

Analisis Elemen Niat Dalam Konsep Kepenggunaan Islam
Azmawida Abdullah, Mohd Murshidi Mohd Noor dan Syarifah Md Yusof

The Factors Causing Consumers to Fall Victim to Online Shopping Scams
Fong Felice and Elistina Abu Bakar

Pengetahuan, Kesedaran dan Sikap Pengguna Terhadap Amalan Kitar Semula Dalam
Norma Baharu di Arau, Perlis
Nuridayu Abdul Rahim dan Zuroni Md Jusoh

Factors Influencing the Usage Behaviour of E-Wallets among Undergraduates in
Klang Valley
Lee Mei Kei and Syuhaily Osman

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Hiliran Kelapa Sawit
di Malaysia
Mohd Ikram Bin Mohamad @ Yusof, Lai Wei Sieng dan Mustazar Mansur

Determinants of Petrol Station Employees Safety Practices
Ariff Azril Faridzuan Teo and Afida Mastura Muhammad Arif

Modern Media Era on Social Media Consumer Purchase Decision of Beauty Products
Rozita Naina Mohamed, Zuroni Md Jusoh, Husna Nisa Mohd Nizam and Habib Mazlan

The Impact of Covid-19 on Customer Buying Behaviour: A Study on Gen Z in
Universiti Utara Malaysia (UUM)
*Nurin Aina Akmal Abdul Malik, Normalisa Md Isa, Norkhazzaina Salahuddin and
Amr Mohammed Nasser Al-ganad*

The Role of the Education System in Influencing the Terengganu Graduate Job Market
Anis Mat Dalam, Muhammad Imran Sofi Mahmuddin and Noorhaslinda Kulub Abd Rashid

Credit Attitude, Money Attitude and Credit Misuse among University Students in China
Wen Tao, Koa and Jasmine Leby, Lau

JURNAL PENGGUNA MALAYSIA

Lembaga Pengarang

Zuroni Md Jusoh (Dr.) (Ketua Editor)	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Syuhaily Osman (Prof. Madya Dr.)	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Elistina Abu Bakar (Prof. Madya Dr.)	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Afida Mastura Muhammad Arif (Prof. Madya Dr.)	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Rozita Naina Mohamed (Prof. Madya Dr.)	Fakulti Pengurusan dan Perniagaan, Universiti Teknologi MARA
Nur Jasmine Lau Leby (Dr.)	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Siti Yuliandi Ahmad (Dr.)	Kulliyah of Languages and Management, Universiti Islam Antarabangsa Malaysia
Monizaihasra Mohamed (Dr.)	Fakulti Perniagaan Ekonomi dan Pembangunan Sosial, Universiti Malaysia Terengganu
Normalisa Md Isa (Dr.)	Pusat Pengajian Pengurusan Perniagaan Kolej Perniagaan, Universiti Utara Malaysia
Megawati Simanjuntak (Dr.)	Fakultas Ekologi Manusia, Institut Pertanian Bogor, Indonesia
Gancar Candra Premananto (Prof. Madya Dr.)	Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Indonesia

JURNAL PENGGUNA MALAYSIA adalah keluaran Persatuan Ekonomi Pengguna dan Keluarga Malaysia. Ia bertujuan untuk menyebarkan, menambah dan berkongsi maklumat berkaitan hal ehwa, undang-undang, penyelidikan dan isu semasa pengguna. Jurnal ini juga menggalakkan penulisan dan perkongsian idea tentang masalah dan keperluan pengguna dalam bentuk rencana, ulasan dan penyelidikan. Sila rujuk panduan kepada penulis untuk penghantaran bahan artikel.

Ketua Editor,
Jurnal Pengguna Malaysia
d/a Jabatan Pengurusan Sumber dan Pengajian Pengguna
Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
43400 UPM Serdang, Selangor
Emel: macfea.upm@gmail.com

Analisis Elemen Niat Dalam Konsep Kepenggunaan Islam <i>Azmawida Abdullah, Mohd Murshidi Mohd Noor dan Syarifah Md Yusof</i>	1
The Factors Causing Consumers to Fall Victim to Online Shopping Scams <i>Fong Felice and Elistina Abu Bakar</i>	17
Pengetahuan, Kesedaran dan Sikap Pengguna Terhadap Amalan Kitar Semula Dalam Norma Baharu di Arau, Perlis <i>Nuridayu Abdul Rahim dan Zuroni Md Jusoh</i>	30
Factors Influencing the Usage Behaviour of E-Wallets among Undergraduates in Klang Valley <i>Lee Mei Kei and Syuhaily Osman</i>	55
Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Produk Hiliran Kelapa Sawit di Malaysia <i>Mohd Ikram Bin Mohamad @ Yusof, Lai Wei Sieng dan Mustazar Mansur</i>	75
Determinants of Petrol Station Employees Safety Practices <i>Ariff Azril Faridzuan Teo and Afida Mastura Muhammad Arif</i>	96
Modern Media Era on Social Media Consumer Purchase Decision of Beauty Products <i>Rozita Naina Mohamed, Zuroni Md Jusoh, Husna Nisa Mohd Nizam and Habib Mazlan</i>	109
The Impact of Covid-19 on Customer Buying Behaviour: A Study on Gen Z in Universiti Utara Malaysia (UUM) <i>Nurin Aina Akmal Abdul Malik, Normalisa Md Isa, Norkhazzaina Salahuddin and Amr Mohammed Nasser Al-ganad</i>	124
The Role of the Education System in Influencing the Terengganu Graduate Job Market <i>Anis Mat Dalam, Muhammad Imran Sofi Mahmuddin and Noorhaslinda Kulub Abd Rashid</i>	143
Credit Attitude, Money Attitude and Credit Misuse among University Students in China <i>Wen Tao, Kao and Jasmine Leby, Lau</i>	164

PENYUMBANG ARTIKEL

Afida Mastura Muhammad Arif	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Amr Mohammed Nasser Al-ganad	School of Business Management, Universiti Utara Malaysia
Anis Mat Dalam	Faculty of Business, Economics, and Social Development Universiti Malaysia Terengganu
Ariff Azril Faridzuan Teo	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Azmaida Abdullah	Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia
Elistina Abu Bakar	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Fong Felice	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Habib Mazlan	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Husna Nisa Mohd Nizam	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Jasmine Leby, Lau	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Lai Wei Sieng	Fakulti Ekonomi & Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Lee Mei Kei	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Mohd Ikram Bin Mohamad @ Yusof	Fakulti Ekonomi & Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Mohd Murshidi Mohd Noor	Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia
Muhammad Imran Sofi Mahmuddin	Faculty of Business, Economics, and Social Development Universiti Malaysia Terengganu
Mustazar Mansur	Fakulti Ekonomi & Pengurusan, Universiti Kebangsaan Malaysia
Noorhaslinda Kulub Abd Rashid	Faculty of Business, Economics, and Social Development Universiti Malaysia Terengganu
Norkhazzaina Salahuddin	School of Business Management, Universiti Utara Malaysia
Normalisa Md Isa	School of Business Management, Universiti Utara Malaysia
Nuridayu Abdul Rahim	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Nurin Aina Akmal Abdul Malik	Othman Yeop Abdullah Graduate School of Business (OYAGSB), Universiti Utara Malaysia
Rozita Naina Mohamed	Faculty of Business & Management, Universiti Teknologi MARA
Syarifah Md Yusof	Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia
Syuhaily Osman	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Wen Tao, Koa	Kumpulan Penyelidikan Penggunaan Lestari, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
Zuroni Md. Jusoh	Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia
	Kumpulan Penyelidikan Penggunaan Lestari, Fakulti Ekologi Manusia, Universiti Putra Malaysia

