needs. Goods or services that are consumed directly can meet the needs of human life in accordance with the needs.

Consumers in carrying out consumption activities in the form of goods or services generally have several assumptions including; goods consumed can meet needs, goods can provide satisfaction, more than one kind of goods will determine the combination that can provide the maximum level of use or satisfaction.

Consumer behavior is defined as individual behavior to use and utilize goods or services to meet their daily needs. Consumption behavior is controlled by at least five principles, namely: Justice, cleanliness, simplicity, generosity and morality. Factors that influence a person in consuming consumption behavior include: product quality, service quality, emotionality, price and cost.

Keywords : *Islamic microeconomics; micro activity actors*

A. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk ciptaan Allah, yang diberikan kelebihan dibanding makhluk yang lainnya, yaitu berupa akal, pikiran, nafsu dan kehendak. Secara pribadi manusia mempunyai kebutuhan dasar yang harus dipenuhi yang berupa sandang, pangan dan papan. Manusia tidak akan dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dan harus berhubungan dengan orang lain. Kepemilikan

individu disahkan oleh syara' yang memungkinkan siapa saja untuk memanfaatkan zat maupun kegunaan (utility) yang mungkin siapa saja untuk memanfaatkannya.¹

Untuk mendapatkan konsumsi ataupun kebutuhan yang diinginkannya manusia salah satunya harus melakukan suatu pengorbanan dengan menyerahkan sesuatu yang bernilai atau berharga dengan sesuatu yang diinginkannya tersebut. Dengan kata lain kegiatan yang dilakukan banyak sekali termasuk yang sering kita lakukan lazim disebut dengan jual beli, Islam melihat konsep jual beli itu sebagai alat untuk menjadikan manusia semakin dewasa dalam berpola pikir dan melakukan berbagai aktivitas ekonomi. Prinsip hukum jual beli dalam Islam adalah halal sebagaimana firman Allah al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 275:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

*Artinya : dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.*²

Ayat tersebut menjelaskan tentang dasar kehalalan (kebolehan) hukum jual beli dan keharaman (menolak) riba. Allah SWT adalah dzat yang maha mengetahui atas hakikat persoalan kehidupan. Maka, jika dalam suatu perkara terdapat kemaslahatan, maka akan diperintahkan untuk dilaksanakan. Sebaliknya jika menyebabkan kemudharatan, maka Allah SWT akan melarangnya. Dan dalam ayat lain:

لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِنْ عَرَافَاتٍ فَأذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِنْ قَبْلِهِ لَمَنِ الضَّالِّينَ

*Artinya : Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezki hasil perniagaan) dari Tuhanmu. Maka apabila kamu telah bertolak dari 'Arafat, berdzikirlah kepada Allah di Masy'arilharam. dan berdzikirlah (dengan menyebut) Allah sebagaimana yang ditunjukkan-Nya kepadamu; dan Sesungguhnya kamu sebelum itu benar-benar Termasuk orang-orang yang sesat.*³

Ayat di atas menunjukkan keabsahan menjalankan usaha guna mendapatkan anugerah Allah SWT. dan dalam konteks bermuamalah merupakan akad antara dua pihak guna menjalankan usaha dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup, karena pada dasarnya manusia saling membutuhkan. Dengan demikian legalitas operasionalnya mendapatkan pengakuan dari syara'.

Para ulama juga sepakat (*ijma'*) atas kebolehan melakukan transaksi bermuamalah. *Ijma'* ini memberikan hikmah bahwa kebutuhan manusia sering berhubungan dengan sesuatu yang ada dalam kepemilikan orang lain, dan kepemilikan tersebut tidak akan diberikan begitu saja tanpa adanya kompensasi yang harus diberikan. Maka, dengan di syariatkan-nya hukum bermuamalah merupakan cara mewujudkan pemenuhan kebutuhan manusia. Karena pada dasarnya, manusia tidak akan bisa hidup tanpa bantuan dari orang lain. Berdasarkan dalil-dalil tersebut, maka jelas sekali bahwa pada dasarnya praktik/akad muamalah mendapatkan pengakuan syara' dan sah untuk dilaksanakan dalam kehidupan manusia.⁴

A. Definisi dan Obyek Konsumsi

Istilah konsumsi banyak yang memiliki pemahaman selalu berhubungan dengan kegiatan makan dan minum, kegiatan konsumsi bukanlah sekedar kegiatan makan atau minum, akan tetapi merupakan kegiatan dalam menggunakan barang atau jasa secara langsung dapat memuaskan

¹ Yusanto, Ismail, *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani, 2002, hal 25

² al-Qur'an, 2 (al-Baqarah) : 275.

