

**TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM
DAN EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**



Oleh

**UMMI HANI
NIM. 12.2200.027**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PAREPARE**

2017

**TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM
DAN EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**



Oleh

**UMMI HANI
NIM. 12.2200.027**

Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Hukum (S.H.) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan
Syariah dan Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri
Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PAREPARE**

2017

**TEORI KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM
DAN EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum (S.H.)**



**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

**Disusun dan diajukan oleh
UMMI HANI
NIM. 12.2200.027**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
(STAIN) PAREPARE**

2017

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Ummi Hani
 Judul Skripsi : Teori Konsumsi dalam Ekonomi
 Islam dan Ekonomi Konvensional
 (Analisis Perbandingan)
 Nim : 12.2200.027
 Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
 Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
 Dasar Penetapan Pembimbing : Sti. 19/PP.00.9/1114/2015

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd

NIP : 19610320 199403 1 004 

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag

NIP : 19680205 200312 2 001 

Mengetahui:

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI

NIP.19730627 200312 1 004

Skripsi

**Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam
dan Ekonomi Konvensional
(Analisis Perbandingan)**

Disusun dan diajukan oleh:

Ummi Hani
NIM : 12.2200.027

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah

Pada tanggal 29 Desember 2016 dan dinyatakan

Telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

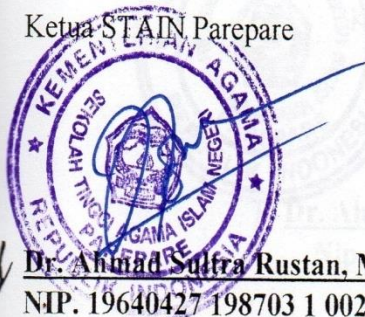
Pembimbing Utama : Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd

NIP : 19610320 199403 1 004

Pembimbing Pendamping : Rusnaena, M.Ag

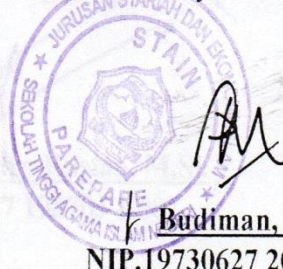
NIP : 19680205 200312 2 001

Ketua STAIN Parepare



Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
NIP. 19640427 198703 1 002

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI
NIP.19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Teori Konsumsi dalam Ekonomi
 Islam dan Ekonomi Konvensional
 (Analisis Perbandingan)

Nim : 12.2200.027

Nama Mahasiswa : Ummi Hani



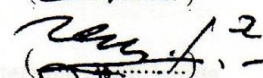
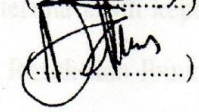
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : Sti. 19/PP.00.9/1114/2015

Tanggal Kelulusan : 29 Desember 2016

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd.	(Ketua)	
Rusnaena, M.Ag.	(Sekertaris)	
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M.Ag.	(Anggota)	
Damirah, SE.,MM.	(Anggota)	



Mengetahui:
 Ketua STAIN Parepare

Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si.
 Nip. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah , segala puji syukur bagi Allah ‘Azza wa Jalla yang dengan segala kenikmatannya sehingga semua kebajikan ini bisa kita dapati secara sempurna , termasuk dengan selesainya Skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Islam Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare. shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah atas panutan umat ini, Nabi Muhammad ‘Alahi Wa Salam ,keluarganya, para sahabat, sahabiyah, tabiut tabi’in dan orang-orang yang senang tiasa setia mengikuti sunnah Rasulullah hingga hari kiamat.

Sebagai manusia biasa tentu tidak lupa dari kesalahan termasuk dalam penyelesaian Skripsi ini ,masih terdapat banyak kekurangan .oleh karena itu , kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan skripsi ini.

Penulis haturkan sembah sujud sebagai tanda ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu ayahanda tercinta Muh. Suyuti Razak dan Ibunda yang tersayang Siti. Nurbaya yang senantiasa menyayangi, mencintai, mengasihi, serta tak pernah bosan mengirimkan do’a tulus serta yang terbaik bagi penulis sehingga mendapat kemudahan dalam menyelesaikan akademik tepat pada waktunya.

Penulis telah banyak menerima banyak bimbingan dan bantuan dari bapak Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd dan ibu Rusnaena, M.Ag selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan serta bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Selanjutnya penulis juga ucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku ketua STAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di STAIN Parepare dan menyediakan fasilitas yang memungkinkan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi sebagaimana yang diharapkan.
2. Bapak Budiman, M.HI. selaku Ketua Jurusan Syariah STAIN Parepare.
3. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag, Ibu Damirah, SE., MM. Selaku penguji skripsi.
4. Bapak, Ibu staff perpustakaan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare yang telah sabar membantu penulis dalam menemukan referensi dan memberi pelayanan yang baik.
5. Ibu Dra. Surani yang telah memberikan dukungan serta membantu dalam pembuatan skripsi baik berupa masukan dan material.
6. Saudara-saudara penulis Faizal Suyuti. S.Pd.i dan Istrinya Mustaqimah M.Pd, St. Azalia Suyuti S.Pd.i, St. Hanna SH, Salman Suyuti serta Ummu Kalsum S.Pd.i atas bantuan, dukungan baik berupa spiritual, material, maupun motivasi yang sangat bermanfaat.
7. Raniati, Ariska, Kurnia Majid SH, St. Misna Aulia SH, Indah Tri Setyasari SH, St. Atika Anwar SH, dan semua teman-teman seperjuangan yang memberikan semangat, bantuan, serta motivasi yang sangat berarti bagi penulis, terkhusus untuk Alm. Fajeriani Ali Kasim yang menjadi salah satu semangat penulis untuk menyelesaikan studi.

8. Sahabat Garambank dan Hasna Nirwana Kasau S.E yang senantiasa memberikan semangat, do'a, serta tidak kenal lelah untuk menolong penulis dalam segala hal.
9. Serta semua pihak yang telah memberikan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu-persatu.

Teriring do'a semoga Allah SWT membalas budi baik Bapak, Ibu dan saudara-saudara semuanya. Amin.

Harapan penulis kepada setiap pembaca agar kiranya apa yang menjadi substansial pada Skripsi ini dapat bermanfaat untuk kita semua. Disamping itu penulis juga sangatlah membutuhkan masukan berupa kritik dan saran, dimana penulisan di esok hari akan lebih baik sesuai dengan penulisan pada umumnya. *Amin ya Robbal'Alamin.*



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ummi Hani
NIM : 12.2200.027
Tempat/Tgl. Lahir : Makassar/19 Januari 1994
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Judul Skripsi : Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan
Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ini merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 10 Januari 2017
Penyusun



Ummi Hani
NIM. 12.2200.027

ABSTRAK

Ummi Hani. *Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan).* (dibimbing oleh Drs. Moh. Yasin Soumena, M.Pd dan Rusnaena M.Ag).

Pada zaman sekarang masyarakat cenderung lebih banyak menghabiskan daripada menghasilkan dengan kata lain lebih konsumtif, hal ini dikarena keinginan serta kebutuhan yang tidak dapat dibedakan dan yang mana lebih didahulukan, akibat dari lebih seringnya menghabiskan maka mengakibatkan “pemuahan kebutuhan serta keinginan meningkat sedangkan sumber daya alam yang semakin terbatas” ditambah dengan sumber daya manusia yang kurang produktif, hal semacam ini yang akan mengakibatkan kerugian untuk masa depan kelak. Islam dalam memenuhi kebutuhannya telah disediakan segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini tidak lain untuk menjaga kehidupannya, tak ada satupun dimuka bumi ini tidak diciptakan selain memiliki manfaat untuk mereka, dengan demikian tidak akan mungkin terjadi hal sumber daya yang terbatas tersebut, Islam lebih mementingkan sebuah kebutuhan dari pada keinginannya.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Library Research (kepustakaan) yaitu dengan mengumpulkan data-data yang benar kenyataannya, menganalisis data, membaca buku referensi terkait dengan konsumsi, mengumpulkan artikel terkait yang berada di internet. Tujuan dari penelitian ini selain untuk menambah pengetahuan dalam ilmu ekonomi juga untuk mengetahui serta memperjelas perbedaan serta persamaan yang ada dalam teori konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional, serta melihat yang mana lebih mendatangkan kebaikan dari perbandingan ini.

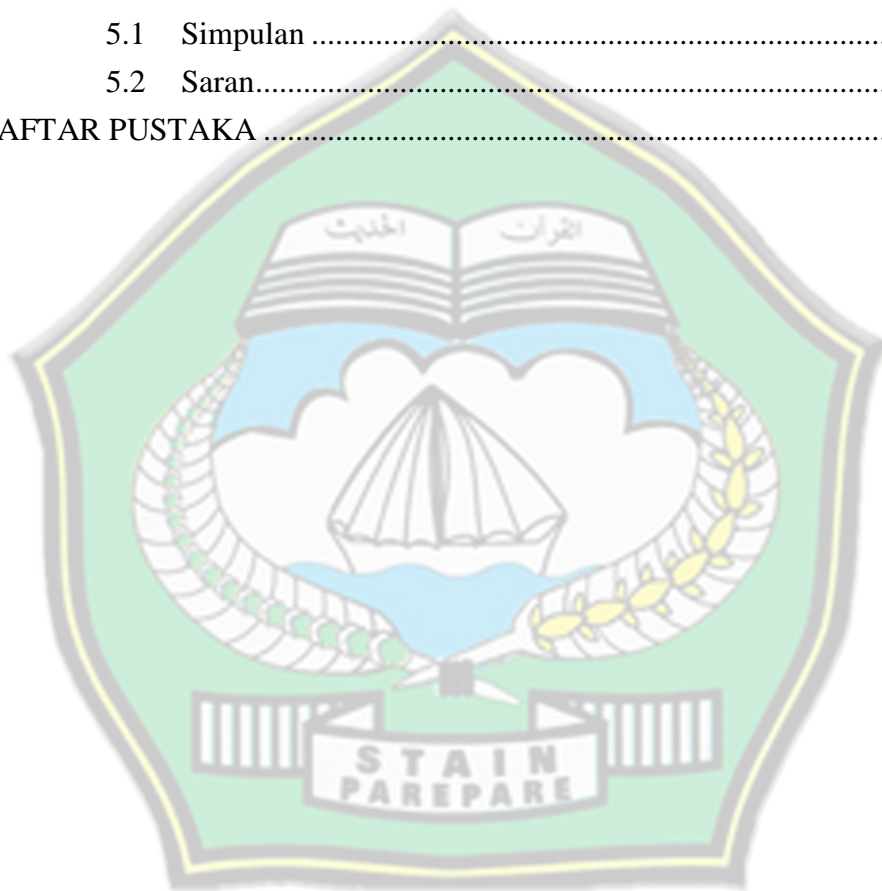
Teori konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional memiliki perbedaan yang sangat mencolok dari segi tujuannya. Dalam Islam sangat memperhatikan Masalah akan barang atau jasa yang akan dikonsumsi, agar mendapatkan keridhoan Nya dan bermanfaat untuk akhirat serta dunianya. Sedangkan dalam ekonomi konvensional lebih memperhatikan *utility* dengan tingkat kepuasan yang tinggi, lebih mementingkan kepuasannya dibandingkan, apabila barang atau iasan tersebut lebih memuaskan akan lebih baik baginya. Persamaannya dalam hal ini yaitu tujuan secara umum oleh manusia yaitu untuk memenuhi kebutuhannya serta mempertahankan hidup di dunia.