ANALISIS ELEMEN NIAT DALAM KONSEP KEPENGGUNAAN ISLAM

Azmawida Abdullah¹
Mohd Murshidi Mohd Noor¹
Syarifah Md Yusof¹

Corresponding author: Azmawida Abdullah (emel: azmawida@gmail.com)

Abstrak

Penggunaan adalah salah satu aktiviti dalam kepenggunaan. Ajaran Islam adalah ajaran yang syumul dan membawa kebaikan kepada seluruh masyarakat. Setiap tindakan seorang Muslim mempunyai penilaian dosa dan pahala. Setiap penilaian adalah berpandukan kepada niat. Kebanyakan kajian berkaitan niat pengguna adalah dilakukan menggunakan teori yang diperkenalkan oleh Barat. Konsep niat yang diperkenalkan oleh Barat sama sekali tidak sama dengan konsep yang ada dalam ajaran Islam. Bahkan pada hari ini masyarakat Muslim kurang mengambil berat perihal berkaitan niat apatah lagi niat dalam aktiviti seharian. Pada dasarnya aktiviti penggunaan adalah salah satu aktiviti seharian yang menjadi harus ke atas seorang Muslim. Namun aktiviti ini boleh berubah situasinya bergantung kepada niat seorang Muslim tersebut. Sesuatu tindakan boleh menjadi berpahala, tidak berpahala atau berdosa. Oleh itu, artikel ini akan membincangkan perkaitan niat dalam konsep penggunaan Islam. Metode kajian adalah kualitatif dengan menggunakan kaedah temu bual. Artikel ini mendapati bahawa terdapat empat garis panduan penggunaan Islam dan setiap garis panduan ini terlaksana dengan baik sekiranya seseorang Muslim itu mempunyai iman dan ilmu serta menghadirkan niat yang betul dalam setiap tindakan penggunaan mereka.

Kata Kunci: Niat; Kepenggunaan daripada perspektif islam; Penggunaan; penggunaan islam; Pengguna muslim.

Abstract

Consumption is one of the activities in consumerism. Islam's teachings are comprehensive and bring good benefit for the whole society. Every action of a Muslim will be asses for their sin and reward. Each assessment is guided by intent. Most studies related to consumer intentions are done using theories introduced by the West. The concept of intention of the West is not same as the concept in the teachings of Islam. Even today, the Muslim community places less emphasis on intentions, let alone intentions in daily activities. Basically, the activity of consumption

¹ Islamic Business School, Universiti Utara Malaysia

is one of the daily activities that becomes a must for a Muslim. However, this activity can change the situation depending on the intention of the Muslim. An action can be rewarding, unrewarding or sinful. Therefore, this paper will discuss the relevance of intention in the concept of Islamic consumption. The research method is qualitative by using interview method. This paper finds that there are four guidelines for the use of Islam and each of these guidelines is well implemented if a Muslim has faith and knowledge and presents the right intention in every act of their consumption.

Keywords: *Consumption from an islamic perspective; Consumption; Muslim consumers.*

Pengenalan

Kepenggunaan kebiasaannya memfokuskan perbincangan berkaitan hak pengguna dan juga pendidikan kepenggunaan. Penggunaan adalah antara aktiviti yang melibatkan pengguna dalam memenuhi keperluan hidup seharian. Pada asasnya, penggunaan adalah sesuatu yang diharuskan dalam Islam. Namun bagi memenuhi keperluan asas seharian seperti makan dan minum dalam mencapai *maqasid hifz al-nasf*, hukumnya berubah menjadi wajib.

Ajaran Islam menekankan kepentingan niat dalam setiap tindakan agar perbuatan yang dilakukan oleh seseorang tidak bertentangan dengan syarak. Hal ini kerana dengan niat, setiap tindakan seseorang akan membawa kepada manfaat di hari akhirat, tidak hanya manfaat duniawi semata-mata. Oleh yang demikian, bagi mereka yang ingin terlibat dengan aktiviti kepenggunaan, sewajarnya mereka tidak mengabaikan aspek niat dalam segala tindak tanduk mereka, agar bersesuaian dengan syariat Allah SWT, juga mendatangkan pahala.

Permasalahan Kajian

Kepenggunaan dan gelagat pengguna adalah sesuatu yang sering dibincangkan sejak sekian lama. Kajian berkaitan gelagat pengguna sering dilakukan untuk memahami bagaimana pengguna membuat keputusan dalam sesuatu pembelian. Faktor-faktor yang mempengaruhi pengguna, lebih bersandarkan kepada falsafah hedonistik dan materialistik yang melihat kebendaan sebagai satu objek kepuasan semata-mata. Oleh yang demikian, kajian kepenggunaan menurut teori Barat, tidak melihat faktor dosa pahala sebagai perkara yang mempengaruhi pengguna dalam keputusan pembelian mereka (Ahmad Azrin et al., 2017)

Natijahnya, mempengaruhi pengguna dari sudut kepuasan material sahaja menerusi produk-produk yang ditawarkan (Ahmad Azrin et al., 2017). Justeru, ia tidaklah mendidik masyarakat untuk melihat aspek manfaat akhirat dalam membeli sesuatu barangan, malahan perkara yang dipentingkan hanyalah keuntungan duniawi

semata-mata. Sesetengah pengguna Muslim seringkali tersepit antara membeli barangan bersesuaian dengan syarak, atau membeli barangan yang mengandungi unsur-unsur yang haram di dalamnya, tetapi berkualiti dan disukai ramai. Dalam ekosistem ekonomi yang sebegini, keuntungan seringkali memihak kepada penjual sahaja, tanpa memberi sebarang manfaat kepada pengguna (Ahmad Azrin et al., 2017)

