

## PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM: TEORI DAN PRAKTEK

---

*Hasan Sulthoni \**

---

\* STAI Muhamamadiyah Tulungagung  
sulthonihasan@gmail.com

### ***Abstract***

*Islam sees economic activity is one way to accumulate and increase the reward to the falah (happiness of the world and the Hereafter). Motif consume in Islam is basically mashlahah, needs and obligations. Satisfaction of a Muslim is not based market more or less items that can be consumed, but based on how religious values obtained from what it does. In the teachings of the Islamic religion for the purpose of consumption is the biggest masalah, so that he can achieve victory in duina and hereafter. Satisfaction in Islam include consumer satisfaction and creative satisfaction, consumer satisfaction will produce the ready creation of satisfaction, because the consumption made by a Muslim would give his physical strength, so he can be more creative. To measure the satisfaction of a Muslim we can use the concept of conventional utilities. As for rational human behavior in the conduct of consumption when he can maximize the values of conformity in accordance with the norms of Islam.*

**Keywords:** Perilaku, Konsumen dan Ekonomi Islam.

## **PENDAHULUAN**

Ilmu Ekonomi adalah ilmu yang mempelajari cara manusia dalam memanfaatkan, mengelola, dan menggunakan sumberdaya alam yang ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam kegiatan ekonomi, pelaku yang bertindak di dalamnya terbagi menjadi produsen, konsumen dan distributor. Salah satu kegiatan ekonomi yang dibahas dalam ilmu ekonomi adalah tingkah laku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam pandangan teori ekonomi konvensional, perilaku/tingkah laku konsumen didasarkan pada aturan kebebasan mutlak. Berbeda dengan teori ekonomi konvensional, dalam teori ekonomi Islam mengajarkan umat manusia pada umunya dan umat muslim pada khususnya untuk berpegang pada norma dan batas-batas yang berlandaskan kepada ketentuan-ketentuan syariah.

Manusia memiliki kebutuhan yang beragam jenisnya baik yang bersifat fisik maupun rohani. Dalam pengertian ilmu ekonomi, konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan faedah suatu benda (barang dan jasa) dalam rangka pemenuhan kebutuhan. Bagaimana seorang konsumen memenuhi kebutuhannya dengan pendapatan yang di milikinya? Kita akan melihat bagaimana konsumen membelanjakan uang yang di milikinya untuk memperoleh barang/jasa dan bagaimana teori konsumsi dalam islam. Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menumpuk dan meningkatkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah mashlahah, kebutuhan dan kewajiban.

Dalam ekonomi Islam, tujuan konsumsi adalah memaksimalkan masalah. Menurut Imam Shatibi istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar utility atau kepuasan dalam terminology ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. Pada konsep ini islam dan konvensional sepakat bahwa kebutuhan untuk mempertahankan hidup adalah motif umum ekonomi.

Teori Perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumberdaya (*resources*) yang dimilikinya. Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme. Diprakarsai oleh Bentham yang mengatakan bahwa secara umum tidak seorangpun dapat mengetahui apa yang baik

untuk kepentingan dirinya kecuali orang itu sendiri. Dengan demikian pembatasan terhadap kebebasan individu, baik oleh individu lain maupun oleh penguasa, adalah kejahatan dan harus ada alasan kuat untuk melakukannya.

Teori perilaku konsumen yang dibangun berdasarkan syariah Islam, memiliki perbedaan yang mendasar dengan teori konvensional. Perbedaan ini menyangkut nilai dasar yang menjadi fondasi teori, motif dan tujuan konsumsi, hingga teknik pilihan dan alokasi anggaran untuk berkonsumsi. Dalam tulisan ini akan dilakukan analisa bagaimana teori ekonomi Islam mendeskripsikan dan membahas perilaku konsumen.

Sebagai seorang muslim saat ini hendaknya kita juga memperhatikan perilaku kegiatan konsumsi kita. Bagaimana cara mengerjakan jual beli dengan system syariah. Bagaimana tingkah laku kita terhadap kebutuhan sehari-hari. Menjadikan al-Qur'an dan al-Hadits sebagai pedoman juga merupakan cara yang harus dilakukan untuk pedoman hidup, karena semuanya jelas tergambar dalam kedua falsafah hidup itu.

## **KEPRIBADIAN DAN PERILAKU KONSUMEN MUSLIM**

Para ekonom konvensional memperhatikan dan mendalami kepribadian konsumen untuk menguasai segmentasi pasar. Atau dengan kata lain, hal ini mereka mempelajari dalam kaitannya dengan pasar dan pemasaran. Agak berbeda dengan mereka, dalam hal ini para ekonom muslim tidak langsung mengaitkannya dengan pasar dan pemasaran, melainkan untuk mengukur sejauh mana tingkat wawasan dan kesadaran mereka terhadap perspektif islami.

Perbauran budaya materialisme, utilitarianisme, dan hedonisme di Negara muslim telah menimbulkan perubahan perilaku yang sangat luar biasa pada umat islam. Dorongan untuk hidup bebas sudah tentu memaksa mereka meninabobokan kesadarannya pada ajaran agama. Suka atau tidak suka, hal ini telah terjadi di lingkungan kita. Kiranya saat ini perlu ada upaya pembaruan perilaku terhadap mereka.<sup>1</sup>

Pendekatan studi kepribadian konsumen muslim sangat tepat dengan pembelajaran akhlak seperti yang dikembangkan oleh Abu Yazid al- Bustami dan Ibnu 'Arabi. Dengan menggunakan

---

<sup>1</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2006), 86.

pendekatan pembelajaran akhlak mereka, bukan berarti menjauhkan diri konsumen dari hal-hal yang berbau duniawi seperti zuhud. Tampaknya kita perlu sedikit mengoreksi mengenai pemahaman sebagian masyarakat terhadap zuhud. Oleh sebagian kalangan masyarakat, zuhud diartikan meninggalkan dunia. Padahal pemahaman ini tak mungkin dilakukan oleh manusia, siapapun dia, karena dia sendiri hidup di dunia. Sebenarnya zuhud tidak demikian, yang benar adalah bahwa karena zuhudnya seseorang “tidak materialistis”. Dia membutuhkan materi, tetapi tidak materialistis, entah rakus atau tamak. Dia cukup puas dengan keadaan yang dia terima saat ini. Dia malah berterimakasih kepada Tuhannya sekalipun keadaanya pas-pasan. Model seperti inilah yang menurut dunia akhlak melahirkan sikap Qana’ah.<sup>2</sup>