Kata Kunci: Konsumsi Ekonomi Islam, Konsumsi Ekonomi Konvensional, Masalah, *Utility*.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI	vi
KATA PENGANTAR	vii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Kegunaan Penelitian.....	6
1.5. Definisi Istilah.....	6
1.6. Tinjauan Hasil Penelitian	9
1.7. Landasan Teoretis	11
1.8. Metodologi Penelitian	23
BAB II TEORI KONSUMSI MENURUT EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL	
2.1 Konsumsi dalam Ekonomi Islam	27
2.2 Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional.....	31
BAB III ANALISIS PERBANDINGAN MASLAHAH DALAM TEORI KONSUMSI EKONOMI ISLAM DAN <i>UTILITY</i> DALAM TEORI KONSUMSI EKONOMI KONVENSIONAL	
3.1 Masalah dalam Teori Konsumsi Ekonomi Islam	33
3.2 <i>Utility</i> dalam Teori Konsumsi Ekonomi Konvensional	59

BAB IV	PERSAMAAN DAN PERBEDAAN TEORI KONSUMSI EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL	
4.1	Perbedaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional.....	76
4.2	Persamaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional.....	78
BAB V	PENUTUP	
5.1	Simpulan	81
5.2	Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83



DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul Lampiran	Halaman
Tabel 3.1	Kombinasi Barang	54
Tabel 3.2	Maksimalisasi <i>Utility Function</i> Pada Budget Tertentu	55
Tabel 3.3	Meminimalkan <i>Utility Function</i> Pada Budget Tertentu	56
Tabel 3.4	Total <i>Utility</i>	68
Tabel 3.5	Gabungan Makanan dan Pakaian memberi Kepuasan sama	70



DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Lampiran	Halaman
Gambar 3.1	Kurva <i>Indiferen</i>	49
Gambar 3.2	Nilai Guna Total	60
Gambar 3.3	Nilai Guna <i>Marginal</i>	61



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri, mereka memerlukan bantuan orang lain dalam melakukan kegiatan sehari-harinya. Hal ini bisa juga disebut sebagai interaksi yaitu adanya komunikasi satu sama lain, diakibatkan adanya kebutuhan. Interaksi adalah salah satu dari kegiatan muamalah.

Pada dasarnya setiap manusia selalu menginginkan kehidupannya di dunia ini dalam keadaan bahagia, baik secara material maupun spiritual, individual maupun sosial. Namun dalam praktiknya kebahagiaan multidimensi ini sangat sulit diraih karena keterbatasan kemampuan manusia dalam memahami dan menerjemahkan keinginannya secara komprehensif, keterbatasan dalam menyeimbangkan antaraspek kehidupan maupun keterbatasan sumber daya yang bisa digunakan untuk meraih kebahagiaan tersebut. Kebutuhan hidup manusia yang semakin hari semakin meningkat, serta banyaknya bermunculan merk barang, makanan, serta minuman yang menambah minat untuk membelinya sedangkan kondisi ekonomi yang semakin hari menipis. Kebutuhan pokok manusia berupa pangan, sandang, dan papan dalam kenyataannya adalah terbatas. Setiap orang yang telah kenyang mengonsumsi makanan tertentu, maka pada saat itu sebenarnya kebutuhannya telah terpenuhi dan dia tidak menuntut untuk makan makanan lainnya. Begitulah dengan pakaian setiap orang telah memiliki beberapa potong saja, maka sebenarnya kebutuhan dia telah terpenuhi.

Hal-hal diatas merupakan beberapa contoh masalah ekonomi, dan salah satu masalah ekonomi adalah mengenai konsumsi¹atau pemenuhan kebutuhan sehari-hari manusia. Mengenai masalah ekonomi akan terkait dengan Ilmu ekonomi itu, ilmu ekonomi muncul karena tiga kenyataan yaitu kebutuhan manusia relatif tidak terbatas, sumber daya tersedia secara terbatas, masing-masing sumber daya mempunyai beberapa alternatif²,dapat ditarik kesimpulan bahwa ilmu ekonomi muncul karena adanya kelangkaan. Sedangkan dalam Al-Qur'an terdapat ayat berbunyi:

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاخْتِلَافِ اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لآيَاتٍ لِّأُولِي الْأَلْبَابِ (١٩٠) الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ (١٩١)

Terjemahnya:

“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): “Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia. Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka.” (Ali-Imran: 190-191)³

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan langit, bumi, beserta isinya ini untuk kepentingan manusia agar dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, semua yang Allah ciptakan semuanya bermanfaat dan tak ada yang sia-sia, hal ini merupakan salah satu kebesarannya yang tak bisa difikir dengan akal manusia. Tetapi dalam kenyataanya banyak manusia yang masih kekurangan dan tak

¹Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia arti konsumsi yaitu pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagiannya), atau barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.

²Atif Hidayat, *Sebab Adanya Ilmu Ekonomi*, <https://atifhidayat.wordpress.com/2009/02/11/sebab-adanya-ilmu-ekonomi/> (Diakses pada tanggal 2 Agustus 2016.

³CV. Al-Hanan, *Al-Qur'an Terjemahan Asbabun Nuzul*, (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2009) hal.75.

memanfaatkan apa yang telah diciptakanNya tersebut, dan bahkan merusak, serta mengabaikannya, sehingga terjadilah kelangkaan yang seperti dijelaskan diatas.

Dalam kehidupan sehari-hari manusia dituntut untuk memenuhi kebutuhannya agar dapat tetap hidup atau mempertahankan hidupnya dan melakukan segala aktivitas yang biasa mereka lakukan. Pada saat ini terdapat berbagai macam sistem ekonomi di dunia. Meskipun demikian secara garis besar, sistem ekonomi dapat dikelompokkan pada dua kutub yaitu Islam dan konvensional.

Dalam ekonomi konvensional konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Utility secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpness*) atau menguntungkan (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. karena adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi sebuah barang. Jadi, kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh utilitas. Jika menggunakan teori konvensional, konsumen diasumsikan selalu menginginkan tingkat kepuasan tertinggi. Konsumen akan memilih mengonsumsi barang A atau barang B tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh kedua barang tersebut. Ia kan memilih barang A jika memberikan kepuasan lebih tinggi dibandingkan B, demikian sebaliknya. Masalah selanjutnya adalah mungkinkah konsumen mengonsumsi barang tersebut? untuk menjawab pertanyaan ini, dia akan melihat dana atau anggaran yang dimiliki, kalau ternyata dana yang dimiliki memadai untuk membelinya. Maka ia akan membeli, jika tidak, maka ia tidak

akan membelinya, kemungkinan, ia akan mengalokasikan anggarannya untuk membeli barang lain yang kepuasannya, maksimal tetapi terjangkau. Jika cerita di atas dicermati, maka setidaknya terdapat dua hal penting yang dikritisi. Pertama, tujuan konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa untuk dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. Kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Sepanjang terdapat anggaran untuk membeli barang atau jasa, maka akan dikonsumsi barang tersebut. Dengan kata lain sepanjang dia memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengonsumsi barang yang diinginkan. Sikap seperti ini jelas akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan.⁴

Perilaku konsumsi seperti di atas tentunya tidak dapat diterima begitu saja dalam ekonomi Islam. Islam telah mengatur segala sesuatu terkait dengan ekonomi, dan salah satunya adalah cara pemenuhan kebutuhan dengan cara konsumsi itu sendiri. Ekonomi Islam tidak hanya mencari keuntungan semata dalam segala kegiatannya tetapi juga mencari serta mengharapkan keberkahan dan keridhoan dari sang pencipta sebagai tabungan atau pegangan diakhirat kelak, serta menjunjung tinggi perilaku saling tolong menolong antar sesama serta mempertimbangkan *mashlahah* daripada utilitas. Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqasid syariah*), yang tentu saja harus menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi.⁵

Setiap harinya seseorang mengonsumsi barang dan jasa apakah melalui pertimbangan-pertimbangan yang dijelaskan diatas, apakah mereka mengonsumsi

⁴Murokhim Misanam Dkk, (Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, Ed I, (Cet VI; Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2014), h 127-128.

⁵Murokhim Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 128.

sesuai dengan yang diinginkan atau dibutuhkannya, yang memuaskan, bermanfaat, ataupun berkualitas tinggi, apakah memperhatikan halal-haramnya atau tidak. Kecenderungan seseorang mengonsumsi suatu barang atau jasa yang terjadi saat ini lebih mendahulukan keinginan semata saja serta rasa kepuasan akan barang atau jasa tersebut.

Berdasarkan pada latar belakang diatas maka masalah pokok dari penelitian ini adalah mengenai “Teori Konsumsi menurut Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari masalah pokok tersebut akan dirinci menjadi sub-sub masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional?
- 1.2.2 Bagaimana perbandingan antara Mashlahah dalam teori konsumsi ekonomi Islam dan Utility dan teori konsumsi ekonomi konvensional?
- 1.2.3 Bagaimana persamaan dan perbedaan teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.
- 1.3.2 Untuk mengetahui perbandingan antara Maslahah dan Utility dalam teori konsumsi menurut ekonomi konvensional.
- 1.3.3 Untuk mengetahui persamaan dan perbedaan teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi Konvensional.

1.4 Kegunaan Penelitian

Untuk menambah pengetahuan dibidang ekonomi para mahasiswa, dosen, serta masyarakat yang membaca penelitian ini, serta sebagai penambahan referensi dalam penulisan karya tulis ilmiah dan juga dapat menjadi motivasi pengembangan dan minat belajar para pembaca dikemudian hari.

1.5 Defenisi Istilah/Pengertian Judul

Judul dari proposal skripsi ini yaitu *Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)*, agar lebih memahami judul ini penulis akan memberikan penjelasan-penjelasan terkait masalah judul, sekaligus memberikan batasan-batasan terkait mengenai pembahasan selanjutnya. Adapun beberapa istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah:

1.5.1 Teori

Teori merupakan pendapat yang didasarkan pada penelitian dan penemuan, didukung oleh data dan argumentasi. Penyelidikan eksperimental yang mampu menghasilkan fakta berdasarkan ilmu pasti, logika, metodologi, argumentasi, atau pendapat, cara, dan aturan melakukan sesuatu.⁶

1.5.2 Konsumsi

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen, yang kini dan telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi intensif untuk meningkatkannya.⁷

⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Ed IV, (Cet VII; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2013), h. 1444.

⁷Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics. Theory and Practice*, terj. M. Nastangin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1995), h. 44.

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan.⁸

1.5.3 Ekonomi Islam

Ekonomi Islam dibangun atas dasar agama Islam, karenanya ia merupakan bagian tak terpisahkan (integral) dari agama Islam. Sebagai derivasi dari agama Islam, ekonomi Islam akan mengikuti agama Islam dalam berbagai aspeknya. Islam adalah sistem kehidupan (*way of life*), dimana Islam telah menyediakan berbagai perangkat aturan yang lengkap bagi kehidupan manusia, termasuk dalam bidang ekonomi.