Gelagat pengguna daripada perspektif Islam berbeza dengan perbincangan menerusi teori Barat. Gelagat kepenggunaan Islam lebih menjurus ke arah mendidik masyarakat menjadi pengguna yang bijak serta bermanfaat untuk dunia dan akhirat dalam segala aktiviti yang dilakukan. Namun disebabkan kurangnya penulisan dan pendedahan berkaitan kepenggunaan menurut perspektif Islam, menyebabkan terdapat pengguna Muslim yang tidak sedar bahkan ada yang tidak tahu tentang konsep kepenggunaan yang telah dibincangkan dalam agama Islam (Mohammad Noorizzuddin & Muhammad Ridhwan, 2018)

Sepatutnya konsep gelagat kepenggunaan menurut perspektif Islam diberi perhatian secara menyeluruh oleh pengguna Muslim bagi mengelak daripada terjebak dalam perkara-perkara yang dilarang dalam ajaran Islam. Hal ini kerana Islam menekankan aspek dosa pahala dalam sesuatu tindakan, dan akan dihitungkan pada hari akhirat nanti. Malangnya, masyarakat kini lebih terdedah kepada budaya konvensional (Mohd Zaid & Mohammad Taqiuddin, 2018) yang mengabaikan aspek keagamaan dalam kepenggunaan.

Sesuatu yang juga penting dibincangkan dalam aktiviti penggunaan dalam perspektif Islam adalah tentang niat. Niat adalah sesuatu yang mempengaruhi segala tindakan seorang Muslim, baik atau buruk, berpahala atau sebaliknya seperti mana maksud hadis,

“Daripada Amirul Mukminin Abu Hafs al-Umar ibn al-Katthab r.a. beliau berkata: Aku mendengar Rasulullah SAW bersabda: Bahawa sesungguhnya setiap amalan itu bergantung kepada niat, dan bahawa sesungguhnya bagi setiap orang apa yang dia niatkan. Barangsiapa yang hijrahnya menuju kepada Allah dan RasulNya, maka hijrahnya kepada Allah dan RasulNya. Barang siapa yang hijrahnya kerana dunia yang dia mahu mencari habuannya, atau kerana seorang perempuan yang dia mahu kahwininya, maka hijrahnya ke arah perkara yang ditujunya itu”.
(Riwayat Bukhari Muslim)

Menurut Yusuf al-Qardhawi (2018), dengan niat, tindakan seseorang boleh jadi baik atau buruk kerana Allah atau kerana selain Allah. Namun kajian-kajian berkaitan niat pengguna Muslim dan tingkah laku mereka pada hari ini kebanyakannya menggunakan teori Barat. Ahmad Azrin et al., (2017) berpendapat bahawa teori Barat kurang sesuai digunakan dalam kajian yang melibatkan pengguna

Muslim. Tambahan pula, Wahbah az-Zuhaili (2010) pernah menyatakan bahawa masyarakat masa kini sudah tidak mengambil berat perihal niat yang dibincangkan dalam ajaran Islam yang menekankan aspek pematuhan kepada syariat dan keredaan Allah SWT. Justeru itu, artikel ini akan membincangkan tentang elemen niat dalam gelagat pengguna berdasarkan garis panduan aktiviti penggunaan daripada perspektif Islam melalui kajian kualitatif.

SOROTAN LITERATUR

Konsep Niat dalam Islam

Niat menurut bahasa ialah *qosod* (tujuan hati) dan *iradah* (kehendak hati). Menurut istilah syarak pula niat adalah tekad hati untuk melakukan sesuatu amalan fardhu atau amalan-amalan adat kebiasaan yang lain (Wahbah az-Zuhaili, 2010). Sementara itu, Al-Ghazali (1981) mendefinisikan niat sebagai sifat hati yang mendorong sesuatu tindakan dengan dipengaruhi oleh ilmu dan kehendak serta kemampuan. Yusuf al-Qardawi (2018) mendefinisikan niat sebagai satu gambaran kehendak yang pasti untuk menentukan sesuatu perbuatan, sama ada baik atau buruk, wajib atau sunat, haram, makruh serta *mubah*.

Majoriti ulama berpandangan bahawa hukum niat dalam aktiviti ibadat khusus seperti solat, puasa, haji dan lain-lain adalah wajib kerana ia menjadi rukun ibadah, dan ada yang menyatakan niat sebagai syarat sah ibadah (Al-Nawawi, 2014). Manakala hukum niat dalam adat kebiasaan atau aktiviti seharian adalah sunat. Wahbah Al-Zuhaili (2010) dalam karyanya menegaskan niat dalam adat kebiasaan berfungsi untuk menentukan sesuatu perbuatan itu berubah menjadi ibadat dan mendapat ganjaran pahala atau balasan dosa. Oleh yang demikian, niat dalam ibadat khusus seperti solat, puasa, zakat dan lain-lain adalah wajib, manakala niat dalam perlakuan seharian atau adat kebiasaan termasuklah aktiviti kepenggunaan adalah sunat.

Tindakan dalam aktiviti penggunaan yang diniatkan ikhlas akan berpahala (Al-Ghazali, 1981). Niat yang ikhlas ini bermaksud tujuan sesuatu tindakan dilakukan adalah semata-mata kerana Allah bukan kerana yang lain, atau bercampur aduk. Contohnya, seorang pengguna Muslim membeli produk halal dengan tujuan untuk membangunkan ekonomi umat Islam, atau membantu orang-orang yang susah, atau mendapatkan barangan yang halal kerana itu merupakan perintah Allah, maka tindakan tersebut akan memperolehi pahala yang besar. Sekiranya niatnya itu bercampur aduk antara kerana Allah dan untuk menunjuk-nunjuk kepada manusia, maka ia tidak memperolehi apa-apa pahala dan juga dosa. Namun, sekiranya ia membeli sesuatu produk bukan kerana Allah, tetapi untuk menunjuk-nunjuk kepada orang ramai semata-mata, maka ia akan memperolehi dosa di sisi Allah SWT. Penjelasan ini juga bertepatan dengan firman Allah yang bermaksud,

*Dan bandingan orang-orang yang membelanjakan hartanya kerana mencari keredaan Allah dan kerana meneguhkan (iman dan perasaan ikhlas) yang timbul dari jiwa mereka, adalah seperti sebuah kebun di tempat yang tinggi, yang ditimpa hujan lebat, lalu mengeluarkan hasilnya dua kali ganda. Kalau ia tidak ditimpa hujan lebat maka hujan renyai-renyai pun (cukup untuk menyiraminya). Dan (ingatlah), Allah sentiasa Melihat akan apa yang kamu lakukan.
(Al-Baqarah 2:265)*

Niat juga mempunyai faktor yang mempengaruhinya. Niat tidak berdiri dengan sendirinya melainkan ia terpengaruh oleh iman dan juga ilmu seseorang. Iman adalah sesuatu yang penting dalam mempengaruhi niat dan tindakan seseorang. Dalam perihal kepenggunaan, iman membentuk niat untuk bertindak seorang Muslim agar sentiasa mematuhi syariat. Nizar (2017); Siti Khalilah dan Azizi, (2019) membincangkan keimanan yang kuat membuatkan seorang Muslim tidak melakukan sesuatu yang terlarang atau yang tidak disukai oleh Allah.