³ al-Qur'an, 2 (al-Baqarah) : 198.

⁴ Dimyauudin Djuwaini, *Pengantar Fiqih Muamalah*, Pustaka Pelajar, 2008), 73.

kebutuhan manusia secara individu. Dengan demikian konsumsi dapat disimpulkan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan guna untuk mencapai kepuasan. Barang atau jasa yang dikonsumsi langsung bisa untuk memenuhi keperluan hidup manusia. Berdasarkan penjelasan di atas dapat ditegaskan bahwa yang menjadi obyek dari konsumsi adalah segala macam barang atau jasa yang dapat digunakan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari.

Menurut James F Engel Prilaku konsumen merupakan tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produksi barang dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini.⁵ Manusia hidup dalam kegiatan konsumsi tidak memerlukan konsep-konsep yang rumit atau repot, sebab manusia dalam kehidupan sehari-hari baik statusnya sebagai bayi yang baru lahir, manusia yang sudah berusia dewasa maupun kakek yang sudah tua renta semuanya melakukan kegiatan konsumsi. Sebenarnya tidak semudah itu kita harus memandang permasalahan konsumsi. Prinsip dan pola konsumsi ternyata juga memiliki peranan penting dalam membina kesejahteraan dan keteraturan dalam sebuah sistem kemasyarakatan. Praktik konsumsi juga sangat berkaitan dengan kegiatan ekonomi yang lainnya termasuk kegiatan produksi dan kegiatan distribusi. Produksi dan distribusi keduanya tidak bisa dipisahkan peranannya dalam perekonomian. Lebih tegasnya lagi dapat disimpulkan, bahwa disharmonisnya produksi dan distribusi dapat mengakibatkan hancurnya sistem ekonomi dan kemasyarakatan. Karena itu harus diupayakan dalam kegiatan konsumsi dan produksi harus dapat beriring secara sinergis dalam mengantarkan manusia menuju kesejahteraan hidup dalam memenuhi semua kebutuhan di dunia dan menjadi perantara kehidupan mendatang di akhirat kelak. Menurut Imam Al-Ghozali pencaharian ekonomi sebagai bagian dari ibadah dan produksi barang kebutuhan dasar secara khusus dipandang sebagai kewajiban sosial (*fard al Kifayah*) yang apabila sudah diwakili oleh sebagian orang dalam menciptakan jumlah sesuai kebutuhan maka yang lainnya gugur kewajibannya.⁶

B. Asumsi Perilaku Konsumsi

Prilaku konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi baik berupa barang ataupun jasa pada umumnya memiliki beberapa asumsi, diantaranya :

- Barang atau jasa yang dikonsumsi harus memiliki **kegunaan (Utilitas)** tertentu sehingga tidak ada unsur mubadzir (*mulghoh*).⁷ Dalam islam perbuatan memubadzirkan barang merupakan perbuatan yang tidak baik. Seperti dalam ayat alqur'an dijelaskan :

ان المبادرين كانوا اخوان الشياطين

Artinya : Sesungguhnya orang-orang yang memubadzirkan sesuatu itu saudara syaethon

- Konsumen dalam melakukan aktifitas konsumsi baik berupa barang atau jasa berupaya ingin mencapai **kepuasan total** yang maksimal. Dalam islam kepuasan tidak akan tercapai kalau tidak dilandasi pada rasa syukur yang dalam. Bahkan Allah akan memberikan anugerah berlipat ganda ni'mat yang akan diberikan pada hambaNya dan sebaliknya apabila kufur atas ni'mat Allah maka siksa Allah akan pedih. Seperti pada ayat suci alqur'an dijelaskan :

لان شكرتم لازيدنكم و لئن كفرتم ان عذاب لشديد

⁴ James F. Engel, *Perilaku Konsumen*, Bina Rupa Aksara, 2008, hal 3.