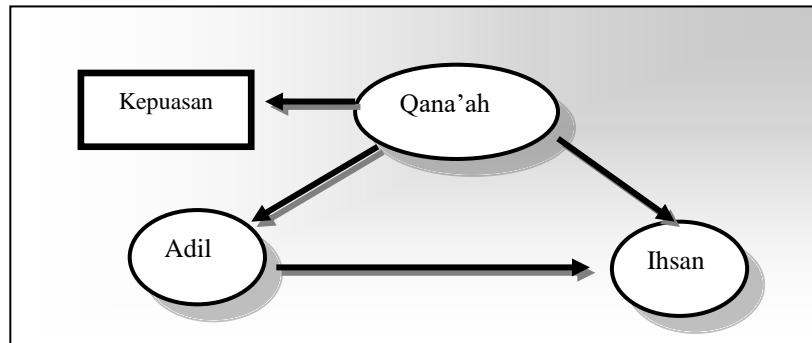
Untuk menjadi qanaah, seorang konsumen muslim perlu mengenal dirinya dan tuhannya. Tahap-tahap yang harus dia lakukan adalah menjalankan amar ma’ruf nahi munkar, selalu menambah tingkat keimanannya, dan selalu berkontemplasi melalui fakir dan zikirnya. Denga demikian, dia akan mudah puas sekalipun dia menderita. Nabi Muhammad Saw dalam sebuah hadisnya bersabda:

*“Tidak sempurna keimanan seseorang yang tidak menganggap penderitaan sebagai nikmat dan kenikmatan (duniawi) sebagai musibah”.*

Qanaah merupakan cerminan kepuasan seseorang baik secara lahiriah maupun bathiniyah. Qanaah mendorong seorang konsumen muslim bersikap adil. Adil yang di spiritkan oleh qanaah mendorongnya untuk lebih dari sekedar adil sehingga dia ihsan. Dan akhirnya ihsan, baik terhadap Tuhannya dan manusia, menjadikannya qanaah kembali. Oleh karena qanaah adalah cahaya keimanan, diatidak boleh redup. Dia harus selalu bercahaya melalui proses perputaran segitiga tadi. Mari kita telaah pesan gambar berikut:

---

<sup>2</sup>*Ibid.*, 87.



Gambar 1: *Qanaah, Adil dan Ihsan*<sup>3</sup>

Haruskah *qanaah* melepaskan manusia dari kekayaannya sehingga dia lebih memilih hidup miskin dan melarat? Kepribadian yang *qanaah* tidak dipersepsikan demikian. *Qanaah* berarti menerima dengan ikhlas apapun kondisi yang dia alami entah miskin, dia akan selalu puas. Dengan demikian, *qanaah* membentuk karakter kepuasan yang fleksibel.

Manusia yang *qanaah* bukan berarti selamanya mengorbankan diri sehingga nasib dirinya sendiri diabaikan. Oleh karena menurut konfigurasi diatas seorang konsumen muslim yang *qanaah* mendorong sikap adilnya, maka konsumsinya selalu terukur dan teranalisis dengan baik, baik untuk masalah saat ini maupun masalah akan datang.<sup>4</sup>

## KONSUMEN MUSLIM SEBAGAI INDIVIDU

Unsur manusia dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen muslim. Kita sering kali melihat perbedaan karakteristik manusia dalam berpikir, berkata dan bertindak. Karakter fulan A boleh persis dengan karakter fulan B tetapi belum tentu persis dengan karakter fulan C apalagi fulan D. ini merupakan fenomena alamiah yang tidak pernah habis dibahas manusia. Karakteristik inilah yang kelak menentukan baik atau buruknya nilai perilaku seseorang menurut ukuran agama dan budaya masyarakat. Seseorang akan dikatakan baik bila perilakunya sesuai dengan ajaran agama, dan sebaliknya akan buruk apabila perilakunya tidak sesuai dengan ajaran agama.<sup>5</sup>

<sup>3</sup>*Ibid.*, 88.

<sup>4</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen...*, 88.

<sup>5</sup>*Ibid.*, 51.

Mempelajari ekonomi berarti mempelajari segala hal yang menyangkut kehidupan rumah tangga. Hakikat hidup memang memiliki banyak filosofi yang berbeda-beda. Hidup boleh diartikan sebagai kemampuan manusia untuk bertahan atas setiap kondisi di berbagai situasi. Menurut falsafah Al quran, semua aktifitas yang dapat dilakukan oleh manusia patut dikerjakan untuk mendapatkan falah<sup>6</sup> yaitu istilah yang dimaksudkan untuk mencapai kesempurnaan dunia dan akhirat.<sup>7</sup> Disini, strategi mempertahankan hidup yaitu bagaimana manusia menyikapi harta. Penyikapan manusia pada harta menjadi karakteristik ekonomi Islam. Allah SWT berfirman:

وَعَاثُوا النَّسَاءَ صَدُقَاتِهِنَّ نِحْلَةً فَإِن طِبْنَ لَكُمْ عَن شَيْءٍ مِّنْهُ نَفْسًا فَكُلُوهُ هَنِيئًا مَّرِيئًا

Artinya: “dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik. (QS. An-Nisa’: 04)

Prinsip utama dalam sistem ekonomi islam yang diisyaratkan dalam Al-Quran:

1. Hidup hemat dan tidak bermewah-mewahan. Ini berarti tindakan ekonomi hanyalah untuk memenuhi kebutuhan (*needs*) bukan keinginan (*wants*).
2. Implementasi zakat, infak, dan shodaqoh.
3. Pelarangan riba; menjadikan sistem bagi hasil dengan instrumen mudharabah dan musyarakah sebagai system kredit dan instrumen bunganya.