Al-Ghazali (1981), menyatakan sesuatu tindakan dipengaruhi oleh niat, manakala niat pula dipengaruhi oleh ilmu. Penjelasan hubungan antara tindakan, niat dan ilmu adalah merujuk kepada ulasan beliau iaitu,

Dan anggota badan itu tidak bergerak, selain dengan kemampuan (qudrah). Dan qudrah itu menunggu pengajak yang membangkitkan. Dan pengajak itu menunggu ilmu dan ma'rifah atau sangkaan (dhann) dan ittikad (tekad). Yaitu, bahawa ia menguatkan pada dirinya, bahawa keadaan sesuatu itu bersesuaian baginya. Maka apabila ma'rifah itu yakin, bahawa sesuatu itu bersesuaian dan tidak boleh tidak bahawa diperbuatnya dan ia selamat dari rintangan pembangkit lain, yang memalingkan daripadanya, niscaya membangkitkanlah kehendak dan terbuktiilah kecenderungan. Maka apabila membangkitkanlah kehendak (niat), niscaya terbangunlah kemampuan bagi menggerakkan anggota-anggota badan (Al-Ghazali, 1981:62).

Daripada perbincangan ini mendapati niat dalam aktiviti penggunaan adalah sunat, dan untuk mendapat pahala sesuatu niat itu perlulah ikhlas. Terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat untuk bertindak dalam aktiviti penggunaan iaitu iman dan ilmu. Tanpa iman dan ilmu mungkin seseorang Muslim akan menghadirkan niat yang tidak betul dalam tindakan mereka.

Kepenggunaan Islam

Kepenggunaan Islam didefinisikan sebagai penggunaan seseorang terhadap sesuatu benda, barangan, manfaat dan perkhidmatan untuk memenuhi keperluan hidup dengan mematuhi syariat (Mohd Hapiz dan Muhammad Rahimi, 2015). Definisi ini menjelaskan dalam kepenggunaan terdapat pengguna yang terlibat dalam aktiviti penggunaan produk atau perkhidmatan dengan mematuhi garis panduan yang Islam

tetapkan. Para fuqaha telah membahaskan fiqh kepenggunaan dengan empat asas iaitu,

- 1) Segala aktiviti dan sumber penggunaan adalah harus, berdasarkan kaedah "hukum asal sesuatu perkara adalah harus" (*al-aslfi al-ashyaal-ibahah*).
- 2) Melarang segala yang diharamkan, dengan berpegang kepada kaedah mengelak kerosakan lebih baik daripada menarik masalah (*darr' al-mafasid awla minjalb al-masalih*).
- 3) Berwaspada kepada perkara *syubhah*, merujuk kepada kaedah *ihtiyat*.
- 4) Diberi keringanan Ketika darurat, dibolehkan meninggalkan yang wajib dan mengharuskan perkara yang diharamkan, untuk mengutamakan *daruriyah al-khams*.

Yusuf Al-Qardawi (2009) telah menerangkan aktiviti kepenggunaan daripada perspektif Islam. Dalam ajaran Islam, kepenggunaan adalah satu amanah dan ketentuan daripada Allah, serta rezeki diperolehi bukan hanya untuk diri sendiri, tetapi untuk dikongsi bersama orang lain, serta amalan berlebih-lebihan atau kedekut adalah tidak digalakkan. Seperti mana yang dijelaskan dalam al-Quran yang bermaksud,

Dan juga mereka (yang diredhai Allah itu ialah) yang apabila membelanjakan hartanya, tiadalah melampaui batas dan tiada bakhil kedekut; dan (sebaliknya) perbelanjaan mereka adalah betul sederhana di antara kedua-dua cara (boros dan bakhil) itu. (Al-Furqaan 25:67)

Pengguna Muslim perlu mematuhi garis panduan yang ditetapkan dalam ajaran Islam dalam aktiviti penggunaan (Nor 'Azzah, 2009; Mohd Zaid & Joni Tamkin, 2013; Farzana et al., 2015). Antara garis panduan tersebut adalah patuh syariat, mengambil kira tahap keperluan, bersikap sederhana dan bijak dalam penggunaan. Garis panduan dalam memilih produk atau perkhidmatan telah tersedia ada dalam ajaran Islam (Mohd Zaid & Joni Tamkin, 2013). Sebagai seorang pengguna Muslim, memilih produk atau perkhidmatan halal adalah suatu kewajipan. Penetapan halal dan haram bukan hanya ke atas produk atau perkhidmatan, malahan cara mendapatkan dan sumbernya juga perlulah halal (Farzana et al., 2015). Sebagaimana firman Allah,

Wahai sekalian manusia! Makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu ikut jejak langkah Syaitan; kerana sesungguhnya Syaitan itu ialah musuh yang terang nyata bagi kamu. (Al-Baqarah 2:16)

Setiap pengguna Muslim perlu mengambil kira tahap keperluan. Pada asasnya perbelanjaan seseorang adalah berbeza mengikut keperluan dan taraf kehidupan masing-masing (Farzana et al, 2015). Imam Al-Syatibi telah membahagikan tahap keperluan kepada tiga bahagian, iaitu *dharuriyyah* (asas), *hajiyyat* (keperluan) dan *tahsiniyyah* (pelengkap). *Dharuriyyah* adalah keperluan asas yang diperlukan oleh setiap manusia untuk meneruskan kehidupan. Farzana et al., (2015) menjelaskan keperluan *dharuriyyah* adalah agama, jiwa, akal, keturunan dan harta. Contoh keperluan *dharuriyyah* dalam penggunaan adalah makanan. Tanpa makanan, nyawa manusia terancam.

Keperluan *hajiyyat* pula merujuk kepada keperluan yang diperlukan untuk mengelakkan kesusahan dan halangan (Farzana et al., 2015). Keperluan *hajiyyat* mampu memudahkan urusan *muamalah* sesama manusia (Kamri, 2008). Namun begitu, tanpa keperluan *hajiyyat* ianya tidak mendatangkan kemudharatan kepada seseorang (Zaid Mustafar & Borhan, 2013). Seterusnya, keperluan *tahsiniyyah* iaitu suatu keperluan bertujuan untuk memberi keselesaan dan kemudahan. Ia bertindak sebagai pelengkap kepada keperluan sedia ada (Farzana et al., 2015).