⁶ Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Rajawali Pers, 2007, hal 103.

⁷ *Ibid*, hal 64.

Artinya : Apabila kamu semua bersyukur, maka akan kutambah ni'matKu. Dan apabila kamu semua kufur, maka sesungguhnya adzabku sangat berat.

- Barang yang dikonsumsi secara terus menerus, maka tambahan kegunaan (*utilitasnya*) akan **semakin menurun**. Hal ini mengacu dengan hukum pertambahan utilitas yang semakin menurun (The Law of Diminishing Marginal Utility).
- Konsumen dalam melakukan prilakunya apabila lebih dari satu macam barang, maka akan menentukan **kombinasi** yang dapat memberikan tingkat kegunaan atau kepuasan yang maksimal.
- Konsumen akan **berhenti mengkonsumsi suatu barang/jasa jika guna marginalnya sudah menyamai** atau lebih rendah dari harga barang yang dikonsumsi.
- **Konsumen akan berupaya memaksimalkan kepuasannya sesuai dengan anggaran** belanja yang dimiliki sesuai kemampuannya.
- Kondisi **ekuilibrium** atau seimbang jika dia **telah menggunakan pendapatannya dengan cara sedemikian rupa sehingga kegunaan dari mata uang (harga) terakhir yang dibelanjakannya pada berbagai komoditi adalah sama.**⁸

Asumsi-asumsi di atas memberi pemahaman pada kita bahwa nilai dan orientasi dari kegiatan konsumsi tidak hanya didasarkan pada nilai material, nafsu kepuasan, serta harga atau anggaran yang tersedia. Kepuasan konsumen tidak semata-mata berkaitan dengan nilai guna (utilitas) yang ditimbulkan oleh suatu barang yang ditentukan secara subyektif dan dikaitkan dengan harganya akan tetapi juga harus mempertimbangkan pada nilai manfaat yang ditimbulkannya. Dengan demikian aspek-aspek moralitas dan tanggung jawab sosial harus juga diperhatikan dalam konsep dan rumusan-rumusan teori konsumsi.

C. Prinsip-prinsip Konsumsi Dalam Islam:

Dalam Islam kegiatan konsumsi sebagai salah satu perilaku dalam kegiatan ekonomi dan merupakan kebutuhan asasi dalam kehidupan manusia. Perilaku konsumsi diartikan sebagai perilaku individu konsumen untuk menggunakan dan memanfaatkan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun Islam memberikan penekanan bahwa fungsi perilaku konsumsi adalah untuk memenuhi kebutuhan manusia baik jasmani dan ruhani sehingga mampu memaksimalkan fungsi kemanusiaannya sebagai hamba dan khalifah Allah untuk mendapatkan kebahagiaan dunia dan akhirat.

Islam memberikan gambaran konsumsi itu tidak dapat dipisahkan dari peran keimanan. Peranan keimanan menjadi tolok ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, gaya hidup, selera, sikap-sikap terhadap sesama manusia, sumber daya dan ekologi. Keimanan sangat mempengaruhi sifat, kuantitas, dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual. Inilah yang disebut sebagai bentuk upaya meningkatkan keseimbangan antara orientasi duniawi dan ukhrawi. Keimanan memberikan saringan moral dalam membelanjakan harta dan sekaligus memotivasi pemanfaatan sumberdaya (pendapatan) untuk hal-hal yang efektif. Saringan moral bertujuan untuk menjaga kepentingan diri agar tetap berada dalam batas-batas kepentingan sosial. Dalam konteks inilah kita berbicara tentang bentuk-bentuk konsumsi halal dan haram, pelarangan terhadap israf,

⁸ *Ibid*, hal 66.

bermegah-megahan, bermewah-mewahan, pentingnya konsumsi sosial, serta aspek-aspek normatif lainnya.

Yusuf Qardhawi menyebutkan beberapa variabel moral dalam melakukan kegiatan konsumsi, di antaranya; konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Dengan demikian aktifitas konsumsi merupakan salah satu aktifitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah SWT dalam rangka mendapatkan kemenangan, kedamaian dan kesejahteraan akherat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal shaleh bagi sesamanya.