---

<sup>6</sup>Falah jangan ditafsirkan dengan istilah “kebajikan” yang dipakai dalam kehidupan ekonomi modern “kebajikan ” lebih mengacu pada kesejahteraan dunia dan akhirat. Islam percaya akan adanya hari kiamat, dan untuk mendapatkan kebajikan di akhirat, maka manusia harus melakukan usaha yang sama semasa didunia. Menurut islam, manusia harus melakukan kebajikan semasa didunia agar mendapat rahmat di dunia juga dan juga akhirat. Perubahan norma “kebajikan” menuju falah menggambarkan bahwa usaha untuk mencapai kesejahteraan materi harus di seimbangkan dengan usaha untuk mendapatkan “dunia” yang lebih abadi yaitu akhirat. Hal ini menunjukkan bahwa Islam menyeru agar setiap individu menciptakan kehidupan yang harmonis untuk mendapatkan kebahagiaan didunia dan akhirat.

<sup>7</sup>Muhammad Nejatullah Siddiqi, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 1991), 178.

4. Menjalankan usaha-usaha yang halal; dari produk atau komoditi, proses produksi hingga distribusi.

Jika kita bertafakur atas diri dan lingkungan kita, perlu kita sadari bahwa segala sesuatu di dunia ini adalah milik Allah, semuanya titipan, amanah, dimana setiap barang titipan atau amanah yang dipercayakan harus dikembalikan seutuhutuhnya kepada sang Owner, Allah SWT. Amanah itu adalah harta. Harta yang harus disikapi dengan tepat, efektif, dan efisien. Konsep harta dalam ekonomi Islam adalah sesuatu yang terus menerus mengalir dan bermanfaat banyak, sedangkan dalam pandangan konvensional harta adalah sebagai hak milik pribadi yang pemilikinya bebas menggunakan harta itu untuk kepentingan dirinya. Ternyata, akar dari perilaku ekonomi Islam adalah iman. Karena dengan keimanan akan menentukan baik buruknya tindakan ekonomi, tindakan menyikapi harta. Memang, sebagai seorang muslim yang senantiasa melakukan tindakan ekonomi akan selalu dihadapkan pada masalah tauhid, keimanan. Seberapa baikkah keimanan kita? Mampukah kita berkonsumsi atau memproduksi dengan tujuan *masalah*<sup>8</sup>, berdasarkan kebutuhan, dan tuntutan kewajiban? Atau ada sikap egois, materialis, dan individualis yang memengaruhi tindakan ekonomi kita? Aktivitas ekonomi pada dasarnya berawal dari kebutuhan manusia untuk terus bertahan (*survive*) di dunia ini. Ketika kebutuhan hidup tidak bisa dipenuhi sendiri, maka diperlukan orang lain untuk membantu; disinilah perlunya bersosialisasi. Interaksi sosial ini akan melahirkan permintaan dan penawaran terhadap konsumsi dan produksi.

Teori Maslow menyebutkan, Keperluan hidup berawal dari pemenuhan keperluan hidup dasar, kemudian pemenuhan keperluan hidup yang lebih tinggi kualitasnya seperti keamanan, kenyamanan, dan aktualisasi. Motif berkonsumsi dalam Islam seperti yang telah disebutkan sebelumnya adalah masalah, kebutuhan, dan kewajiban.

---

<sup>8</sup>*Maslahah* adalah segala bentuk keadaan, baik material maupun non material, yang mampu meningkatkan kedudukan manusia sebagai makhluk yang paling mulia. Menurut as shatibi, Masalah dasar bagi kehidupan manusia terdiri dari lima hal, yaitu agama (*dien*), jiwa (*nafs*), intelektual (*'aql*), keluarga dan keturunan (*nash*), dan material (*wealth*). Kelima hal tersebut merupakan kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi agar manusia dapat hidup bahagia di dunia dan di akhirat. Jika salah satu dari kebutuhan diatas tidak terpenuhi atau terpenuhi dengan tidak seimbang niscaya kebahagiaan hidup juga tidak tercapai dengan sempurna. Lihat pada Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2008), 5-6.

Beberapa variabel moral dalam berkonsumsi, diantaranya: Konsumsi atas alasan dan pada barang-barang yang baik (halal), berhemat, tidak bermewah-mewah, menjauhi hutang, menjauhi kebakhilan dan kekikiran. Jadi, bisa disimpulkan bahwa aktivitas konsumsi adalah aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan meningkatkan ibadah kepada Allah SWT.

Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan:

1. Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat. Keberlangsungan hidup manusia diatur oleh Allah.

أَفَرَأَيْتُمُ الْمَاءَ الَّذِي تَشْرَبُونَ ءَأَنْتُمْ أَنْزَلْتُمُوهُ مِنَ الْمُزْنِ أَمْ نَحْنُ الْمُنزِلُونَ

Artinya: *“Maka Terangkanlah kepadaku tentang air yang kamu minum. kamukah yang menurunkannya atau kamikah yang menurunkannya?”* (QS. Al-Waqiah: 68-69)

2. Dalam konsep Islam, kebutuhanlah yang membentuk pola konsumsi seorang muslim. Pola konsumsi yang didasarkan atas kebutuhan akan menghindari pola konsumsi yang tidak perlu.

وَلَا يَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَبْخُلُونَ بِمَا آتَاهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ هُوَ خَيْرًا لَّهُمْ بَلْ هُوَ شَرٌّ لَّهُمْ سَيُطَوَّقُونَ مَا بَخُلُوا بِهِ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ وَاللَّهُ مِيرَاثُ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ ۗ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ

Artinya: *“sekali-kali janganlah orang-orang yang bakhil dengan harta yang Allah berikan kepada mereka dari karuniaNya menyangka, bahwa kebakhilan itu baik bagi mereka. sebenarnya kebakhilan itu adalah buruk bagi mereka. harta yang mereka bakhilkan itu akan dikalungkan kelak di lehernya di hari kiamat. dan kepunyaan Allah-lah segala warisan (yang ada) di langit dan di bumi. dan Allah mengetahui apa yang kamu kerjakan.”* (QS. Ali Imran: 180)

3. Dalam berkonsumsi, seorang muslim harus menyadari bahwa ia menjadi bagian dari masyarakat, sehingga timbul rasa saling menghargai dan menghormati dan tercipta keadilan sosial untuk menghindari kesenjangan atau diskriminasi sosial.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ 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)