Setiap Muslim diajarkan untuk berbelanja berteraskan iman dan bersederhana, tidak berlebihan atau bakhil dalam setiap perbelanjaan. Selain itu, seorang Muslim juga diajarkan untuk bersyukur dengan setiap rezeki yang dikurniakan Allah. Sepertimana firman Allah yang bermaksud,

Dan juga mereka (yang diredhai Allah itu ialah) yang apabila membelanjakan hartanya, tiadalah melampaui batas dan tiada bakhil kedekut; dan (sebaliknya) perbelanjaan mereka adalah betul sederhana di antara kedua-dua cara (boros dan bakhil) itu. (Al-Furqaan 25:67)

Pengguna Muslim seharusnya mempertimbangkan keperluan duniawi dan ukhrawi, di samping mensyukuri nikmat yang telah Allah kurniakan serta sentiasa berpuas hati dengan apa yang dimiliki dan tidak berlebih-lebihan (Farzana et al., 2015). Seterusnya penambahan pendapatan tidak bermakna penggunaan juga bertambah. Islam juga sangat menggalakkan seseorang Muslim yang berkemampuan untuk berinfak membantu orang lain yang tidak berkemampuan (Abd. Ghani et al., 2003). Perkara ini juga telah dijelaskan di dalam Al-Quran iaitu,

Dan berikanlah kepada kerabatmu, dan orang miskin serta orang musafir akan haknya masing-masing; dan janganlah engkau membelanjakan hartamu dengan boros yang melampau. (Al-Israa' 17:26)

Pengguna Muslim seharusnya bijak membuat pilihan dengan mempertimbangkan kebaikan dalam penggunaan untuk manfaat dunia dan akhirat. Nor 'Azzah (2009) membahaskan pengguna Muslim seharusnya bersikap bijaksana dalam berbelanja

seperti buat senarai sebelum berbelanja dan tidak mudah terpengaruh dengan iklan-iklan yang ada. Pengguna Muslim juga perlulah fikir, selidik, mempertimbangkan baik buruk, dan tawakal dalam penggunaan untuk memastikan tingkah laku tersebut mendapat pahala dan manfaat dunia dan akhirat (Mohammad Noorizzuddin & Muhammad Ridhwan., 2018)

Penggunaan yang dianjurkan oleh ajaran Islam adalah sebaik-baik penggunaan. Hal ini kerana Islam telah menjelaskan tentang tahap keperluan, kehendak, jenis dan kuantiti barangan yang diperlukan dan boleh digunakan. Selain itu dititiberatkan juga manfaat akhirat dalam sesuatu penggunaan (Ahmad Nazrul & Wan Norhaniza, 2019). Islam menetapkan hukum halal dan haram dalam setiap penggunaan, namun sebagai agama yang sempurna Islam juga memberi kebebasan dalam aktiviti kepenggunaan untuk kesejahteraan dan keselesaan hidup. Pengguna Muslim tidak bersalah untuk memilih sesuatu produk atau perkhidmatan untuk keselesaan, asalkan tidak mendatangkan mudarat dan tidak berlebihan (Mohammad Noorizzuddin & Muhammad Ridhwan, 2018).

Kaedah Penyelidikan

Kajian ini adalah berbentuk fenomenologikal bertujuan untuk memahami konsep niat daripada perspektif Islam dalam aktiviti kepenggunaan. Bagi mencapai tujuan kajian ini, pendekatan kualitatif digunakan. Data diperolehi menerusi temu bual mendalam dengan pakar-pakar yang mempunyai kepakaran dalam bidang kepenggunaan Islam dan mualamat. Kaedah pemilihan pakar sebagai informan dalam kajian ini ialah dengan menggunakan kaedah sampel bertujuan. Hal ini demikian kerana kajian hanya memilih pakar yang menepati kriteria pemilihan sampel iaitu pakar yang mempunyai kepakaran dalam bidang kepenggunaan Islam dan juga konsep niat dalam perspektif Islam dan Barat. Pemilihan ini dibuat bagi mendapatkan jawapan lebih jelas dalam perbincangan tentang konsep niat.

Proses seterusnya ialah pembentukan protokol temu bual. Ia merangkumi dua proses iaitu proses pembentukan soalan dan pengesahan soalan temu bual oleh pakar. Soalan temu bual dibentuk berdasarkan objektif kajian dan sorotan karya. Protokol temu bual dibentuk sebagai panduan penyelidik bagi mendapatkan data kajian yang diperlukan untuk menjawab semua objektif kajian. Teknik *probing* digunakan semasa sesi temu bual bagi memastikan data yang dikehendaki adalah sahih dan boleh dipercayai. Perkara ini seperti mana yang dinyatakan oleh Othman (2017), pengkaji boleh mengembangkan soalan-soalan temubual mengikut kesesuaian soalan dan jawapan daripada informan bagi mendapatkan jawapan yang sempurna. Soalan-soalan temubual yang dibentuk juga telah disahkan oleh pakar dalam bidang pembentukan soalan kualitatif.

Sebelum temubual dijalankan, pengkaji menghubungi informan bagi menentukan tarikh dan masa temu bual. Temu bual telah dijalankan di tempat yang telah ditetapkan oleh informan. Setelah selesai sesi temubual, penyelidik menyediakan transkrip temu bual mengikut dialog antara pengkaji dan informan semasa temu bual dijalankan.

Penganalisan data secara induktif telah dijalankan bagi mengumpul dan menganalisis data-data yang diperolehi. Seterusnya pengkaji membuat interpretasi atau taksiran daripada data tersebut. Penulisan laporan kajian kualitatif adalah bersifat fleksibel, iaitu boleh berubah-ubah mengikut situasi kajian. Penjelasan ini sejajar dengan penerangan oleh Othman (2017)) iaitu proses kajian secara induktif adalah penyelidik membentuk konsep, hipotesis dan teori daripada data yang dikumpulkan, bukan yang ditentukan dari awal penyelidikan dan tidak menguji teori yang sudah ada.

Dapatan dan Perbincangan

Seramai lima orang pakar telah ditemu bual secara bersemuka bagi mendapatkan data kajian ini. Kelima-lima pakar mempunyai bidang kepakaran yang berbeza. Informan pertama (A1) dan informan kelima (A5) mempunyai kepakaran dalam bidang muamalat, informan kedua (A2) dan ketiga (A3) mempunyai kepakaran dalam kepenggunaan Islam, dan informan keempat (A4) mempunyai kepakaran dalam bidang ekonomi Islam.

Informan	Bidang kepakaran
A1	Muamalat
A2	Kepenggunaan Islam
A3	Kepenggunaan Islam
A4	Ekonomi Islam
A5	Muamalat

Hasil analisis temu bual mendapati terdapat dua faktor penting yang mempengaruhi niat seseorang pengguna Muslim dalam aktiviti penggunaan, iaitu iman dan ilmu. Iman mampu mempengaruhi niat seseorang dalam bertindak dengan berhikmah atau sebaliknya, sama ada mematuhi syariat atau tidak. Niat bertindak yang dipengaruhi akan mewujudkan tujuan tindakan itu kerana Allah dan kesan daripada itu niat dan juga tindakan itu akan berpahala.