Ekonomi, secara umum, didefinisikan sebagai hal yang mempelajari perilaku manusia dalam menggunakan sumber daya yang langka untuk memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan manusia. Dengan demikian ekonomi merupakan suatu bagian dari agama. Ruang lingkup ekonomi meliputi satu bidang perilaku manusia terkait dengan konsumsi, produksi dan distribusi.⁹

Menurut Suhrawadi Kalim Lubis (2000:1) merumuskan ekonomi Islam sebagai berikut:

Sistem ekonomi Islam adalah ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek (penerapan ilmu ekonomi) sehari-harinya bagi individu, keluarga, kelompok masyarakat maupun pemerintah/ penguasa dalam rangka mengorganisasi

⁸Ilfi Nur Diana, *Hadis-hadis Ekonomi*, (Cet I; Malang: UIN-Malang Press, 2008), h. 55-56.

⁹Murokhim Misanam Dkk, *Ekonomi Islam*, Ed I, (Cet IV; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 14.

faktor produksi, distribusi dan pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan tunduk dalam peraturan/ perundang-undangan Islam (sunnatullah).¹⁰

Ilmu ekonomi Islam, singkatnya, merupakan kajian tentang perilaku ekonomi orang Islam representatif dalam masyarakat muslim modern. Berdasarkan komposisinya, ia bersifat normatif, bukan bersifat positif sebagaimana ilmu ekonomi neo-klasik. Usaha Robbin untuk memisahkan etika dan ilmu ekonomi tidak diakui sejumlah ahli sebagai “tindakan benar” bahkan dalam ilmu ekonomi modern (Harsanyi [1989]). Tetapi usaha demikian ilmu ekonomi Islam secara keseluruhan salah alamat karena ilmu ekonomi Islam menuntut dimasukkannya secara eksplisit nilai-nilai etik dalam kalkus ekonomi yakni menerima agama Islam sebagai sumber nilai etik tersebut.¹¹

1.5.4 Ekonomi Konvensional

Ekonomi merupakan kegiatan yang sehari-hari dilakukan oleh setiap orang, keperluan yang dibutuhkan menuntut kita melakukan kegiatan ekonomi ini. Persoalan yang menghendaki seseorang atau suatu perusahaan ataupun suatu masyarakat membuat keputusan tentang cara terbaik dalam melakukan suatu kegiatan ekonomi. Kebutuhan seseorang berbeda-beda satu sama lainnya, serta pandangan dalam menyelesaikan kebutuhan mereka.

Profesor P.A. Samuelso, salah seorang ahli ekonomi yang tekemuka di dunia yang menerima hadiah Nobel untuk ilmu ekonomi pada tahun 1970 memberikan defenisi ilmu ekonomi secara berikut:

¹⁰M. Nasri Hamang Najed, *Ekonomi Islam*, (Parepare: LBH Press STAIN Parepare, 2013), h. 20.

¹¹Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam Economics and Society*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Cet I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 28.

Ilmu ekonomi adalah suatu studi mengenai individu-individu dan masyarakat membuat pilihan, dengan atau tanpa penggunaan uang, dengan menggunakan sumber-sumber daya yang terbatas, tetapi dapat digunakan dalam berbagai cara menghasilkan berbagai jenis barang dan jasa mendistribusikannya untuk kebutuhan konsumsi, sekarang dan di masa datang, kepada berbagai individu dan golongan masyarakat.¹²

Dari defenisi ilmu ekonomi diatas ekonomi konvensional dapat disimpulkan sebagai suatu kegiatan atau perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang tidak terbatas menggunakan faktor-faktor produksi yang terbatas.¹³

Beberapa pengertian judul diatas maka yang dimaksud dengan masalah yang akan diteliti yaitu mengenai hal-hal yang menyangkut konsumsi menurut ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional dan lebih ditekankan pada Masalah dan Utility dalam konsumsi, dalam ekonomi Islam seseorang mengonsumsi sesuatu berdasarkan masalah sedangkan dalam ekonomi Konvensional seseorang mengonsumsi berdasarkan Utility yang ada dalam barang atau jasa yang akan digunakannya.

1.6 Tinjauan Hasil Penelitian

Sepanjang penelusuran referensi yang telah penulis lakukan, penelitian yang berkaitan dengan topik atau judul skripsi ini sangat sulit ditemukan di perpustakaan, oleh karena itu penulis menemukan beberapa penelitian yang

¹²Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi teori Pengantar*, Ed III (Cet 27; Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 9.

¹³M. Nur Wahtudi, *Perbedaan Mendasar Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, <https://mnurwahyudi30.wordpress.com/2015/11/02/perbedaan-mendasar-ekonomi-islam-dan-ekonomi-konvensional/1maret2016> (Diakses pada tanggal 01-Maret-2016)

berkaitan dengan topik ini di internet, yaitu dalam skripsi Aulia Dzikriyati Kurnia yang berjudul “Teori Konsumsi dalam Ekonomi Mikro (Analisis Kritis dalam Perspektif Ekonomi Islam)”. Membahas mengenai konsumsi ekonomi mikro dalam perspektif Islam yang menyatakan:

- 1.6.1 Konsep hidup sederhana yang bercermin pada cara hidup Rasulullah yang jauh sebelumnya telah menerapkan konsep ini. Serta adanya konsep *masalah* yaitu konsep yang perlakuannya juga memikirkan kepentingan orang banyak. Yang terpenting adalah adanya konsep senantiasa bersyukur atas apa yang dimiliki sehingga akan menambah rasa cinta kepada Allah dan hidup akan lebih terjaga, tercapainya tujuan hidup keseimbangan dunia dan akhirat.
- 1.6.2 Konsumsi dalam ekonomi Islam, perilaku konsumen Islam dijelaskan dalam dua pendekatan yaitu pendekatan paradoks halal haram serta prinsip kemurahan hati.
- 1.6.3 Perilaku konsumen muslim yaitu dengan memaksimalkan kebutuhan, bukan kepuasan karena dalam mengkonsumsi barang dan jasa ada batasan yang membatasi, yaitu konsep halal haram, kemudian adanya konsep saling berbagi melalui zakat, infaq, sadaqoh, waqaf, dan hibah.
- 1.6.4 Pengambilan keputusan konsumen muslim selain dibatasi oleh kebutuhan dan pendapatan juga dibatasi oleh halal haram, sehingga tidak semua barang atau jasa dapat dikonsumsi.¹⁴

Dalam skripsi tersebut hanya membahas mengenai perilaku konsumen serta konsumsi dalam pandangan Islam saja, sedangkan dalam penelitian kali ini, penulis membahas mengenai konsumsi dalam sudut pandang konvensional dan

¹⁴www.lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/.../06130011.pdf diakses pada Selasa 09-februari-2016.

syariah, serta membandingkannya, yaitu mengetahui letak perbedaan antara konsumsi dalam Islam dan konsumsi dalam konvensional.

Selanjutnya dalam skripsi Imam Aulia yang mengangkat penelitian lapangan mengenai “Hubungan antara karakteristik siswa, pengetahuan, media, massa, dan teman sebaya dengan konsumsi makanan jajanan pada siswa SMA Negeri 68 Jakarta Tahun 2012”, yang dimana penelitian ini bertujuan untuk menilai faktor-faktor yang berhubungan dengan frekuensi konsumsi makanan jajanan pada remaja, dengan demikian skripsi Imam Aulia ini hanya berpusat pada konsumsi makanan jajanan pada daerah tertentu, berbeda dengan penelitian yang akan peneliti lakukan.

1.7 Landasan Teoretis

1.7.1 Konsumsi dalam Ekonomi Islam

1.7.1.1 Konsumsi menurut Ilmuan Muslim

1.7.1.1.1 Abdul Mannan

Menurut Mannan, yang ditulis oleh Muhammad dalam bukunya “*Ekonomi Mikro Islam*” (2005: 165):

konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan/penawaran. Kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya, tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya.¹⁵

Hal ini berarti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah penting, dan hanya para ahli ekonomi yang mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi, mereka dapat

¹⁵Amin, *Teori Konsumsi Ekonomi Konvensional Vs Islam*, <http://kangaminblog.blogspot.co.id/2013/04/teori-konsumsi-konvensional-vs-islam.html/> (Diakses pada tanggal 2- Maret-2016)

dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subyek tersebut.

Menurut Muhammad perbedaan antara ilmu ekonomi modren dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistis semata-mata dari pola konsumsi modren.

Lebih lanjut Mannan mengatakan semakin tinggi kita menaiki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis. Cita rasa seni, keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pameran semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkret dari kebutuhan-kebutuhan fisiologik kita. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya sangat sederhana. Tetapi peradaban modren telah menghancurkan kesederhanaan manusia akan kebutuhan-kebutuhan ini.

1.7.1.1.2 Al-Ghazali

Menurut Imam Al-Ghazali seorang ulama besar, yang lahir pada tahun 450/1058 telah memberikan sumbangan yang besar dalam pengembangan dan pemikiran dalam dunia Islam. Salah satu yang patut untuk kita bahas terkait dengan konsumsi yaitu fungsi dari kesejahteraan sosial Islam begitu juga tentang pandangannya tentang peran aktivitas ekonomi secara umum. Sebuah tema yang menjadi pangkal tolak sepanjang karya-karyanya adalah konsep maslahat, atau kesejahteraan sosial atau utilitas (“kebaikan bersama”), sebuah konsep yang mencakup seluruh urusan manusia, baik urusan ekonomi maupun urusan lainnya, dan yang membuat kaitan erat antara individu dengan masyarakat. Sesungguhnya seorang penulis telah menyatakan bahwa Al-Ghazali telah menemukan “sebuah

konsep fungsi kesejahteraan sosial yang sulit diruntuhkan dan yang telah dirindukan oleh ekonom-ekonom modern”. Dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, Imam Al-Ghazali mengelompokkan dan mengidentifikasi semua masalah baik yang berupa *masalih* (utilitas, manfaat) maupun *mafasid* (disutilitas, kerusakan) dalam meningkatkan kesejahteraan sosial. Selanjutnya ia mendefinisikan fungsi sosial dalam kerangka hierarki kebutuhan individu dan sosial.¹⁶

Menurut Imam Al-Ghazali, kesejahteraan (*maslahah*) dari suatu masyarakat tergantung kepada pencarian dan pemeliharaan lima tujuan dasar: (1) agama (*Al-dien*), (2) hidup atau jiwa (*nafs*), (3) keluarga atau keturunan (*nasl*), (4) harta atau kekayaan (*maal*), (5) intelek atau akal (*aql*). Ia menitikberatkan bahwa sesuai tuntunan wahyu, “kebaikan dunia ini dan akhirat (*maslahat al-din wa al-dunya*) merupakan tujuan utamanya”. Ia mendefinisikan aspek ekonomi dari fungsi kesejahteraan sosialnya dalam kerangka sebuah hierarki utilitas individu dan sosial yang tripartit meliputi: kebutuhan (*daruriat*); kesenangan (*hajaat*); dan kemewahan (*tahsinaat*) Selanjutnya, ia mengidentifikasi tiga alasan mengapa seseorang harus melakukan aktivitas-aktivitas ekonomi: (1) mencukupi kebutuhan hidup yang bersangkutan; (2) mensejahterakan keluarga; (3) membantu orang lain yang membutuhkan.¹⁷

1.7.1.2 Mashlahah dalam Konsumsi

Mashlahah menurut bahasa berarti “manfaat”,¹⁸ dalam menjelaskan konsumsi, kita mengamsumsi bahwa konsumen cenderung memilah barang

¹⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, Ed IV, (Cet; V, Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h. 61

¹⁷Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h 62-63

¹⁸H. Satria Effendi, M. Zein, *Ushul Fiqh*, Ed I, (Cet; I, Jakarta: Kencana, 2005), h. 148.

dan jasa yang memberikan mashlahah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islami bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan mashlahah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Kandungan mashlahah terdiri dari manfaat dan berkah, demikian pula dalam hal perilaku konsumsi.

Seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang dihasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan diperolehnya ketika ia mengonsumsi barang atau jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Mengonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang atau jasa yang telah dikonsumsi, dan sebaliknya konsumen tidak akan mengonsumsi barang atau jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah.¹⁹

1.7.1.3 Kebutuhan dan Keinginan menurut Ekonomi Islam

Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sebagai misal, genting dan pintu-jendela merupakan kebutuhan suatu rumah tinggal. Demikian pula, kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia

¹⁹Murokhir Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 129.

daripada makhluk-makhluk lainnya, misalnya baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki, dan sebagainya.

Di sisi lain, keinginan adalah terkait dengan hasrat ataupun harapan seseorang yang jika terpenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun barang tersebut. Misalnya, ketika seseorang membangun rumah ia menginginkan adanya warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, ruangan yang longgar, dan sebagainya. Kesemua hal ini belum tentu menambah fungsi suatu rumah tinggal, namun akan memberikan kepuasan bagi pemilik rumah.

Secara umum, pemenuhan terhadap kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan atau manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *mashlahah* sekaligus kepuasan, namun jika pemenuhan kebutuhan tidak dilandasi oleh keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata. Dalam kasus, jika yang diinginkan bukan merupakan suatu kebutuhan, maka pemenuhan keinginan tersebut hanya akan memberikan kepuasan saja.²⁰

Kebutuhan dan keinginan merupakan dua hal yang berbeda, kebutuhan bersumber dari fitrah manusia yang dapat menghasilkan manfaat serta berkah dan mempunyai sifat yang objektif, memiliki fungsi serta harus dipenuhi. Sedangkan keinginan bersumber dari hasrat (*hawa nafsu*) manusia, yang hanya menghasilkan kepuasan dan tergantung dengan selera masing-masing yang bersifat subjektif serta harus dibatasi atau dikendalikan pemenuhannya.

²⁰Murokhim Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 130-131.

1.7.1.4 Tujuan Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengkonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya. Seorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan akhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengeja dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. “Kamu telah menghabiskan rizkimu yang baik dalam kehidupan duniawi (saja) dan kamu telah bersenang-senang dengannya” (Q.S Al-Ahqaf:20). Maksud Rizki yang baik disini adalah melupakan syukur dan mengabaikan orang lain. Oleh sebab itu, konsumsi Islam harus menjadikaningat kepada Yang Maha memberi rizki, tidak boros, tidak kikir, tidak memasukkan ke dalam mulutnya dari sesuatu yang haram dan tidak melakukan pekerjaan haram untuk memenuhi konsumsinya. Konsumsi Islam akan menafkahkan hartanya untuk kerabat terdekat (sebaik-baik infaq), fakir miskin dan orang-orang yang membutuhkan dalam rangka mendekatkan diri kepada penciptanya.²¹

²¹Nugraheni, http://prepository.unisba.ac.id/bitstream/handle/123456789/1106/bab2_nugraheni_10090211003_skr_2015.pdf?sequence=6&isAllowed=y (Diakses pada tanggal 2-Februari-2016)

1.7.2 Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional

1.7.2.1 Konsumsi menurut Ilmuan Konvensional

1.7.2.1.1 Herman Heinrich Gossen

Konsumsi menurut Herman Heinrich Gossen Teori ini berangkat dari analisa Gossen terhadap kecenderungan orang dalam melakukan proses konsumsi.

Kecenderungan itu berupa:

1.7.2.1.1.1 Kecenderungan seseorang melakukan konsumsi dengan menitik beratkan pada pemenuhan satu kebutuhan tertentu hingga mencapai tingkat kepuasan yang tinggi, sedangkan kebutuhan yang lain kurang diperhatikan sehingga tingkat kepuasannya rendah. Kecenderungan itu menghasilkan jenis konsumsi vertikal.

1.7.2.1.1.2 Kecenderungan seseorang melakukan konsumsi dengan memperhatikan berbagai macam kebutuhannya dan berusaha mencapai tingkat kepuasannya yang mendekati sama dari berbagai macam pemenuhan tersebut. Konsumsi jenis ini merupakan konsumsi horizontal.

Konsumsi yang bersifat vertikal kemudian melahirkan Hukum Gossen I yang berbunyi: “Jika pemenuhan satu kebutuhan dilakukan secara terus menerus, tingkat kenikmatan atas pemenuhan itu semakin lama akan semakin berkurang hingga akhirnya mencapai titik kepuasan tertentu.”

Sedangkan konsumsi yang bersifat horizontal melahirkan Hukum Gossen II yang berbunyi: “Pada dasarnya, manusia cenderung memenuhi berbagai macam kebutuhannya sampai pada tingkat intensitas atau kepuasan yang sama.”²²

²²Universitas Ciputra, *Pengertian Konsumsi Menurut Para Ahli Ekonomi Makro*, <http://www.ciputra-uceo.net/blog/2015/7/13/pengertian-konsumsi-menurut-para-ahli-ekonomi-makro/> (Diakses pada tanggal 23-februari-2016)

Dari pendapat Herman Heinrich Gossen peneliti mendapatkan bahwa satu kesimpulan yaitu konsumsi merupakan suatu kecenderungan yang dilakukan setiap manusia dalam memenuhi kepuasaanya yang dari beberapa dapat memperhatikan kebutuhan yang satu dengan kebutuhan yang lainnya. Apabila hanya satu kebutuhan saja dapat terpenuhi dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini dapat merugikan sedangkan apabila berbagai macam kebutuhan dapat terpenuhi sehingga mencapai tingkat kepuasan maka hal ini dapat menghasilkan kesenangan tersendiri.

1.7.2.1.2 Jhon Maynard Keynes

John Maynard (JM) Keynes berpendapat bahwa pengeluaran masyarakat untuk konsumsi dipengaruhi oleh pendapatan. Semakin tinggi tingkat pendapat mengakibatkan semakin tinggi pula tingkat konsumsi. Selain itu, pendapatan juga berpengaruh terhadap tabungan. Semakin tinggi pendapatan, semakin besar pula tabungannya karena tabungan merupakan bagian pendapatan yang tidak dikonsumsi. Walaupun pendapatan penting perannya dalam menentukan konsumsi, peranan faktor-faktor lain tidak boleh diabaikan.

1.7.2.1.3 Franco Modigliani

Teori Konsumsi Modigliani beranggapan bahwa besarnya konsumsi, tidak harus tergantung berdasarkan dari pendapatan. Karena pada dasarnya pendapatan itu sendiri sangat bervariasi, yaitu ketika seseorang dapat tetap mengatur pendapatannya dari tabungan ketika pendapatan sedang rendah, tinggi, maupun tidak ada pendapatan misal karena pensiun yang telah dibayarkan dimuka, dan lain sebagainya. Teori konsumsi Modigliani ini disebut sebagai Hipotesis Daur Hidup (*Life Cycle Hypothesis*). Teori ini menjelaskan bahwa besarnya konsumsi tidak hanya bergantung pada besarnya pendapatan, namun juga berdasarkan

jumlah kekayaan yang dimiliki, dimana kekayaan ini dapat dihasilkan melalui tabungan, investasi, penyesihan pendapatan, warisan, dan lain sebagainya.

Dari ketiga pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konsumsi merupakan suatu kecenderungan untuk memenuhi kebutuhan dengan tingkat kepuasan yang tinggi yang dimana hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendapatan, tabungan, investasi, serta warisan dan lain sebagainya.

1.7.2.2 Kebutuhan

Kebutuhan dasar manusia merupakan unsur-unsur yang dibutuhkan oleh manusia dalam mempertahankan keseimbangan fisiologis maupun psikologis, yang bertujuan untuk mempertahankan kehidupan dan kesehatan. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut haruslah mengetahui yang paling penting terlebih dahulu serta untuk dapat merasakan nikmat suatu tingkat kebutuhan perlu dipuaskan dahulu kebutuhan yang berada pada tingkat di bawahnya. Manusia memiliki kebutuhan dasar yang harus terlebih dahulu terpenuhi dan pada dasarnya memiliki kebutuhan yang sama, akan tetapi karena budaya, maka kebutuhan tersebut ikut berbeda. Dalam memenuhi kebutuhan manusia menyesuaikan diri dengan prioritas yang ada.

Menurut Abraham Maslow, manusia memiliki lima tingkat kebutuhan hidup yang akan selalu berusaha untuk dipenuhi sepanjang masa hidupnya. Lima tingkatan yang dapat membedakan setiap manusia dari sisi kesejahteraan hidupnya, teori yang telah resmi di akui dalam dunia psikologi.

Kebutuhan tersebut berjenjang dari yang paling mendesak hingga yang akan muncul dengan sendirinya saat kebutuhan sebelumnya telah dipenuhi. Setiap orang pasti akan melalui tingkatan-tingkatan itu, dan dengan serius berusaha

untuk memenuhinya, namun hanya sedikit yang mampu mencapai tingkatan tertinggi dari piramida ini.

Lima tingkat kebutuhan dasar menurut teori Maslow adalah sebagai berikut (disusun dari yang paling rendah) :

1.7.2.2.1 Kebutuhan Fisiologis

Contohnya adalah : Sandang / pakaian, pangan / makanan, papan / rumah, dan kebutuhan biologis seperti buang air besar, buang air kecil, bernafas, dan lain sebagainya.

1.7.2.2.2 Kebutuhan Keamanan dan Keselamatan

Contoh seperti : Bebas dari penjajahan, bebas dari ancaman, bebas dari rasa sakit, bebas dari teror, dan sebagainya.

1.7.2.2.3 Kebutuhan Sosial

Misalnya adalah : Memiliki teman, memiliki keluarga, kebutuhan cinta dari lawan jenis, dan lain-lain.

1.7.2.2.4 Kebutuhan Penghargaan

Dalam kategori ini dibagi menjadi dua jenis, Eksternal dan Internal. Sub kategori eksternal meliputi : Pujian, piagam, tanda jasa, hadiah, dan banyak lagi lainnya.

Sedangkan sub kategori internal sudah lebih tinggi dari eksternal, pribadi tingkat ini tidak memerlukan pujian atau penghargaan dari orang lain untuk merasakan kepuasan dalam hidupnya.²³ Dan yang terakhir adalah Kebutuhan Aktualisasi Diri.

Terkait dengan penelitian ini akan membahas mengenai kebutuhan dasar yang pertama kebutuhan Fisiologis berkaitan dengan konsumsi. Oleh karena

²³Pras, *Teori Kebutuhan Abraham Maslow*, www.praswck.com/teori-kebutuhan-abraham-maslow (Diakses pada 23-maret-2016)

sangat penting bagi peneliti mengetahui kebutuhan yang paling mendasar yang akan menjadi penambah referensi serta ilmu.