Selain itu, tingkat kepuasan seorang muslim dalam berkonsumsi perlu mempertimbangkan kehalalan barang yang dikonsumsi, tanpa riba, serta mempertimbangkan zakat dan infak. Kepuasan muslim tidak hanya didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi juga besar nilai ibadah yang didapat, kemudian terciptanya kepuasan dan rasa syukur. Oleh karena itu, kepuasan adalah relative dan tidak mudah diukur karena banyak faktor lain yang mesti dipertimbangkan. Diantaranya adalah faktor budget yang dimiliki untuk digunakan konsumsi. Konsumen muslim juga harus memiliki skala prioritas agar bisa memperoleh pemanfaatan yang optimum. Sudah jelas bagi kita, konsumen muslim, bertindak atas harta yang Allah berikan dengancara yang baik, sehingga berdampak kepada tingkat kepuasan, baik kepuasan dunia maupun akhirat.

## KONFIGURASI KEBUTUHAN MANUSIA

Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka *Maqasid Syariah*. Tujuan Syariah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Tujuan syariah Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia. Oleh karena itu semua barang dan jasa yang memiliki masalah akan dikatan kebutuhan manusia.

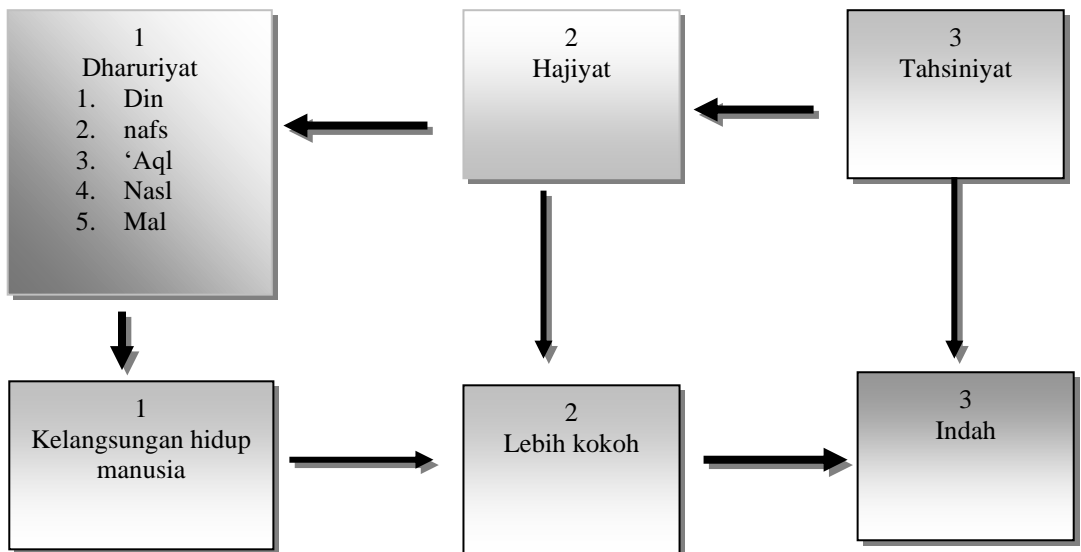
Dalam teori konvensioanal kepuasan (utility) digambarkan dengan memiliki barang /jasa untuk memuaskan keinginan manusia. Keinginan manusia ditentukan secara subjektif. Tiap-tiap orang memiliki atau mencapai kepuasan menurut kriterianya masing-masing. Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh konsep masalah.

Masalah adalah kepemilikan atau kekuatan barang/jasa yang mengandung elemen-elemen dasar dan tujuan kehidupan umat manusia di dunia ini dan perolehan pahala untuk kehidupan akhirat.

Menurut Syatibi, *masalahah* dibedakan menjadi tiga:

### 1. **Kebutuhan Dharuriyyah.**

*Daruriyyah* adalah sesuatu yang wajib adanya menjadi pokok kebutuhan hidup untuk menegakkan kemaslahatan manusia. Kebutuhan *daruriyyah* dalam pengertian ini berpangkal dari pada pemeliharaan lima hal, yaitu: agama, jiwa, akal, kehormatan, dan harta.



Gambar 2: Jenjang Kebutuhan manusia<sup>9</sup>

Contoh kebutuhan *dharuriyyah* :

- a. Pengeluaran untuk mempertahankan jiwa dan raga: pangan, sandang, papan dan kesehatan.
- b. Pengeluaran untuk keagamaan: pengeluaran untuk peribadatan, pemeliharaan hasil-hasil kebudayaan dan dakwah Islam.
- c. Pengeluaran untuk memelihara akal: pengeluaran untuk pendidikan.
- d. Pengeluaran untuk memelihara kehormatan: pengeluaran

<sup>9</sup>Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam...*, h. 67.

untuk biaya perkawinan dan sejenisnya.

- e. Pengeluaran untuk menjaga harta kekayaan, misalnya membeli brankas-brankas yang cocok untuk menyimpan harta.

## 2. **Kebutuhan Hajiyah**

*Hajiah* adalah sesuatu yang diperlukan oleh manusia dengan maksud untuk membuat ringan, lapang dan nyaman dalam menanggulangi kesulitan-kesulitan hidup. Suatu kebutuhan dimana kehidupan tetap berjalan tanpanya walaupun akan banyak menghadapi kesulitan.

Setiap barang di luar kebutuhan *dharuriyyah* seperti yang terdapat dalam contoh yang telah disebutkan sebelumnya dapat dikategorikan sebagai barang kebutuhan *hajiyah*. Karenanya, setiap barang-barang kebutuhan *daruriyyah* atau setiap tambahan pengeluaran perkawinan, pendidikan dan lain-lain dianggap termasuk barang-barang kebutuhan *hajiyah*.