Menurut **Abdul Mannan** memberikan gambaran bahwa Islam mengenai konsumsi setidaknya dikendalikan oleh lima prinsip yaitu:

1. Prinsip **keadilan**. Mengandung arti bahwa rezeki yang dikonsumsi haruslah yang halal dan tidak dilarang hukum. Tidak membahayakan tubuh, moral dan spiritual manusia, serta tidak mengganggu hak milik dan rasa keadilan terhadap sesama.
2. Prinsip **Kebersihan**. Obyek konsumsi haruslah sesuatu yang bersih dan bermanfaat. Yaitu sesuatu yang baik, tidak kotor, tidak najis, tidak menjijikkan, tidak merusak selera, serta memang cocok untuk dikonsumsi manusia.
3. Prinsip **Kesederhanaan**. Konsumsi haruslah dilakukan secara wajar, proporsional, dan tidak berlebih-lebihan. Prinsip-prinsip tersebut tentu berbeda dengan ideologi kapitalisme dalam berkonsumsi yang menganggap konsumsi sebagai suatu mekanisme untuk menggenjot produksi dan pertumbuhan. Semakin banyak permintaan maka semakin banyak barang yang diproduksi. Disinilah kemudian timbul pemerasan, penindasan terhadap buruh agar terus bekerja tanpa mengenal batas waktu guna memenuhi permintaan. Dalam Islam justru berjalan sebaliknya: menganjurkan suatu cara konsumsi yang moderat, adil dan proporsional. Intinya, dalam Islam konsumsi harus diarahkan secara benar dan proporsional, agar keadilan dan kesetaraan untuk semua bisa tercipta.
4. Prinsip **kemurahan hati**. Makanan, minuman, dan segala sesuatu halal yang telah disediakan Tuhan merupakan bukti kemurahanNya. Semuanya dapat kita konsumsi dalam rangka kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik demi menunaikan perintah Tuhan. Karenanya sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi dengan kemurahan hati. Maksudnya, jika memang masih banyak orang yang kekurangan makanan dan minuman maka hendaklah kita sisihkan makanan yang ada pada kita kemudian kita berikan kepada mereka yang sangat membutuhkannya.
5. Prinsip **moralitas**. Kegiatan konsumsi itu haruslah dapat meningkatkan atau memajukan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebutkan nama Allah sebelum makan, dan menyatakan terimakasih setelah makan adalah agar dapat merasakan kehadiran ilahi pada setiap saat memenuhi kebutuhan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia

Islam juga memberikan prinsip-prinsip dasar bagi umatnya dalam hal memenuhi kebutuhan dirinya. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi yang hanya mendasarkan kepada aspek keinginan diri terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Keinginan terkait dengan suka atau tidak suka seorang terhadap suatu barang, dan ini berarti bersifat subjektif. Misalnya, seorang yang berkeinginan membangun rumah dengan warna yang nyaman, ukuran yang sedang, interior yang rapi dan indah, ruangan yang longgar dan sebagainya. Kesemua keinginan tersebut belum tentu menambah fungsi suatu rumah, namun hanya memberikan kepuasan bagi pemilik rumah. Sedang kebutuhan adalah terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Dengan demikian kebutuhan seorang terhadap suatu barang

lebih pada nilai manfaat, fungsional, objektif dan harus dipenuhi. Misalnya kebutuhan akan genteng, pintu, dan jendela merupakan kebutuhan tempat tinggal. Kebutuhan akan baju sebagai penutup aurat, sandal atau sepatu agar tidak kepanasan dan sebagainya.