1.7.2.3 Tujuan Konsumsi dalam Ekonomi Konvensional

Seseorang melakukan kegiatan konsumsi biasanya memiliki beberapa tujuan berikut :

1.7.2.3.1 Mengurangi Nilai Guna Suatu Barang dan Jasa Secara Bertahap

Hal-hal yang termasuk ke dalam klasifikasi mengurangi nilai guna suatu barang dan jasa secara bertahap adalah misalnya penggunaan barang yang tidak habis dalam jangka waktu singkat. Yaitu seperti mobil, motor, pakaian, *furniture* rumah tangga seperti meja, kursi, lemari, dan sebagainya. Untuk mengurangi nilai guna barang-barang tersebut memerlukan waktu yang cukup lama dan bertahap.

1.7.2.3.2 Menghabiskan atau Mengurangi Nilai Guna Suatu Barang Sekaligus

Hal-hal yang termasuk ke dalam klasifikasi mengurangi nilai guna suatu barang dan jasa secara sekaligus adalah barang-barang yang habis pakai atau tidak barang-barang yang tidak dapat bertahan lama. Yaitu seperti makanan dan minuman. Karena jika tidak dihabiskan dalam waktu sekaligus, maka bahan-bahan tersebut akan rusak, basi, dan kadaluwarsa sehingga tidak memiliki nilai guna lagi.

1.7.2.3.3 Memuaskan Kebutuhan Jasmani dan Rohani

Hal-hal yang termasuk ke dalam konsumsi ini adalah seperti contohnya perjalanan haji dan umroh bagi umat muslim ke Negara Arab Saudi. Hal seperti ini akan menimbulkan kepuasan batin dan rohani bagi seseorang yang ingin melakukannya. Tentu saja untuk mewujudkan hal tersebut diperlukan biaya perjalanan, biaya pendaftaran, dan lain sebagainya. Namun jika seseorang telah

memiliki niat kuat, maka hal tersebut tidak akan menjadi suatu masalah yang besar.²⁴

Secara teoritis tujuan manusia mengkonsumsi barang atau jasa yaitu:

- 1.7.2.3.3.1 Untuk memenuhi kebutuhan hidup
- 1.7.2.3.3.2 Mempertahankan status sosial
- 1.7.2.3.3.3 Mempertahankan status keturunan
- 1.7.2.3.3.4 Mendapatkan keseimbangan hidup
- 1.7.2.3.3.5 Memberikan bantuan kepada orang lain (tujuan sosial)
- 1.7.2.3.3.6 Menjaga keamanan dan kesehatan
- 1.7.2.3.3.7 Keindahan dan seni
- 1.7.2.3.3.8 Memuaskan batin
- 1.7.2.3.3.9 Demonstration effect (keinginan untuk meniru)

Tujuan maupun motif dari konsumsi dewasa ini, sudah banyak meninggalkan aspek kebutuhan (*need*). Konsumen lebih mengedepankan faktor keinginan (*want*), tanpa melihat apakah barang/jasa tersebut mereka butuhkan atau tidak. Hal inilah yang menyebabkan Indonesia terkenal dengan budaya masyarakat yang konsumtif. Mengedepankan keinginan dan menafikan kepentingan konsumen lain, akan menimbulkan kelangkaan yang merupakan masalah ekonomi konvensional yang berkepanjangan. Masyarakat tidak lagi berfikir “rasional” dalam memenuhi kebutuhannya, bagi mereka yang terpenting adalah keinginan mereka bisa terpenuhi dan terpuaskan sehingga di lain sisi juga bisa meningkatkan prestise dalam lingkungan sosialnya.²⁵

²⁴Universitas Ciputra, *Pengertian Konsumsi Menurut Para Ahli Ekonomi Makro*, <http://www.ciputra-uceo.net/blog/2015/7/13/pengertian-konsumsi-menurut-para-ahli-ekonomi-makro/> (Diakses pada tanggal 23-februari-2016)

²⁵Haqan. *Utility dalam kerangka kajian konvensional*. digilib.uinsby.ac.id/9557/5/BAB%20II.pdf by A Haqan-(2016-April-Diakses pada tanggal 4) .2011

1.8 Metodologi Penelitian

Metode penelitian menggambarkan proses yang dilalui oleh peneliti mulai dari mengumpulkan, menganalisis, serta menyimpulkan apa yang akan dimasukkan dalam sebuah penelitian tersebut. Sehingga dapat memperoleh penemuan yang sesuai dengan harapan.

Adapun metode yang peneliti gunakan yaitu metode *Library Research* atau penelitian kepustakaan, yang dimana metode ini termasuk dalam metode penelitian kualitatif.²⁶ Metode ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan, buku-buku, dokumen resmi, publikasi, dan hasil penelitian.²⁷ Penelitian ini memerlukan berbagai macam literatur yang berkaitan dengan judul yang akan diteliti, selain harus banyak membaca, peneliti harus betul-betul menganalisis serta menyimpulkan pendapat, atau pun pandangan-pandangan para ahli agar memberikan informasi yang benar-benar akurat. Data-data yang dikumpulkan secara garis besar adalah sebagai berikut:

1.8.1 Data Primer

Data primer merupakan tuntutan utama dalam aturan dasar metode sejarah. Dengan demikian, dalam penelitian ini, peneliti mesti mencari dan mengumpulkan serta menggunakan data primer sebanyak mungkin. Contoh dari data primer yaitu catatan resmi yang dibuat pada suatu acara atau upacara, surat keterangan oleh

²⁶Metode penelitian kualitatif berbeda dengan kuantitatif, penelitian kualitatif tidak membutuhkan populasi dan sampel. Penelitian kualitatif lebih mengarah ke penelitian proses produk, dan biasanya membatasi pada satu kasus. Sejumlah peneliti kualitatif berusaha untuk memperluas keberlakuan hasil penelitiannya dengan pengambilan kasus sekaligus banyak, dan biasa disebut *multiple-site studies* atau *multiple-case research*. *Multiple-case studies* bukan hanya menetapkan konteksnya, kejadiannya, dan prosesnya.

²⁷Ali Zainuddin, *Metode Penelitian Hukum*, Ed I, (Cet; III, Jakarta: Sinar Grafika, 2011), h. 107.

saksi mata, keputusan-keputusan rapat, dan sebagainya.²⁸ Adapun yang menjadi data primer dari peneliti yaitu:

1.8.1.1 Buku berjudul Ekonomi Mikro Islam karya Ir. Adiwarmanto A. Karim

1.8.1.2 Buku berjudul Ekonomi Manajerial karya Prof. DR. H. Aulia Tasman dan Prof. DR. H. M. Havidz Aima.

1.8.1.3 Dan buku Ekonomi Islam Karya Murokhhim Misanam Dkk.

1.8.2 Data Sekunder

Data atau sumber sekunder adalah catatan tentang adanya suatu peristiwa ataupun catatan-catatan yang jaraknya telah jauh dari sumber asli. Menurut Winarto Surakhmad (1994:134):

Sumber yang mengutip dari sumber lain dan terjadi sebagai hasil penggunaan sumber-sumber lain, tidak langsung merupakan dokumen historik yang murni, ditinjau dari kebutuhan penyelidikan.²⁹

Dalam penelitian kali ini sumber data sekunder yang peneliti gunakan antara lain: *Fiqh Muamalah, Ekonomi Islam, Menggagas Ilmu Ekonomi Islam, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Ekonomi Mikro Islami, Hadis-Hadis Ekonomi Islam, Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Memahami metode-metode Penelitian.*

1.8.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan peneliti merupakan library research, yang banyak mengambil pendapat atau pandangan-pandangan dari beberapa ahli hukum, ekonomi, maupun ahli-ahli lainnya., dan teknik dalam pengumpulan data ini yaitu dengan cara membaca terlebih dahulu dengan memperhatikan buku-

²⁸Andi Prastowo, *Memahami metode-metode Penelitian*, (Cet; I, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), h. 112.

²⁹Andi Prastowo, *Memahami metode-metode Penelitian*, h. 113.

buku, majalah, koran, dokumen, website, dan lain-lain yang akan membantu dalam mengembangkan penelitian yang sedang diteliti.

Dengan memanfaatkan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (triangulasi), dan dilakukan secara terus-menerus hingga datanya jenuh (tidak diperoleh lagi data baru). Dengan pengamatan yang terus-menerus tersebut, mengakibatkan variasi data tinggi sekali.³⁰ Teknik pengumpulan data yang bermacam-macam ini dapat sangat menguntungkan peneliti karena banyaknya referensi yang diperoleh sehingga dalam pengambilan kesimpulan dapat dilakukan dengan akurat serta jelas.

1.8.4 Teknik Pengolahan Data

Setelah data berhasil dikumpulkan peneliti menggunakan teknik pengolahan data dengan tahapan sebagai berikut:

1.8.4.1 *Editing*

Merupakan suatu proses pemeriksaan dan penelitian kembali sumber data setelah diperoleh serta dibaca dengan seksama, kejelasan makna, keselarasan antara data yang ada dan relevansi dengan penelitian

1.8.4.2 *Coding* dan Kategorisasi

Proses coding dan kategorisasi ini merupakan penyusunan kembali data yang telah diperoleh dalam penelitian yang diperlukan kemudian melakukan pengkodean yang dilanjutkan dengan pelaksanaan kategorisasi yang berarti penyusunan kategori.

1.8.4.3 Penafsiran Data

Pada tahapan ini penulis menganalisis data yang telah diperoleh dari pengumpulan serta penelitian data untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat

³⁰Andi Prastowo, *Memahami metode-metode Penelitian*, h. 36.

digunakan sesuai dengan kenyataan, dena merupakan jawaban dari rumusan masalah.

1.8.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Beberapa hal yang perlu dikemukakan dalam teknik analisis data antara lain jenis analisis data, teknik statistik, rumus, kriteria pengujian hipotesis, dan lain-lain³¹.

Untuk dapat menganalisa, mendeskripsikan, serta membandingkan mengenai konsumsi Islam dan konvensional, peneliti menggunakan metode analisis isi. Secara sederhana bahwa defenisi analisis isi adalah suatu metode yang teknik penelitiannya dilakukan dengan membuat inferensi secara kontekstual. Jadi pesan-pesan komunikasi dapat dipahami secara utuh. Selain itu metode analisis isi merupakan metode penelitian yang dikembangkan dari enam konsep dasar, yang terdiri dari (1) data yang terkomunikasi ke peneliti; (2) konteks data; (3) pengetahuan peneliti dalam memahami realitas kehidupan; (4) target analisis; (5) inferensi (simpulan) sebagai tugas intelektual dasar; (6) validitas sebagai kriteria keberhasilan yang utama.

³¹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Ed I (Cet II; Jakarta: Kencana, 2012), h. 163.