“Iman sangat mempengaruhi tindakan seseorang. Orang yang tiada iman tidak akan berniatkan tindakannya kerana Allah, orang yang iman lemah kadang-kadang berniat kerana Allah kadang-kadang kerana nafsu kadang-kadang kerana orang lain. Orang yang kuat imannya akan sentiasa ada tujuan kerana Allah dalam semua tindakan”(A1)

“...sangat mempengaruhi, iman mempengaruhi seluruh kehidupan kita di dunia ini. Jika iman tidak mendasari kehendak kita, kita akan bersikap tamak dan lain-lain” (A2)
“Seseorang yang mempunyai iman apa saja niat tindakannya adalah untuk mendapat redha Allah, patuh syariat, patuh halal haram”(A3).

“...kesan iman kepada aktiviti penggunaan adalah tidak berlaku pembaziran” “...bila membazir mesti ada something wrong dengan iman...” (A5)

Hasil analisis kajian ini bertepatan dengan perbincangan Amalia Shafira dan Hasanuddin (2016). Mereka telah mengupaskan bahawa iman adalah keyakinan, yakin bahawa Allah ada, dan setiap tindakan adalah terpengaruh oleh keimanan seseorang. Iman bukan sekadar ungkapan dengan lisan, tetapi iman juga dapat dizahirkan dengan tindakan yang mematuhi segala perintah dan larangan Allah. Keimanan seseorang boleh mencetuskan niat untuk bertindak kerana Allah. Iman dapat melahirkan perbuatan-perbuatan baik dan mengelak dari perbuatan keji dan sia-sia. Iman juga mampu membuatkan seseorang Mukmin mengharapkan balasan daripada tindakannya, sama ada tindakan tersebut berasaskan perintah atau larangNya.

Faktor kedua yang mempengaruhi niat seseorang dalam aktiviti penggunaan adalah ilmu. Ilmu adalah suatu panduan kepada pengguna untuk bertindak. Antara ilmu yang diperlukan oleh pengguna Muslim untuk menjadi seorang pengguna Muslim yang sempurna adalah ilmu fardhu ain, ilmu fardhu kifayah dan juga ilmu tasawuf. Ilmu tasawuf adalah ilmu yang berkait dengan hati. Ilmu penting dalam membentuk kehendak seseorang individu. Dalam penggunaan juga seseorang pengguna beraktiviti perlu juga menitik berat hak orang lain, oleh kerana itu ilmu berkaitan akhlak juga diperlukan. Akhlak

“...ilmu tentang niat, ilmu tentang kepenggunaan Islam, halal haram, syubha, banyak aspek di samping ilmu akhlak, seperti makan perlu duduk, tidak boleh menunjuk-nunjuk...” “perlu ada ilmu fardhu ain dan ilmu fardhu kifayah, ilmu tasawuf juga perlu” (A1)

“...ilmu halal haram, ilmu berkaitan tasawuf iaitu ilmu hati untuk dekat dengan Allah dalam buat sesuatu”. (A3)

“... fardhu ain yang basic-basic, contoh logo halal negara Malaysia dan negara lain”. (A3)

“penting ilmu untuk mencegah pengguna dari guna benda-benda yang ditegah” “fiqh muamalat adalah ilmu penting untuk bantu pengguna buat keputusan dengan baik” “...first kena tahu halal haram, ilmu jual beli, hindari riba, maisir, syubha” “ilmu fardhu ain, kifayah apa hukum sumber pendapat yang kita dapat...” (A4)

“ilmu itu benda yang akan membentuk kita punya kehendak dan kemahuan, tanpa ilmu tak ada kehendak. (A2)

Bertepatan dengan pendapat Imam al-Ghazali yang menyatakan kehendak seseorang adalah berdasarkan kepada ilmu yang dimiliki. Nizar dan Yosr, (2015) menyatakan ilmu penting bagi membimbing seseorang bertindak dengan betul berdasarkan pengetahuannya dan bukan mengikut-ngikut orang sekeliling semata-mata. Teng dan Wang (2015) Cannoosamy et al., (2014); Kudryavtsev et al., (2020); dan Rihn, Khachatryan dan Wei (2021) menyatakan pengetahuan pengguna tentang produk dan sesuatu maklumat akan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Kajian Talita Leoni dan Arga (2020) terhadap pengguna dalam memilih produk detergen menunjukkan pengetahuan tentang halal telah mempengaruhi niat membeli produk detergen yang ada logo halal.

Ilmu juga penting kepada seseorang pengguna Muslim bagi membolehkan setiap individu Muslim bertindak seperti mana ajaran Islam ajarkan dan seterusnya dapat membezakan aktiviti penggunaan seorang Muslim dan pengguna bukan Muslim. Ilmu bukan sekadar penting untuk diketahui, namun sesuatu ilmu itu juga penting untuk diaplikasikan dalam kehidupan seharian. Misalnya seorang Muslim yang tahu ciri-ciri makanan halal pasti akan berusaha untuk memilih makanan halal walaupun berada di negara bukan Islam.

“...orang jahil yang tak belajar, dia tak berniat dan dia tak tau nak suaikan antara niat dan kepenggunaan, macam mana dia nak suaikan jika tak ada ilmu. Misalnya semua orang makan, orang muslim makan orang bukan Islam makan, tapi jika tidak berniat tiada beza makan orang Islam dan bukan Islam” (A1)

Ilmu dapat membezakan aktiviti seseorang muslim dan bukan muslim, bezakan aktiviti muslim yang baik dan tidak baik...” (A1)

“...ya ilmu mempengaruhi niat seseorang, jika seseorang itu tahu niat itu akan mendatangkan pahala pasti dia berniat. ”(A3)

“ilmu mempengaruhi orang dalam buat keputusan, ilmu juga penting diamal, jika tidak diamal sia-sia”. “...ilmu bantu kita buat pilihan yang efisien”(A5).

Ilmu dalam penggunaan sangat penting kerana dengan ilmu, risiko untuk pengguna tertipu atau silap membuat pilihan adalah rendah. Reezlin et al., (2021) telah membuktikan kekurangan pengetahuan telah menyebabkan segelintir pengguna Muslim memilih produk makanan separuh proses yang syubhah.