## 3. **Kebutuhan Tahsiniyah**

*Tahsiniyah* adalah sesuatu yang diperlukan oleh norma atau tatanan hidup serta perilaku menurut jalan yang lurus. Hal yang bersifat tahsiniyah berpangkal dari tradisi yang baik dan segala tujuan perikehidupan manusia menurut jalan yang baik. Secara lebih spesifik tahsiniyah adalah semua barang yang membuat hidup menjadi lebih mudah dan gampang tanpa berlebih-lebihan atau bermewahan, seperti makanan yang baik, pakaian yang nyaman, peralatan kecantikan, interior rumah yang tertata lengkap dan tertata indah, serta semua barang yang menjadikan hidup manusia menjadi lebih baik.

Barang kebutuhan ini berhubungan dengan hadits nabi: “*Diantara kebahagiaan seseorang adalah tetangga yang baik, kendaraan yang nyaman, dan rumah yang luas*” (HR. Ahmad).

Contoh barang kebutuhan *tahsiniyah*:

- a. Pengeluaran untuk acara perayaan tertentu yang diperbolehkan oleh syara’.
- b. Pengeluaran untuk membeli beberapa perlengkapan yang memudahkan pekerjaan perempuan di rumah.
- c. Pengeluaran untuk memperindah rumah.

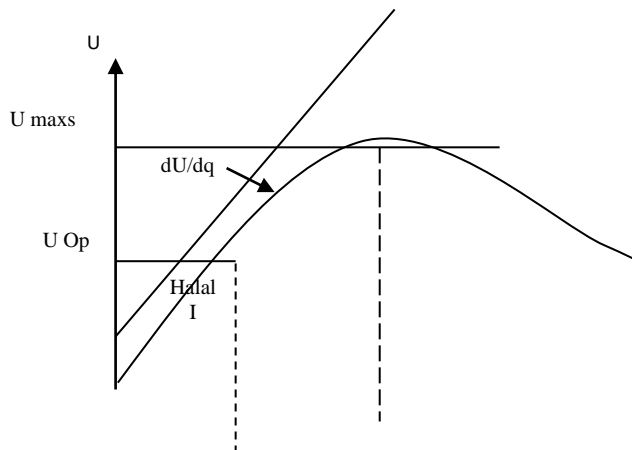
*Daruriyyah* wajib dipelihara. *Hajiyah* boleh ditinggalkan apabila memeliharanya merusak hukum *dharuriyyah*, dan *tahsiniyah* boleh ditinggalkan apabila dalam menjaganya

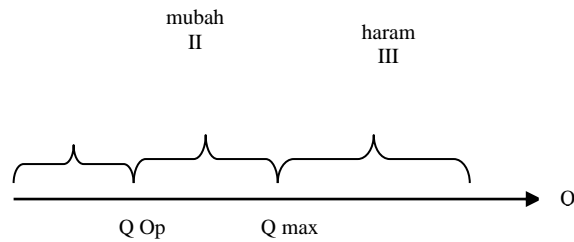
merusak hukum *dharuriyyah* dan *hajiah*. Jadi, secara umum barang dan jasa yang memiliki kekuatan untuk memenuhi kelima elemen pokok (*dharuriyyah*) telah dapat dikatakan memiliki Masalah bagi umat manusia.

## PERBEDAAN MASLAHAH DENGAN UTILITAS

Ada dua bentuk konsep berpikir konsumen yang hadir dalam dunia ilmu ekonomi hingga saat ini. Konsep yang pertama adalah *utility*, hadir dalam ilmu ekonomi konvensional. Konsep *utility* diartikan sebagai konsep kepuasan konsumen dalam konsumsi barang dan jasa. Konsep yang kedua adalah masalah, hadir dalam ekonomi Islam. Konsep masalah diartikan sebagai konsep pemetaan perilaku konsumen berdasarkan asas kebutuhan dan prioritas, dia sangat berbeda dengan *utility* yang pemetaan majemuknya tidak terbatas. Secara umum dalam ekonomi Islam, konsep masalah lebih obyektif dari pada konsep utilitas untuk menganalisa perilaku ekonomi. Secara analisis konsep masalah memiliki subjektifitas seperti halnya konsep utilitas, namun kesubjektifannya tidak menjadikan konsep ini tidak jelas (samar) seperti utilitas. Beberapa keunggulan konsep masalah adalah sebagai berikut:

1. Konsep masalah membentuk persepsi kebutuhan manusia.
2. Konsep masalah membentuk persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan.
3. Konsep masalah memmanifestasikan persepsi individu tentang upaya setiap pergerakan amalnya mardhatillah.
4. Persepsi tentang penolakan terhadap kemudharatan membatasi persepsinya hanya kebutuhan.
5. Upaya mardhatillah mendorong terbentuknya persepsi kebutuhan islami.
6. Persepsi seorang konsumen dalam memenuhi kebutuhannya menentukan kepuasan konsumsinya.





Gambar 3: Batas-batas Kepuasan (Maslahat) dalam konsumsi Islami

Dari gambar diatas terlihat bahwa kepuasan optimal menghasilkan keadaan siap kreasi maksimal berada pada titik dimana pertmbahan kepuasan yang diperoleh atas pertambahan jumlah barang yang dikonsumsi sama dengan harga barang, menurut hukum islam ada tiga hukum yang berlaku dalam konsumsi, yaitu: perilaku konsumsi dapat menjadi sesuatu yang halal, mubah atau haram.

Hukum halal berlaku pada daerah I, yaitu daerah dimana seseorang wajib makan, mubah berlaku pada daerah II, yaitu daerah dimana seseorang harus berhati-hati dalam amakan karena telah mencapai kepuasan optimal, dan makan menjadi haram jika telah menempati daerah II, yaitu pada saat seseorang makan mencapai kepuasan maksimum tetapi ia masih terus menambah barang yang dimakannya.