BAB II

TEORI KONSUMSI MENURUT EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL

2.1 Konsumsi dalam ekonomi Islam

Dalam mendefinisikan konsumsi terdapat perbedaan di antara para pakar ekonom, namun konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi islam konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan dalam setiap yang melingkupinya. Perbedaan yang mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian dari konsumsi itu sendiri, cara pencapaiannya harus memenuhi kaidah pedoman syariah islamiyyah. Pelaku konsumsi atau orang yang menggunakan barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya disebut konsumen. Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Dengan kata lain, perilaku konsumen adalah tingkah laku dari konsumen, dimana mereka dapat mengilustrasikan pencarian untuk membeli, menggunakan, mengevaluasi dan memperbaiki suatu produk dan jasa mereka. Perilaku konsumen (*consumer behavior*) mempelajari bagaimana manusia memilih di antara berbagai pilihan yang dihadapinya dengan memanfaatkan sumberdaya (*resources*) yang dimilikinya.

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karena itu, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Sebab, mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga mengabaikan penegakan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan.

Dalam sistem perekonomian, konsumsi memainkan peranan penting. Adanya konsumsi akan mendorong terjadinya produksi dan distribusi. Dengan demikian akan menggerakkan roda-roda perekonomian.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya mengonsumsi sesuatu dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, seperti: makan, tidur dan bekerja, jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdikan kepada Ilahi. Dalam ekonomi islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang seorang muslim tidak bisa mengabaikannya dalam merealisasikan tujuan yang dikehendaki Allah dalam penciptaan manusia, yaitu merealisasikan pengabdian sepenuhnya hanya kepada-Nya sesuai dengan firman Allah yang mengatakan bahwa:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ (٥٦)

Terjemahnya:

Dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku. (Q.S. Adz-Dzariyat: 56)³²

Karena itu tidak aneh, bila islam mewajibkan manusia mengonsumsi apa yang dapat menghindarkan dari kerusakan dirinya, dan mampu melaksanakan kewajiban-kewajiban yang dibebankan Allah kepadanya.

Pada dasarnya konsumsi dibangun atas dua hal, yaitu, kebutuhan (hajat) dan kegunaan atau kepuasan (manfaat). Secara rasional, seseorang tidak akan pernah mengonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dalam perspektif ekonomi Islam, dua unsur ini

³²CV. Al-Hanan, *Al-Qur'an Terjemahan Asbabun Nuzul*, (Surakarta: Pustaka Al-Hanan, 2009) h.75.

mempunyai kaitan yang sangat erat (interdependensi) dengan konsumsi itu sendiri. Mengapa demikian?, ketika konsumsi dalam Islam diartikan sebagai penggunaan terhadap komoditas yang baik dan jauh dari sesuatu yang diharamkan, maka, sudah barang tentu motivasi yang mendorong seseorang untuk melakukan aktifitas konsumsi juga harus sesuai dengan prinsip konsumsi itu sendiri. Artinya, karakteristik dari kebutuhan dan manfaat secara tegas juga diatur dalam ekonomi Islam.

2.1.1 Kebutuhan (Hajat)

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang atau jasa maka hal ini akan tercermin pada kenaikan pemanfaatan akan barang dan jasa tersebut. Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang atau jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna.³³

Ungkapan di atas hendaknya menjadi perhatian kita, bahwa tidak selamanya sesuatu yang kita konsumsi dapat memenuhi kebutuhan hakiki dari seluruh unsur tubuh. Maksud hakiki di sini adalah keterkaitan yang positif antara aktifitas konsumsi dengan aktifitas terstruktur dari unsur tubuh itu sendiri. Apabila konsumsi mengakibatkan terjadinya difungsi bahkan kerusakan pada salah satu atau beberapa unsur tubuh, tentu itu bukanlah kebutuhan hakiki manusia. Karena itu, Islam secara tegas mengharamkan minum-minuman keras, memakan anjing, dan sebagiannya.

Selain itu, dalam kapasitasnya sebagai khalifah di muka bumi, manusia juga dibebani kewajiban membangun dan menjaganya, yaitu, sebuah aktifitas

³³Murokhhim Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 130.

berkelanjutan dan terus berkembang yang menuntut pengembangan seluruh potensinya disertai keseimbangan penggunaan sumber daya yang ada. Artinya, Islam memandang penting pengembangan potensi manusia selama berada dalam batas penggunaan sumber daya secara wajar. Sehingga, kebutuhan dalam prespektif Islam adalah, keinginan manusia menggunakan sumber daya yang tersedia, guna mendorong pengembangan potensinya dengan tujuan membangun dan menjaga bumi dan isinya.

2.1.2 Kegunaan atau Kepuasan (manfaat)

Sebagaimana kebutuhan di atas, konsep manfaat ini juga tercetak bahkan menyatu dalam konsumsi itu sendiri. Para ekonom menyebutnya sebagai perasaan rela yang diterima oleh konsumen ketika mengonsumsi suatu barang. Rela yang dimaksud di sini adalah kemampuan seorang konsumen untuk membelanjakan pendapatannya pada berbagai jenis barang dengan tingkat harga yang berbeda.

Ada dua konsep penting yang perlu digaris bawahi dari pengertian rela di atas, yaitu pendapatan dan harga. Kedua konsep ini saling mempunyai interdependensi antar satu dengan yang lain, mengingat kemampuan seseorang untuk membeli suatu barang sangat tergantung pada pemasukan yang dimilikinya. Kesesuaian di antara keduanya akan menciptakan kerelaan dan berpengaruh terhadap penciptaan perilaku konsumsi itu sendiri.³⁴ Konsumen yang rasional selalu membelanjakan pendapatannya pada berbagai jenis barang dengan tingkat harga tertentu demi mencapai batas kerelaan tertinggi.

Sekarang bagaimanakah Islam memandang manfaat, apakah sama dengan terminologi yang dikemukakan oleh para ekonom pada umumnya ataukah berbeda? Beberapa ayat al-Qur'an mengisyaratkan bahwa manfaat adalah

³⁴Murokhi Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 132.

antonim dari bahaya dan terwujudnya kemaslahatan. Sedangkan dalam pengertian ekonominya, manfaat adalah nilai guna tertinggi pada sebuah barang yang dikonsumsi oleh seorang konsumen pada suatu waktu. Bahkan lebih dari itu, barang tersebut mampu memenuhi kebutuhan dasar hidupnya. Jelas bahwa manfaat adalah terminologi Islam yang mencakup kemaslahatan, faidah dan tercegahnya bahaya. Manfaat bukan sekedar kenikmatan yang hanya bisa dirasakan oleh anggota tubuh semata, namun lebih dari itu, manfaat merupakan cermin dari terwujudnya kemaslahatan hakiki dan nilai guna maksimal yang tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif di kemudian hari.

2.2 Konsumsi dalam ekonomi konvensional

Kegiatan konsumsi adalah pekerjaan atau kegiatan memakai atau menggunakan suatu produk barang atau jasa yang diproduksi atau dibuat oleh produsen. Dalam kamus bahasa Indonesia lengkap konsumsi adalah pemakaian barang-barang produksi, bahan makanan dan sebagainya. Contoh kegiatan konsumsi adalah seperti makan di warung, cukur jenggot di tukang pangkas rambut dan berobat ke dokter. Sebagaimana dipahami dalam pengertian ilmu ekonomi konvensional, bahwa ilmu ekonomi pada dasarnya mempelajari upaya manusia baik sebagai individu maupun masyarakat. Dalam rangka melakukan pilihan penggunaan sumber daya yang terbatas guna memenuhi kebutuhan (yang pada dasarnya tidak terbatas) akan barang dan jasa. Kelangkaan akan barang dan jasa timbul bila kebutuhan (keinginan) seseorang atau masyarakat ternyata lebih besar daripada tersedianya barang dan jasa tersebut. Jadi kelangkaan ini muncul apabila tidak cukup barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut.

Konsumsi adalah suatu kegiatan menggunakan barang atau mengurangi nilai guna suatu barang. Pengertian konsumsi ini hampir bisa dikaitkan dengan definisi

permintaan. Dimana dalam ilmu ekonomi mikro dijelaskan panjang lebar mengenai permintaan. Ilmu ekonomi mikro menjelaskan bahwa permintaan diartikan sebagai jumlah barang yang dibutuhkan. Pengertian ini berangkat dari pernyataan bahwa manusia memiliki kebutuhan (melakukan kegiatan konsumsi).

Analisis mengenai perilaku konsumen dalam teori ekonomi konvensional terbagi menjadi beberapa prinsip yaitu:

2.2.1 Kelangkaan dan Terbatasnya Pendapatan

Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan. Agar pengeluaran senantiasa berada di anggaran yang sudah ditetapkan, meningkatkan konsumsi suatu barang atau jasa harus disertai dengan pengurangan konsumsi pada barang dan jasa yang lain.

2.2.2 Konsumen Mampu Membandingkan Biaya dengan Manfaat

Jika dua barang memberi manfaat yang sama, konsumen akan memilih yang lebih kecil biayanya. Disisi lain, bila untuk memperoleh dua jenis barang yang biayanya sama maka konsumen akan lebih memilih yang lebih besar manfaatnya.³⁵

2.2.3 Tidak Selamanya Konsumen Dapat Memperkirakan Manfaat dengan Tepat

Saat membeli suatu barang, bisa jadi manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan. Pengalaman tersebut akan menjadi informasi bagi konsumen yang akan mempengaruhi keputusan konsumsinya mengenai kebutuhan barang yang akan datang.

2.2.4 Setiap Barang Dapat Disubstitusi dengan Barang Lain

Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara. Konsumen tunduk pada hukum Berkurangnya Tambahan Kepuasan (*The Law Diminishing Marginal Utility*). Semakin banyak jumlah akan semakin lebih baik.³⁶

³⁵Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 91.

³⁶Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 92.

BAB III

ANALISIS PERBANDINGAN MASLAHAH DALAM TEORI KONSUMSI EKONOMI ISLAM DAN *UTILITY* DALAM DAN TEORI KONSUMSI EKONOMI KONVENSIONAL

3.1 Masalah dalam Teori Konsumsi Ekonomi Islam

Dalam menjelaskan konsumsi, kita mengasumsikan bahwa seseorang akan cenderung memilih atau mengonsumsi barang atau jasa yang memberikan masalah maksimum, hal ini sesuai dengan rasionalitas Islami³⁷ bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolehnya. Keyakinan bahwa akan ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi, lebih lanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut.

3.1.1 Pengertian dan Konsep Dasar

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan tiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia³⁸. pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Konsumsi pada dasarnya adalah mengeluarkan sesuatu dan tentunya untuk mendapatkan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, dalam Islam mengonsumsi perlu pemikiran matang serta dalam membuat suatu keputusan harus tepat dalam menjalankannya karena tanpa hal tersebut akan membuat seorang muslim dapat kecewa akan apa yang telah ia konsumsi. Oleh karena itu dalam konsumsi Islam disebut dengan Masalah,

³⁷Murokhim Misanam Dkk, Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, 2014, h. 129.

³⁸Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013) h, 85.

pembahasan mengenai konsumsi dalam Islam tidak akan terlepas dengan masalah, tujuan Islam dalam melakukan segala kegiatan sehari-harinya merupakan kesejahteraan umat manusia. Oleh karena itu dalam semua barang atau benda, kegiatan jasa yang dilakukan haruslah memiliki masalah.

Imam Al-Ghazali menyatakan bahwa konsep masalah, atau kesejahteraan sosial atau utilitas (“kebaikan bersama”), sebuah konsep yang mencakup semua urusan manusia³⁹, hal ini membuktikan bahwa dalam semua kegiatan yang dilakukan oleh manusia haruslah mempunyai masalah karena dengan demikian akan terwujud suatu kebaikan bersama yang akan bermanfaat bagi semua umat manusia.