Tingkat kebutuhan manusia dalam pandangan Islam juga diklasifikasikan menjadi kebutuhan dharuriyat, hajjiyat, dan tahshiniyat. Dharuriyat yaitu sesuatu yang penting dan harus dipenuhi agar kelangsungan hidup manusia tidak terancam seperti makan, minum, berobat, pendidikan. Hajjiyat adalah sesuatu yang sifatnya perlu dipenuhi agar kehidupan manusia tidak mengalami kesulitan atau kesempitan seperti perabot rumah tangga, kendaraan, alat komunikasi, dll. Sedangkan tahshiniyat adalah sesuatu yang bersifat pelengkap dan dapat mendatangkan keindahan jika dapat dipenuhi oleh manusia, seperti memakai minyak wangi, aksesoris rumah atau kendaraan, mainan anak-anak, dll.⁹

Karena itulah dalam memenuhi kebutuhannya seorang muslim harus memperhatikan skala prioritas dan nilai manfaat yang benar-benar dapat diperoleh baik secara langsung maupun oleh pihak lain serta memperhatikan nilai keadilan terhadap sesama. Secara umum pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan dampak atau manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedang pemenuhan terhadap keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan masalah sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat saja.

Secara khusus jika kegiatan konsumsi itu dimaknai sebagai usaha untuk membelanjakan harta yang dimilikinya, maka yang menjadi sasaran utama adalah pembelanjaan konsumsi untuk diri sendiri, keluarga dan sabilillah. Seorang muslim tidak diperbolehkan mengharamkan harta yang halal dan harta yang baik untuk diri dan keluarganya, padahal ia mampu mendapatkannya baik karena alasan zuhud, hidup kekurangan ataupun karena pelit dan bakhil. Ini berarti suatu penegasan bahwa Allah secara global telah melegalkan manusia untuk menikmati kenikmatan yang halal, baik tentang makanan, minuman, maupun perhiasan dengan cara dan dalam batas-batas tertentu. (Q.S. al-A'raf 31).

وكلوا واشربوا ولا تسرفوا. انه لا يحب المرففين

Artinya : Makan dan minumlah tetapi jangan berlebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.¹⁰

Selanjutnya terhadap apa yang telah lebih dari kebutuhan kita, Allah menganjurkan agar kita membelanjakannya untuk sabilillah, untuk kepentingan umum dalam rangka mencari ridha Allah (Q.S Al-Baqarah: 219)

Menurut Al-Ghozali Kesejahteraan (masalah) dari satu masyarakat tergantung pada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar : Agama (al-dien), hidup atau jiwa (nafs), keluarga atau keturunan (nasl), harta atau kekayaan (maal), intelek atau akal (aql).

Imam Ghozali juga mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka hirarki utilitas individu dan sosial yang tripartit meliputi : kebutuhan (darurat), kesenangan atau kenyamanan (hajaat), dan kemewahan (tahsinaat). Menurut Al-Ghozali alasan seseorang melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi : (1) mencukupi kebutuhan, (2) mensejahterakan keluarga (3) membantu orang lain.¹¹

⁹ Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, Rajawali Pers, 2007, 62.

¹⁰ Departemen Agama, *Al-Qur'an Terjemah*, 151.

¹¹ Adiwarmanto, *Ekonomi Mikro Islam*, Rajawali Pers, 2007, 63.

D. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Terdapat lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

a. Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya.

Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

b. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

c. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹²

E. Ciri-ciri konsumen yang puas

Konsumen yang merasa puas dalam melakukan prilakunya memiliki prinsip-prinsip diantaranya sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli merek lain Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.¹³

F. DAFTAR PUSTAKA

Adiwarman, (2007), *Ekonomi Mikro Islam*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Boediono, (2007), *Pengantar Ilmu Ekonomi* No. 2

Hudiyanto. (2001). *Ekonomi Indonesia: Sistem dan Kebijakan*. Yogyakarta: PPE UMY.T. Gilarso, *Pengantar Ilmu Ekonomi* Bagian Mikro

Pratama Rahardja dan Mandala Manurung, *Tori Ekonomi Mikro Suatu Pengantar*

¹² Adiwarman, *Ekonomi Mikro Islam*, Rajawali Pers, 2007, hal 63.

¹³ Ramli, *Kepuasan Konsumen*, www.blogspot.co.id (online), diakses pada tanggal 29 desember 2015.

Pradja, Juhaya, 2012, *Ekonomi Syari'ah*, Pustaka Setia

James F. Engel, (2008), *Perilaku Konsumen*, Ciputat Tangerang, Binarupa Aksara

Seda, F. (2006). *Membangun Ekonomi Pasar Sosial*. Suara Karya Online.

Yusnto, Ismail, (2002), *Menggagas Bisnis Islam*, Gema Insani