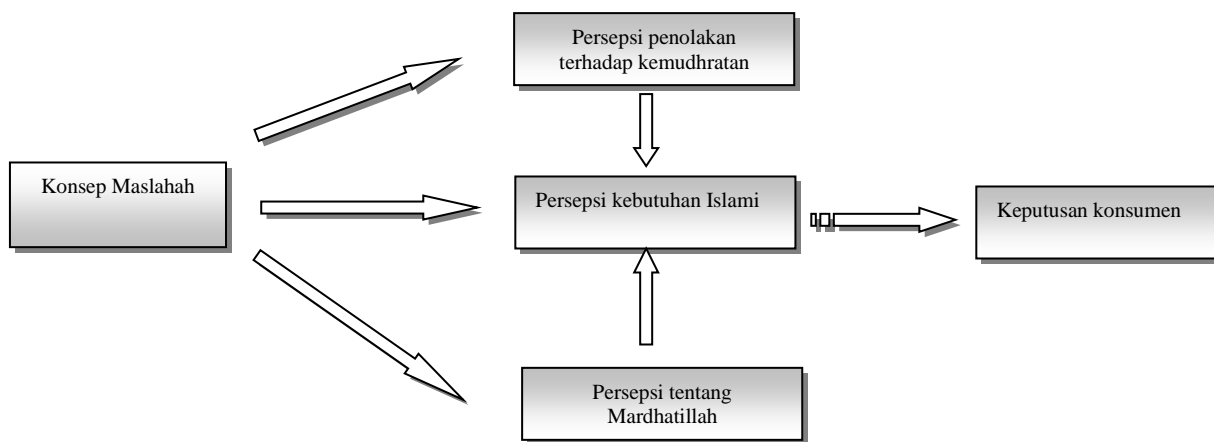
Pada saat keadaan di  $dU/dQ = 0$  berarti berlaku ajaran Rasul “berhenti makan sebelum kenyang” pada saat inilah seseorang telah mencapai kepuasan optimum. Sedangkan jika seseorang telah mencapai kepuasan maksimum maka ia harus berhenti makan.<sup>10</sup> Dari penelusuran berbagai literatur yang membahas tentang utility, ditemukan beberapa proporsi utility sebagai berikut:

1. Konsep utility membentuk persepsi kepuasan materialis.
2. Konsep *utility* mempengaruhi persepsi keinginan konsumen.
3. Konsep *utility* mencerminkan peranan *self interest* konsumen.
4. Persepsi tentang keinginan memiliki tujuan untuk mencapai kepuasan materialistis.
5. *Self interest* memepengaruhipersepsi kepuasan materialistis konsumen.

<sup>10</sup>Muhammad, *Ekonomi mikro dalam perspektif Islam...*, 198-199.

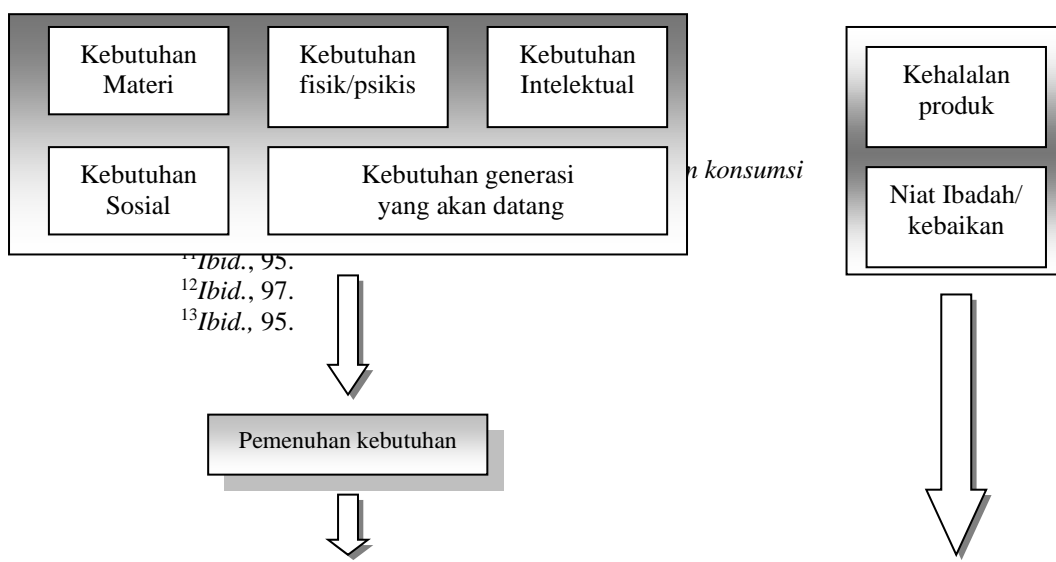
6. Persepsi kepuasan menentukan keputusan (pilihan konsumen).<sup>11</sup>

Setiap proposisi dari 1 sampai 6 tersebut membentuk sebuah teori masalah. Dalam teori tersebut, konsep masalah mempengaruhi keputusan konsumen muslim. Teori tersebut digambarkan dalam diagram berikut.

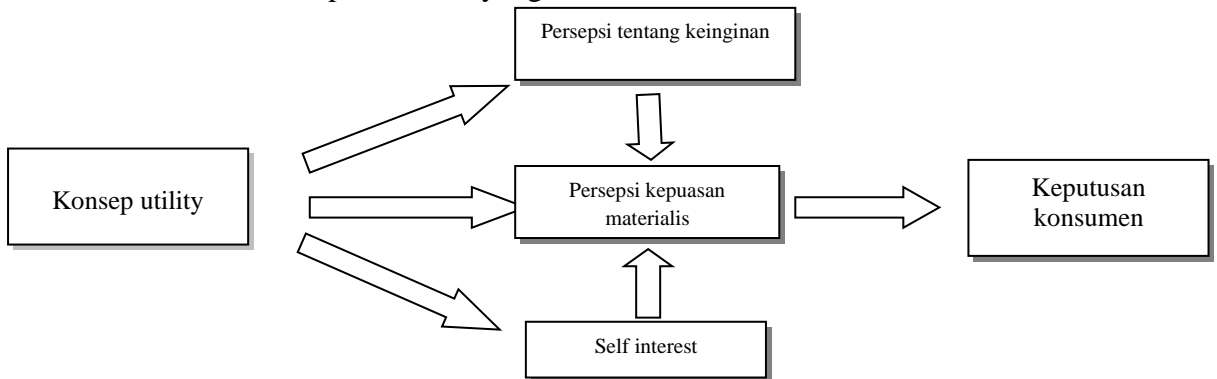


Gambar 4: Teori masalah<sup>12</sup>

Teori masalah pada dasarnya merupakan integrasi dari fakir dan zikir. Dia menggambarkan motif kesederhanaan individu pada setiap bentuk keputusan konsumsinya. Dalam hal ini, karena masalah bertujuan melahirkan manfaat, persepsi yang ditentukannya ialah konsumsi sesuai keebutuhan. Konsep masalah tidak selaras dengan kemadharatan, itulah sebabnya dia melahirkan persepsi yang menolak kemadhorotan seperti barang-barang yang haram, termasuk yang syubhat, bentuk konsumsi yang mengabaikan kepentingan orang lain, dan yang membahayakan diri sendiri. Bebarengan dengan itu, niat dalam mendapatkan manfaat ini di semangati oleh persepsi tentang *mrdhatillah* yang kemudian mendorongnya pada persepsi sesuai kebutuhan (kebutuhan Islami).<sup>13</sup>