Menurut istilah umum masalah adalah segala bentuk yang mendatangkan manfaat dan menolak segala kemungkinan yang merusak. Lebih jelasnya manfaat adalah segala sesuatu atau ungkapan dari sebuah kenikmatan atau segala hal yang masih berhubungan dengannya, sedangkan kerusakan adalah hal-hal yang menyakitkan atau segala sesuatu yang ada kaitannya dengannya. Masalah dapat diartikan sesuatu yang dapat mendatangkan kebaikan yang disukai oleh semua umat manusia. Pandangan terhadap masalah terbagi menjadi dua bagian, yaitu pandangan masalah menurut kaum sosialis materialis serta pandangannya menurut syara’ (hakikat syara’) dalam pembahasan pertama Al-Syatiby mengatakan: “ masalah ditinjau segi artinya adalah segala sesuatu yang menguatkan keberlangsungan dan menyempurnakan kehidupan manusia, serta memenuhi segala keinginan rasio dan syahwatnya secara mutlak”. Sedangkan menurut syara’ (hakikat) adalah segala sesuatu yang menguatkan kehidupan di dunia tidak dengan cara merusaknya serta mampu memuai hasil dan beruntung di

³⁹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h 61.

akhirat, dalam hal ini Al-Syatiby mengatakan: “ menarik kemaslahatan dan membuang hal-hal yang merusak bisa juga disebut dengan melaksanakan kehidupan di dunia untuk kehidupan di akhirat”.⁴⁰

Maslahah berasal dari bahasa arab yang berarti manfaat, faidah, bagus, guna, atau kegunaan, kata masalah diambil dari kata kerja shalaha-yasluhu menjadi sulhan-mashlahatan yang mengikuti *wazan*(pola) *fa'ala yaf'ulu*. Dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan bahwa masalah artinya sesuatu yang mendatangkan kebaikan(kemaslahatan dan sebagiannya), faedah, guna, sedangkan kemaslahatan berarti kegunaan, kebaikan, manfaat, atau kepentingan⁴¹. Bisa juga dikatakan bahwa masalah itu merupakan bentuk tunggal (*mufrod*) dari kata al-masalih. Semuanya mengandung arti adanya manfaat baik secara asal maupun melalui proses, seperti menghasilkan kenikmatan dan faedah, ataupun pencegahan dan penjagaan, seperti menjauhi kemudaratan dan penyakit. Semua itu bisa dikatakan masalah.

Beberapa dibawah ini pengertian masalah menurut para ilmuwan Muslim:

3.1.1.1 Imam Al-Razi

Mendefenisikan masalah sebagai perbuatan yang bermanfaat yang telah diperintahkan oleh shari'(Allah) kepada hamba-Nya tentang pemeliharaan jiwanya, akal nya, keturunannya dan harta bendanya.

3.1.1.2 Al-Syaukani

Menjelaskan masalah lebih terperinci, karena menurut dia makna yang digunakan untuk mengistilahkan masalah memiliki makna yang berbeda-beda,

⁴⁰El Misbah, *Al-Maslahah*, <https://elmsbah.wordpress.com/al-maslahah> (Diakses pada tanggal 5-September-2016)

⁴¹ Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h 720.

masalah adakalanya disebut al-munasabah karena untuk mendapatkan kepastian hukum dari permasalahan yang tidak ada dalilnya seseorang dapat melakukan munasabah, yaitu membandingkan dengan permasalahan nash Al-Qur'an. Adakalanya masalah disebut dengan *Al-Halat*, karena mungkin juga manusia menduga-duga adanya kemanfaatan dibalik suatu hukum. Masalah disebut dengan *ri'ayah al-maqasid*, karena dengan mewujudkan kemaslahatan berarti mewujudkan dan menjaga tujuan *shara'*, yaitu kemaslahatan umum. Lebih jelasnya ia berpendapat bahwa masalah adalah sesuatu yang perlu untuk dilestarikan dan sejalan dengan keinginan manusia untuk menarik manfaat dan menolak bahaya.

3.1.1.3 Al-Syatibi

Salah satu ulama Mazhab Maliki mengatakan bahwa masalah adalah setiap prinsip *shara'* yang tidak disertai nash khusus, namun sesuai dengan *shara'* serta dari dalil-dalil *shara'*. Makna prinsip tersebut adalah sah sebagai dasar hukum dan dapat dijadikan bahan rujukan sepanjang ia telah menjadi prinsip dan digunakan oleh *shara'* yang qat'i. Dia mengklarifikasi masalah menjadi dua bagian, masalah dari kebenarannya di dunia dan dari aspek hubungannya dengan statemen shari'ah(kitab shari'ah). Dalam kaitannya keberadaannya di dunia, masalah berarti sesuatu yang membeicarakan penegakan kehidupan manusia dan pencapaian segala sesuatu yang dianut oleh kualitas intelektual dan emosinya. Oleh karena itu dalam dataran praktis, masalah berhubungan erat dengan sesuatu yang lazim dimasyarakat yang disebut adat. Sedangkan dari aspek kedua, segala sesuatunya kembali lagi ketentuan shari'ah. Dalam hal ini, apabila shari' menuntut sesuatu itu dikerjakan oleh manusia berarti masalah dan apabila dilarang berarti mafsadah.

3.1.1.4 Mustafa Syalbi

Menyimpulkan masalah kedalam dua pengertian. Pertama, dengan pengertian majas, masalah adalah sesuatu yang menyampaikan pada kemanfaatan. Kedua secara hakiki, masalah adalah akibat itu sendiri yang timbul dari sebuah tindakan yaitu berupa kebaikan atau kemanfaatan.

3.1.1.5 Al-Tufi

Mendefinisikan masalah menurut urf (pemahaman umum yang berlaku dimasyarakat) adalah sebab yang membawa pada kemaslahatan (manfaat). Dengan demikian Al-Tufi ingin menegaskan bahwa masalah yang ingin dikehendaki Islam tidak sama dengan apa yang dikehendaki oleh manusia.

3.1.1.6 Wahbah Al-Zuhaili

Menawarkan sebuah definisi yang dianggap akodatif dan dapat menjelaskan hakikat masalah, ia menuturkan bahwa masalah adalah karakter yang memiliki keselarasan dengan perilaku penetapan shari'ah dan tujuan-tujuannya, namun tidak ada dalil secara spesifik mengungkapkan atau menolaknya, dengan proyeksi mewujudkan kemaslahatan dan menghilangkan mafsadah (kerusakan).⁴²

Dari beberapa pendapat dari para ilmuwan di atas menjelaskan banyaknya pengertian masalah tapi semua pendapat merujuk kepada manfaat, serta kebaikan. Masalah tersebut akan berfungsi dalam situasi atau kondisi yang berbeda-beda sesuai dengan apa yang terjadi pada saat itu, oleh karena itu dalam salah satu pendapat di atas menyatakan bahwa masalah tersebut adalah urf, dengan demikian masalah merupakan suatu manfaat atau kebaikan yang akan

⁴²Syamsul, *Konsep Masalah Dalam Hukum Islam*, <http://syamsuljosh.blogspot.co.id/2012/06/konsep-masalah-dalam-hukum-islam.html> (Diakses pada tanggal 5-september-2016)

timbul ketika seseorang melakukan sesuatu dan hal tersebut dapat memelihara jiwa, akal, keturunannya dan harta bendanya, sehingga menjauhkan seseorang dari *mafsadah* (kerusakan).

3.1.2 Teori Perilaku Konsumsi Islami

Islam melihat aktivitas ekonomi adalah salah satu cara untuk menciptakan *falah* (kebahagiaan dunia dan akhirat). Dalam berkonsumsi pun tak terlepas dari perspektif tersebut. Motif berkonsumsi dalam Islam pada dasarnya adalah masalah. Meskipun secara alami motif dan tujuan berkonsumsi (atau aktifitas ekonomi) dari seseorang individu adalah untuk mempertahankan hidup.⁴³

Perilaku konsumen dalam ekonomi Islam merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan, terkait dengan perilaku konsumen yaitu sikap atau tingkah laku dalam mengonsumsi barang atau jasa dan juga merupakan suatu proses, tindakan, dan hubungan sosial yang dilakukan oleh individu, kelompok, dan organisasi dalam mendapatkan, menggunakan suatu produk komoditas, jasa atau lainnya sebagai suatu akibat dari pengalamannya dengan produk, pelayanan, dan sumber lainnya. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Dalam ekonomi Islam terkait dengan perilaku terdapat juga rasionalitas atau asumsi rasionalitas adalah anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadikan mereka lebih buruk.

⁴³ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 93.

Perilaku rasional dapat mempunyai dua makna, yaitu: metode dan hasil. Dalam metode perilaku rasional berarti “*action selected on the basis of reasoned thought rather than out of habit, prejudice, or emotion*”(tindakan yang dipilih berdasarkan pikiran yang beralasan, bukan berdasarkan kebiasaan, prasangka atau emosi), dan kedua makna, “*action that actually succeeds in achieving desired goals.*”(tindakan yang benar-benar dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai).⁴⁴ Ada beberapa aturan yang dijadikan sebagai pegangan untuk mewujudkan rasionalitas dalam berkonsumsi:

3.1.2.1 Pegangan untuk Mewujudkan Rasionalitas dalam Berkonsumsi

3.1.2.1.1 Tidak boleh hidup bermewah-mewah

3.1.2.1.2 Pelarangan *Israf*, *Tabdzir* dan *Safih*

Israf adalah melampaui batas hemat dan keseimbangan dalam berkonsumsi. *Tabdzir* adalah melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak proporsional. Sedangkan *Safih* adalah orang yang tidak cerdas (*rusyd*), dimana ia melakukan perbuatan yang bertentangan dengan syariah dan senantiasa menuruti hawa nafsunya.

3.1.2.1.3 Keseimbangan dalam berkonsumsi

3.1.2.1.4 Larangan berkonsumsi atas barang dan jasa yang membahayakan.⁴⁵

Dari penjelasan di atas kita dapat membedakan bahwa perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional lebih mengutamakan pencapaian kepuasan dalam hal mengonsumsi suatu barang. Sedangkan dalam Islam menganjurkan untuk

⁴⁴Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h 51

⁴⁵Ikhsan, *Perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam*, <http://ikhsan-blogs.blogspot.co.id/2014/04/perilaku-konsumen-dalam-ekonomi.html> (diakses pada 30-maret-2016)

mengonsumsi sesuatu secara tidak berlebih-lebihan, dalam artian memakai sesuatu barang yang benar-benar ia butuhkan, bukan semata karena keinginannya.

Oleh karena itu dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya konsumsi yang dilakukan oleh seorang muslim akan sangat erat hubungannya dengan etika dan norma dari konsumsi itu sendiri. Menurut pendapat Naqfi setidaknya terdapat 6 (enam) aksioma pokok dalam konsumsi meliputi:⁴⁶

3.1.2.2 6 (Enam) Aksioma Pokok Dalam Konsumsi

3.1.2.2.1 Tauhid (*Unity/Kesatuan*)

Aksioma ini mempunyai 2 kriteria yaitu yang pertama rabbaniyah gayah (tujuan) dan wihah (sudut pandang). Kriteria yang pertama yaitu maqam ridhonya. Sehingga pengabdian terhadap Allah adalah cita-cita terakhirnya. Kriteria yang kedua adalah rabbaniyah masdar (sumber hukum) dan manhaj (sistem) yang mana kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran yang pertama dengan sumber Al-Qur'an dan Al-Hadist.