Iman dan ilmu adalah dua faktor kuat yang tidak dapat dipisahkan dalam mempengaruhi niat seorang pengguna Muslim yang ideal bertindak, hal ini kerana

iman dan ilmu saling memerlukan dalam membentuk niat bertindak yang sempurna bagi seseorang Muslim. Seperti mana informan A4 menyatakan,

“...rantai iman dan ilmu perlu ada, iman tu kepercayaan, ilmu akan ada kesempurnaan dalam bertindak” (A4)

“Iman dan ilmu saling melengkapi, iman sebagai dasar kehidupan dan ilmu sesuatu yang perlu dicari untuk membolehkan kita bertindak dengan betul” (A2)

Setiap individu pengguna Muslim perlu mempunyai iman dan ilmu-ilmu berkaitan aktiviti penggunaan. Terdapat empat garis panduan dalam aktiviti penggunaan yang telah dibincangkan dalam artikel ini, iaitu mematuhi syariat, mempertimbangkan tahap keperluan, berbelanja secara sederhana dan berbelanja dengan bijaksana. Setiap garis panduan ini juga akan terlaksana dengan adanya niat yang betul. Niat yang betul yang dimaksudkan adalah niat yang mempunyai tujuan kerana Allah, dan niat tersebut adalah dipengaruhi oleh iman dan ilmu. Tanpa iman dan ilmu ke empat-empat garis panduan ini tidak mungkin akan terlaksana dengan baik.

Bagi mematuhi syariat dalam aktiviti penggunaan, setiap Muslim perlu mempunyai keyakinan atau keimanan yang kukuh bahawa setiap perintah dan larangan Allah wajib dipatuhi. Setiap Muslim juga perlulah mempelajari ilmu-ilmu muamalat seperti halal haram dan jual beli. Misalnya, seorang Muslim yang bermusafir ke negara bukan Islam yang mengetahui ciri-ciri makanan halal, serta mengetahui kewajipan memilih makanan halal akan berusaha mencarinya. Namun sebaliknya, seorang Muslim yang tidak tahu ciri-ciri makanan halal, pasti memilih makanan yang tersedia di pasaran tanpa membuat pertimbangan halal haram, kerana dia tidak mengetahui ciri-ciri makanan halal. Tanpa keimanan dan ilmu berkaitan syariat dalam menjalankan aktiviti penggunaan, niat yang hadir juga berkemungkinan adalah niat yang salah.

Seterusnya dalam mempertimbangkan tahap keperluan seseorang juga memerlukan iman, ilmu dan niat yang ikhlas. Seseorang yang tidak beriman juga tidak berilmu berkemungkinan akan berbelanja atau menggunakan sesuatu produk berpandukan nafsu bukan berpandukan kepada tahap keperluan. Dengan keimanan yang jelas, ilmu yang lengkap serta niat yang betul seseorang Muslim itu akan memenuhi keperluan seperti mana yang telah Islam ajarkan. Misalnya dalam membeli makanan, seseorang yang mempunyai pengetahuan tentang makanan yang sihat hanya akan memilih makanan yang sihat sahaja tanpa terpengaruh untuk mengambil makanan yang belum pasti mendatangkan kebaikan untuk keluarganya. Pengguna ini akan mendapat pahala sekiranya aktiviti membeli makanan untuk keluarga itu diniatkan kerana Allah.

Bersederhana dan bijaksana dalam berbelanja juga adalah antara garis panduan yang telah ada dalam penggunaan Islam. Seseorang yang mempunyai iman serta ilmu berkaitan tentang pentingnya bersederhana akan sentiasa menyemak keperluan mereka tanpa berbelanja sesuka hati mengikut nafsu, dan akan sentiasa mempunyai tujuan untuk mendapat keredhaan Allah dalam setiap aktiviti penggunaan mereka.

Daripada perbincangan ini juga menggambarkan iman, ilmu amat penting dalam mendorong niat seseorang pengguna. Imam Bukhari dalam karya sahihnya, telah menyusun karya yang dimulai dengan topik iman, seterusnya diikuti dengan topik ilmu yang menunjukkan bahawa perkara yang dilakukan oleh orang Islam bermula dengan iman dan disertai dengan ilmu telah pun disentuh oleh ulama yang berada pada kurun terbaik iaitu *Salaf al-Salih*. Al-Maudidi pernah menyatakan bahawa Islam itu merupakan ilmu, oleh yang demikian, sesiapa sahaja yang ingin beramal dengan Islam, mestilah berilmu. Terdapat satu hadith yang sahih menyatakan bahawa ilmu itu hanya diperolehi dengan belajar. Daripada perbincangan ini, jelas bahawa terdapat kaitan yang begitu rapat antara iman dan ilmu untuk menjadikan seseorang Muslim itu patuh kepada ajaran agamanya termasuklah hal-hal yang berkaitan dengan penggunaan. Iman dan ilmu tidak akan bermanfaat tanpa adanya ikhtiar dan usaha yang terhasil daripada niat seseorang untuk melakukan sesuatu perkara. Usaha akan terhasil apabila seseorang Muslim mula merancang untuk melakukan sesuatu berdasarkan ilmu yang dipelajarinya. Menurut teori pengurusan Islam, perancangan itu sendiri mengandungi unsur niat kerana menurut pandangan salah seorang ulama, setiap tindakan pasti didorong oleh sesuatu niat. Hal ini menunjukkan bahawa niat hadir sebelum sesuatu tindakan dilakukan.

Dalam hal ini, tampak kaitan yang rapat antara niat, iman dan ilmu. Segalanya bermula dengan keimanan yang mendalam, diikuti dengan mempelajari ilmu semasa tentang penggunaan, yang akhirnya menatijahkan niat dalam diri seseorang bagi mendorongnya untuk mengikuti segala garis panduan yang ada. Justeru, niat adalah unsur yang tersangat penting dalam mendorong tindakan. Tanpa niat, ilmu mungkin tidak diamalkan, dan tanpa niat pula kemungkinan sesuatu ilmu diamalkan dengan tujuan bukan kerana Allah SWT. Pendek kata, iman, ilmu, niat dan tindakan merupakan satu rantai yang tidak boleh diabaikan sama sekali oleh seseorang Muslim bagi menjadikan aktiviti penggunaannya bermanfaat untuk dunia dan akhirat.

Kesimpulan

Niat adalah sesuatu yang amat penting dalam kehidupan seharian. Sebagai seorang Muslim niat yang ikhlas diperlukan dalam setiap tindakan, termasuklah dalam aktiviti penggunaan seharian. Misalnya dalam aktiviti makan minum, berbelanja dan lain-lain. Setiap tindakan dengan niat ikhlas, iaitu niat kerana Allah dan mematuhi syariat akan membawa kebaikan di dunia dan akhirat. Niat ikhlas juga mampu membimbing seseorang daripada melakukan sesuatu yang merugikan atau mendatangkan

keburukan. Misalnya, dalam aktiviti berbelanja sekiranya niat atau tujuan selain kerana Allah dan melanggari syariat boleh mendatangkan dosa serta tidak berpahala.

Bagi mewujudkan niat ikhlas terdapat dua faktor yang mempengaruhi niat seseorang pengguna Muslim, iaitu iman dan ilmu. Iman sebagai dasar yang mempengaruhi niat seseorang, manakala ilmu pula sebagai panduan seseorang membina niat untuk bertindak. Tanpa iman yang kukuh, tanpa ilmu yang cukup seseorang pengguna mungkin tidak dapat berniat dengan sempurna, seterusnya tindakan yang dilakukan juga mungkin tidak menepati garis panduan yang telah ditetapkan.