Gambar diatas memberikan kerangka secara garis besar mengenai kapan konsumen akan mendapatkan masalah dan berkah. Demikian pula kemungkinan lahirnya *madharat* karena adanya kegiatan konsumsi terhadap hal yang sia-sia atau tidak memberikan manfaat maupun hal-hal yang diharamkan.<sup>14</sup>



Gambar 6: Teori Utility

Dari teori ini dapat diterangkan mengapa konsep utility tidak sama dengan *masalah*. Konsep utility yang diturunkan oleh epistemologi smithian, membaurkan konsumen pada kepuasan materilistis.<sup>15</sup>

#### **PERTIMBANGAN SEORANG MUSLIM DALAM BERKONSUMSI**

1. Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau negara. Hal ini karena manusia mengkondisikan pemenuhan kebutuhan hidupnya berdasarkan tempat ia hidup. Manusia satu sama lain tidak bisa memaksakan cara pemenuhan hidupnya ataupun sebaliknya.
2. Kebutuhanlah yang membentuk pola konsumsi. Muslim dalam mengkonsumsi dibatasi atas sebab-sebab fisik yang merefleksikan pola, bukan dikarenakan pengaruh preferensi semata. Pola konsumsi yang berbasis kebutuhan akan menghindarkan kita dari pengaruh-pengaruh pola konsumsi yang tidak perlu.

<sup>14</sup>P3EI, *Ekonomi Islam...*, 143.

<sup>15</sup>Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), 97.

3. Manusia adalah bagian dari masyarakat. Seorang muslim harus menyadari bahwa dirinya adalah salah satu bagian yang membentuk masyarakat. Maka dalam konsumsi kita dituntut untuk menghormati keberadaan sesama. Hal ini akan menghindarkan dari kesenjangan sosial.

Seorang muslim dalam usahanya untuk mencapai tingkat kepuasan mempertimbangkan beberapa hal berikut:

1. Barang yang dikonsumsi tidak haram
2. Dalam memperolehnya tidak berspekulasi
3. Tidak menimbun barang dan melakukan kegiatan pasar gelap
4. Tidak mengandung riba
5. Memperhitungkan zakat dan infak

Kepuasan seorang muslim tidak didasarkan pasar banyak sedikitnya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa nilai ibadah yang didapatkan dari apa yang dilakukannya. Menurut Islam, tujuan konsumsi adalah untuk masalah terbesar, sehingga ia dapat mencapai kemenangan di dunia dan akhirat. Dengan demikian pendekatan nilai guna/utilitas yang berlaku dalam ekonomi konvensional perlu ditinjau ulang dalam kerangka Islam.

Kepuasan dalam Islam meliputi kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif, kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan siap kreasi, sebab konsumsi yang dilakukan seorang muslim akan memberikan kekuatan fisiknya, sehingga ia dapat menjadi lebih kreatif. Kepuasan siap kreasi dapat diketahui dari perintah Nabi SAW yaitu ” *berhenti makan sebelum kenyang.*” Hal ini disebabkan karena pada saat itu kondisi kreatif dapat diperoleh. Untuk mengukur kepuasan dari seorang muslim kita dapat menggunakan konsep konvensional utilitas. Utilitas dibedakan menjadi dua yaitu utilitas total dan utilitas marginal.

Utilitas total adalah jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dalam mengkonsumsi sejumlah barang tertentu, sedangkan utilitas marginal adalah pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari pertambahan atau pengurangan satu unit barang.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup>Fakultas Agama Islam Univ. Hamka dalam <http://fai.uhamka.ac.id/post.php?idpost=19>, diakses pada 18 April 2016.

## ANALISIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM

Berbeda dengan pemikiran ekonomi modern mengenai asumsi rasionalitas manusia sebagai homo economicus yang menunjukkan perilaku memaksimalkan keuntungan dan kepuasannya. Dalam konsepsi pemikiran ekonomi Islam mengenai manusia yang mendapat predikat yang khas yaitu "*Ibaddurrahman*" (hamba Allah Yang Pengasih).

وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا

Artinya: "*Dan hamba-hamba yang Maha Pengasih ialah orang-orang yang berjalan di bumi dengan rendah hati. Dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka berkata (yang mengandung) keselamatan.*" (Q.S Al Furqan [25]: 63)

Perilaku seorang Ibadurrahman akan dipandang rasional bila dalam tingkah laku dan perbuatannya sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Seperti: membalas ucapan-ucapan orang-orang jahil dengan perkataan yang menyakitkan hati tetapi bila perlu membalasnya dengan ucapan yang baik. Perilaku manusia yang rasional manakala dia dapat memaksimalkan nilai-nilai konformitas sesuai dengan norma Islam. Jadi dalam prespektif ekonomi Islam pengertian rasional tidak selalu sejalan dengan pengertian maksimisasi secara material (kebendaan). Rasionalitas dalam prespektif Islam manakala mencakup elemen-elemen dasar sebagai berikut:

1. Konsep sukses dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai-nilai moral: Manakala perilaku seseorang selalu dikaitkan dengan standar nilai yang baku semakin tinggi kualitas kebaikan (akhlak) nya semakin sukses orang tersebut.
2. Skala waktu bagi seorang muslim adalah kehidupan di dunia sampai akhirat. Keimanan akan kehidupan akhirat (wafil akhirati hasanah) menjadi pengendali dalam setiap perilakunya. Aspek ini berdampak pada perilaku (akhlak) konsumsi sebagai berikut.
  - a. Hasil dari pilihan tindakan yang dilakukan terdiri atas dampak langsung di dunia (*Man amila amalan shaalihan min dzakar in au unsaa wahuwa mukmin, fa ajruhu ala laahi*) dan dampaknya nanti di akhirat. Sehingga kepuasan (Utilitas) yang diturunkan dari pilihan tersebut merupakan total nilai sekarang (present value) dari kedua dampak tersebut.
  - b. Alternatif penggunaan pendapatan (dari hasil usahanya

dengan jalan halal) akan bertambah dengan memasukkannya manfaat yang diperoleh di akhirat kelak (*Fain khairan fa khairan wa in syarran fa syarran*= apabila didapat dengan cara yang baik pahala di akhirat kelak tapi apabila yang didapat dengan jalan buruk (menipu) maka ganjaran siksaan yang pedih). Sehingga pendapatan yang diperoleh disamping untuk kebutuhan konsumsi yang disisihkan untuk membayar kewajiban zakat, infak dan sadaqah. Dalam hadits riwayat Ahmad dan Muslim dinyatakan :

*“Dari Abi Hurairah, "Rasulullah Saw, telah berkata, "Seseorang yang menyimpan hartanya, tidak dikeluarkan zakatnya, akan dibakar dalam neraka jahanam, baginya dibuatkan setrika dari api, kemudian disetrika ke lambung dan dahinya, dan seterusnya, (hadits ini panjang)- (Innama shadaqatu lil fukaraai wal masakin, wab nissabil, sesungguhnya zakat itu untuk orang-orang fakir dan orang-orang miskin)”*

3. Konsep kekayaan (*al-Ghany*) dalam Islam merupakan karunia dan pemberian dari Allah. Manusia sifatnya hanya memiliki `hak guna' amanat, atas kekayaan yang dimilikinya. Karena pemilik yang sebenarnya adalah Allah SWT. Implikasi yang ditimbulkan dari pandangan ini adalah dalam penggunaan semua bentuk kekayaan manusia selalu melakukan evaluasi apakah tindakannya sudah benar dengan syariat Islam atau belum. Perlu diingatkan pula bahwa harta (*kekayaan*) yang dimiliki tersebut adalah sebagai hiasan kehidupan manusia di dunia.
4. Dalam pandangan Islam mengenai barang terutama barang konsumsi adalah semua barang (*al-Maal*) yang dikaitkan dengan aspek nilai moral. Jadi barang dalam perspektif adalah semua bentuk materi yang dapat membawa manfaat, menguntungkan dan dapat dikonsumsi sedemikian rupa sehingga membawa kesejahteraan bagi konsumsi baik secara material, moral maupun spiritual. Barang yang tidak membawa pada kebaikan dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat bukan merupakan barang yang tidak dapat dianggap sebagai bentuk kekayaan seperti barang haram, barang hasil KKN (korupsi, kolusi dan nepotisme) narkoba. Barang yang kita miliki ini bisa menjadi sumber

bencana/fitnah bagi dirinya dan bagi masyarakat pada umumnya.

5. Aspek etika (*akhlak al karimah*) dalam konsumsi menurut Islam, Dalam hal konsumsi Islam ini terangkum dalam beberapa hal yaitu:
  - a. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhkan sifat kikir.
  - b. Mengajarkan bersikap sederhana, yang mengandung lima dimensi yaitu keadilan, mencari rezki secara halal, kebersihan, kemurahan hati dan moralitas.<sup>17</sup>

## **PENUTUP**

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menumpuk dan meningkatkan pahala menuju falah (kebahagiaan dunia dan akhirat). Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah mashlahah, kebutuhan dan kewajiban.

Kepuasan seorang muslim tidak didasarkan pasar banyak sedikitnya barang yang bisa dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa nilai ibadah yang didapatkan dari apa yang dilakukannya. Dalam ajaran agama Islam tujuan konsumsi adalah untuk masalah terbesar, sehingga ia dapat mencapai kemenangan di dunia dan akhirat. Kepuasan dalam Islam meliputi kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif, kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan siap kreasi, sebab konsumsi yang dilakukan seorang muslim akan memberikan kekuatan fisiknya, sehingga ia dapat menjadi lebih kreatif. Untuk mengukur kepuasan dari seorang muslim kita dapat menggunakan konsep konvensional utilitas.

Sedangkan untuk perilaku manusia yang rasional dalam melakukan konsumsi manakala dia dapat memaksimalkan nilai-nilai konformitas sesuai dengan norma Islam. Rasionalitas dalam perspektif Islam manakala mencakup elemen-elemen dasar sebagai berikut:

1. Konsep sukses dalam Islam selalu dikaitkan dengan nilai-nilai moral
2. Skala waktu bagi seorang muslim adalah kehidupan di dunia sampai akhirat.
3. Konsep kekayaan (*al-Ghany*) dalam Islam merupakan karunia dan pemberian dari Allah. Manusia sifatnya hanya memiliki

---

<sup>17</sup>*Ibid.*

`hak guna' amanat, atas kekayaan yang dimilikinya. Karena pemilik yang sebenarnya adalah Allah SWT.

4. Dalam pandangan Islam mengenai barang terutama barang konsumsi adalah semua barang (*al-Maal*) yang dikaitkan dengan aspek nilai moral.
5. Aspek etika (*akhlak al karimah*) dalam konsumsi menurut Islam, Dalam hal konsumsi Islam ini terangkum dalam beberapa hal yaitu:
  - a. Menafkahkan harta dalam kebaikan dan menjauhkan sifat kikir.
  - b. Mengajarkan bersikap sederhana, yang mengandung lima dimensi yaitu keadilan, mencari rezki secara halal, kebersihan, kemurahan hati dan moralitas.

#### **DAFTAR RUJUKAN**

- Muflih, Muhammad. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Rajawali Pers. 2006.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta: Bumi Aksara. 1991.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Rajawali Pers. 2008.
- Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE. 2004.
- Fakultas Agama Islam Univ. Hamka dalam <http://fai.uhamka.ac.id/post.php?idpost=19>, diakses pada 18 April 2016.