Seorang pengguna Muslim yang ideal perlu menitik beratkan tentang perihal niat dalam kehidupan seharian, termasuk juga dalam aktiviti penggunaan. Dua faktor yang mempengaruhi niat juga perlu diambil berat oleh setiap pengguna Muslim. Iman setiap Muslim perlu jelas dan kukuh, iaitu mempercayai Allah serta mematuhi setiap suruhan dan larangan. Di samping perlu juga melengkapkan diri dengan ilmu-ilmu bermanfaat terutamanya dalam perihal penggunaan, agar setiap niat yang terbentuk dalam aktiviti penggunaan adalah berteraskan kepada syariat Islam.

Rujukan

- Ab. Latif, M., & Rosmawati, A. @ M. Z. (2000). *Perbahasan Kaedah-kaedah Fiqh*, Kuala Lumpur: Pustaka Salam Sdn Bhd.
- Abd. Ghani, B., Harjin, A. A., & Abd. Ghani, S. (2003). Konsep Penggunaan dari Perspektif Ekonomi Islam. *Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan*, 1–36.
- Abd Ghani, B., Abd Ghani, S., & Ali, J. (2010). Kepenggunaan Islam Dalam Masalah Asas Ekonomi. *Jurnal Intelek*, 5(1), 1–13.
- Ahmad Azrin, A., Basri, A.B, Sakinah M.Z, & Izzuddin, A.A, (2018). The Disciplinary Status of Islamic Consumer Behavior. *International Journal of Asian Social Science*, 7(12), 949–962.
- Ahmad Nazrul, A. Y., & Wan Norhaniza, W. H. (2019). Prinsip-Prinsip Penggunaan Islam Dalam Pelaksanaan Bantuan Rakyat. *Journal of Islamic, Social, Economics and Development*, 4(24), 76–85. www.jised.com
- Al-Ghazali. (1981). *Ihya' Ulumiddin atau Mengembangkan Ilmu-ilmu Agama* (Ismail Yakub, terj.), Singapura: Pustaka Nasional.
- Al-Nawawi. (2014). *Syarah Hadis 40* (Mustafa, A.B, & Muhyiddin. M, terj.),Kuala Lumpur: Pustaka Salam

- Al-Qardhawi, Y. (2013). *Halal dan Haram* (Abu Jabir, M. terj.), Johor: Perniagaan Jahabersa.
- Amalia Shafira, & Hasanuddin, B. (2016). Realisasi Iman dalam Kehidupan Sosial. *Jurnal Studi Hadis*, 2, 2013–2015.
- Azmawani, A. R., Ebrahim, A., & Suhaimi, A. R. (2015). Consumers and halal cosmetic products: Knowledge, religiosity, attitude and intention. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 148–163.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*, California: Sage Publication.
- Farzana, Q., Nor Liza, A., & Maisarah, A. (2015). Epicureanism and Global Consumerism in Shaping Muslim Buyers ' Consumption Pattern : An Islamic Perspective. *International Journal of Innovation and Business Strategy*, 03(July).
- Kamri, N. 'Azzah. (2008). Kepenggunaan dalam Islam: Tinjauan dari Sudut Etika. *Seminar Keusahawanan Islam II Peringkat Kebangsaan Oktober 2008*, 1–17.
- Kudryavtsev, D., Gavrilova, T., Smirnova, M., & Golovacheva, K. (2020). Modelling consumer knowledge: The role of ontology. *Procedia Computer Science*, 176, 500–507.
- Mohammad Noorizzuddin, N., & Muhammad Ridhwan, A. A. (2018). *Gelagat Pengguna Muslim dalam Perspektif Islam*. Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Mohd Hapiz, M., & Muhammad Rahimi, O. (2015). Kerangka Fiqh Kepenggunaan Masakini. *Journal of Contemporary Islamic Studies*, 1, 135–154.
- Mohd Zaid, M., & Mohammad Taqiuddin, M. (2018). Model. *E-Journal of Islamic Thought and Understanding*, 1(1), 74–88.
- Mohd Zaid Mustafar & Joni Tamkin. (2013). Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18(9), 1301–1307.
- Mohd Zulkifli, M., Ahmad Ridhwan, A., & Dzulkifli, M. (2019). Andaian Ketidakterhadan Kehendak Manusia dalam Ekonomi Islam: Analisis Berdasarkan Tasawur Islam. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 7(2), 1–22.

- Mustafar, M. Z., & Borhan, J. T. (2013). Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18(9), 1301–1307.
- Nizar, S., & Yosr, J. (2015). The impact of Islamic beliefs on consumers' attitudes and purchase intentions of life insurance. *International Journal of Bank Marketing*, 33(4), 423–441.
- Nur'Hidayah, C. A., Salleh, M. R., Mohd Salehuddin, M. Z., Rosmaliza, M., Aziz, A. A., & Nor Azmi, A. (2011). The effect of factors influencing the perception of price fairness towards customer response behaviors. *Journal of Global Management*, 2(1), 22–38.
- Nurshuhaida, R. A., & Siti Zaiton, M. D. (2012). Perbezaan Analisis Kepenggunaan Menurut Ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam. *Prosiding Perkem VII*, 2, 1461–1470.
- Othman, L. (2017). *Penyelidikan Kualitattif*, Perak:Universiti Pendidikan Sultan Idris.
- Rihn, A., Khachatryan, H., & Wei, X. (2021). Perceived subjective versus objective knowledge: Consumer valuation of genetically modified certification on food producing plants. *PLoS ONE*, 16(8), 1–19.
- Talita Leoni, R., & Arga, H. (2020). "Do knowledge, perceived usefulness of halal label and religiosity affect attitude and intention to buy halal-labeled detergent?" *Journal of Islamic Marketing*.
- Teng, C. C., & Wang, Y. M. (2015). Decisional factors driving organic food consumption: Generation of consumer purchase intentions. *British Food Journal*, 117(3), 1066–1081.
- Umar Sulaiman, A.-A. (2002). *Rahsia Niat Dalam Ibadat, Kelebihan dan Kepentingan Niat* (Zayuki, M., terj.) Kuala Lumpur: Jasmin Enterprise.
- Wahbah az-Zuhaili. (2010). *Fiqih Islam Wa Adillatuhu* (Abdul Hayyie, A.K., terj). Jakarta: Darul Fikir.
- Zaid Mustafar, M., & Borhan, J. T. (2013). Muslim Consumer Behavior: Emphasis on Ethics from Islamic Perspective. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 18(9), 1301–1307.

Jurnal
Pengguna Malaysia

ISSN 1511-998X