3.1.2.2.2 Adil (*Equilibrium/Keadilan*)

Keadilan tidak dapat disamakan dengan keseimbangan. Keadilan berawal dari usaha memberi hak kepada setiap individu yang berhak menerima sekaligus menjaga dan memelihara hak tersebut.

3.1.2.2.3 Kehendak yang bebas (*free will*) adalah bagaimana manusia menyadari bahwa adanya qadha dan qadar yang merupakan hukum sebab akibat dari kehendak tuhan.

3.1.2.2.4 Amanah (*Responsibility*)

Kebebasan berkehendak tidak menjadikan manusia lepas atau bebas dari tanggung jawab. Untuk itu, prinsip utama yang harus dipegang selanjutnya adalah

⁴⁶ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 93-94.

menjaga amanah dan bertanggung jawab atas segala tindakan yang dilakukan. Berdasarkan etika Islam, karakter khusus dalam etika Islam merupakan konsep yang menitik beratkan hubungan manusia dengan tuhan dan masyarakat.

3.1.2.2.5 Halal

Islam membatasi kebebasan berkehendak dengan hanya mengonsumsi barang yang halal yang menunjukkan nilai kebaikan, kesucian keindahan serta menimbulkan masalah yang paling optimal.

3.1.2.2.6 Sederhana

Hal yang paling penting yang harus dijaga dalam berkonsumsi adalah menghindari sifat boros dan melampaui batas. Sehingga israf dilarang namun pelit juga dilarang dalam Islam.

Lebih lanjut Manan menjelaskan etika konsumsi dalam ekonomi Islam dikenal dengan 5 (Lima) Prinsip dasar meliputi⁴⁷:

3.1.2.3 5 (Lima) Prinsip Dasar Etika Konsumsi dalam Islam

3.1.2.3.1 Prinsip Keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, dan daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.

3.1.2.3.2 Prinsip Kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah tentang makanan. Harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang

⁴⁷ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 85.

diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

3.1.2.3.3 Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih

3.1.2.3.4 Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

3.1.2.3.5 Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spritual yang berbahagia.

Dari prinsip-prinsip yang telah dijelaskan, dapat dengan mudah dipahami bahwa Islam telah sangat teratur serta tertata rapi dalam melakukan kegiatan sehari-harinya terlebih masalah konsumsi, prinsip ini tidak hanya akan membantu dalam melakukan kegiatan konsumsi juga akan sangat bermanfaat untuk kelangsungan hidup yang berkualitas serta akan mendapatkan rida dari-Nya.

Terkait dengan perilaku konsumen banyak hal yang harus dimodifikasi dari perilaku konsumen konvensional dalam kaitannya sebagai seorang konsumen muslim.

3.1.2.4 Ada Lima Alasan atas Modifikasi ini⁴⁸ :

3.1.2.4.1 Fungsi objektif konsumen muslim berbeda dari konsumen yang lain.

Konsumen muslim tidak mencapai kepuasan hanya dari output dan memegang barang modal. Perilaku ekonominya berputar pada pencapaian atas ridha Allah. Untuk seorang muslim sejati harus percaya kepada Al-Qur'an, sehingga kepuasan konsumen muslim tidak hanya fungsi satu-satunya atas barang konsumsi dan komoditas, tetapi juga fungsi dari ridha Allah.

3.1.2.4.2 Vektor komoditas dari konsumen muslim adalah berbeda pada konsumen non muslim, meskipun semua elemen dari barang dan jasa tersedia. Karena Islam melarang seorang muslim mengonsumsi beberapa komoditas. Seorang muslim dilarang mengonsumsi alkohol, daging babi, dan lain-lain. Jadi jika konsumen nonmuslim bisa mengalokasikan pada barang yang sesuai dengan syariat Islam.

3.1.2.4.3 Karena seorang muslim dilarang untuk membayar atau menerima bunga dari pinjaman dalam bentuk apapun. Premi rutin yang dibayar oleh konsumen muslim atas memegang barang tahan lama tidak mencakup elemen suku suku bunga. Suku bunga dalam ekonomi Islam digantikan oleh biaya dalam kaitannya dengan profit sharing. Bagaimanapun tidak seperti bunga, biaya ini tidak ditentukan sebelumnya pada tingkat yang tetap atas sebuah resiko.

⁴⁸M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Jakarta: Kencana, 2010) hal, 95-96

3.1.2.4.4 Bagi seorang konsumen muslim, anggaran yang dapat digunakan untuk optimisasi konsumen adalah pendapatan bersih setelah pembayaran zakat.

3.1.2.4.5 Konsumen muslim harus menahan diri dari konsumsi yang berlebihan, yang berarti konsumen muslim tidak harus menghabiskan seluruh pendapatan bersihnya untuk konsumsi barang dan jasa.

3.1.3 Konsep Masalah dalam Konsumsi

Masalah menduduki posisi yang paling sentral dalam Islam, karena masalah adalah tujuan syariah Islam dan menjadi inti utama syariah Islam itu sendiri. Para ulama merumuskan maqashid syariah adalah mewujudkan kemaslahatan⁴⁹.

Tujuan utama konsumsi bagi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Sesungguhnya konsumsi selalu didasari niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah, sehingga menjadikan konsumsi juga bernilai ibadah. Sebab hal-hal yang mubah bisa menjadi jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, dalam hal ini dimaksudkan untuk menambah potensi mengabdikan kepada-Nya. Dalam ekonomi Islam, konsumsi dinilai sebagai sarana wajib yang tidak bisa diabaikan oleh seorang muslim untuk merealisasikan tujuan dalam penciptaan manusia, yaitu mengabdikan sepenuhnya hanya kepada Allah untuk mencapai falah.

Falah adalah kehidupan yang mulia dan sejahtera di dunia dan akhirat. *Falah* dapat terwujud apabila kebutuhan-kebutuhan hidup manusia terpenuhi secara seimbang. Tercukupinya kebutuhan masyarakat akan memberikan dampak yang disebut masalah. Masalah yang diterima oleh seorang konsumen ketika

⁴⁹Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 96.

mengonsumsi barang dapat berbentuk salah satu diantara hal-hal sebagai berikut⁵⁰:

3.1.3.1 Masalah ketika Mengonsumsi Barang

3.1.3.1.1 Manfaat material, yaitu diperolehnya tambahan harta bagi konsumen berupa harga yang murah, diskon, kecilnya biaya, dan sebagainya.

3.1.3.1.2 Manfaat fisik dan psikis yaitu terpenuhinya kebutuhan baik fisik maupun psikis terpenuhinya kebutuhan akal manusia.

3.1.3.1.3 Manfaat intelektual, yaitu terpenuhi kebutuhan informasi, pengetahuan, keterampilan, dan lain lain.

3.1.3.1.4 Manfaat lingkungan yaitu manfaat yang bisa dirasakan selain pembeli misalnya, mobil mini bus akan dirasakan manfaatnya oleh lebih banyak orang jika dibandingkan dengan mobil sedan.

3.1.3.1.5 Manfaat jangka panjang, yaitu terpeliharanya manfaat untuk generasi yang akan datang, misalnya hutan tidak dirusak habis untuk kepentingan generasi penerus.

3.1.3.2 Disamping itu kegiatan konsumsi akan membawa berkah bagi konsumen jika:

3.1.3.2.1 Barang yang Dikonsumsi bukan Merupakan Barang Haram

Q.S. al-Baqarah/2: 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُّبِينٌ (١٦٨)

⁵⁰ Sumar'in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 99.

Terjemahnya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan; karena sesungguhnya setan itu adalah musuh yang nyata bagimu.⁵¹

Dalam ayat diatas menyatakan bahwa Allah menyerukan seluruh umat manusia memakan segala yang ada di muka bumi ini tetapi hanya yang halal dan baik saja, hal ini merupakan larangan memakan sesuatu yang haram dalam bentuk apapun. Sesuatu yang baik belum tentu halal untuk kita tetapi yang halal sudah tentulah baik untuk kita. Fiqh telah menetapkan makanan yang halal dan haram. Makanan halal boleh dijelaskan dengan sesuatu bahan makanan yang suci dan baik disamping tidak melanggar syariat Islam sewaktu mendapatkan dan menggunakannya.

3.1.3.2.2 Barang yang Dikonsumsi tidak Secara Berlebih-lebihan

Q.S. al-Furqan/25: 67.

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا (٦٧)

Terjemahnya:

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelajaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.⁵²

Dari ayat tersebut dapat dikatakan bahwa dalam membelanjakan atau mengeluarkan harta kita hendaknya sesuai dengan kebutuhan atau sesuai dengan kebutuhan orang yang diberi.⁵³ Ayat ini mengisyaratkan bahwa hamba-hamba Allah itu memiliki harta benda sehingga mereka bernaikah dan bahwa harta itu mencukupi kebutuhan mereka sehingga mereka dapat menyisihkan sedikit atau banyak dari harta tersebut. Ini mengandung juga isyarat bahwa mereka sukses

⁵¹CV. Al-Hanan, *Al-Qur'an Terjemahan Asbabun Nuzul*, hal.25

⁵²CV. Al-Hanan, *Al-Qur'an Terjemahan Asbabun Nuzul*, hal.365

⁵³M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah*, Volume IX,(Cet. I, Jakarta: Lentera Hati, 2002) h.

dalam usaha mereka meraih kebutuhan hidup, bukannya orang-orang yang mengandalkan bantuan orang lain.

3.1.3.2.3 Barang yang Dikonsumsi Didasari oleh Niat untuk Mendapatkan Rida Allah

Q.S. asy-Syura/42: 11

...أَلَيْسَ كَمِثْلِهِ شَيْءٌ وَهُوَ السَّمِيعُ الْبَصِيرُ (١١)

Terjemahnya:

Tidak ada sesuatu pun yang serupa dengan Dia, dan Dia-lah Yang Maha Mendengar lagi Maha Melihat.

Penetapan sifat rida dan benci bagi Allah sesuai dengan keagungan-Nya, tanpa menyerupakan, menyamakan dan menggambarkan sifat Allah sebagaimana sifat makhluk, dan tanpa menyelewengkan maknanya.

Dari ayat di atas perbuatan baik apapun yang kita lakukan, baik yang hukumnya wajib, sunnah, maupun mubah hendaknya diniatkan semata-mata karena mengharap keridaan dan balasan dari Allah. Jangan sampai melakukan suatu amalan dengan niat dan tujuan supaya dikenang dan dipuji oleh manusia karena akan menyebabkan kebinasaan di dunia dan di akhirat.

3.1.3.3 Fungsi *Utility* dalam Konsumsi Ekonomi Islam

Dalam ilmu ekonomi tingkat kepuasan (*utility function*) digambarkan oleh kurva indeferen (*indifference curve*). Biasanya yang digambarkan adalah *utility function* antara dua barang (atau jasa) yang keduanya memang disukai oleh konsumen. Dalam membangun teori *utility function*, digunakan tiga aksioma pilihan rasional:

3.1.3.3.1 *Completeness*

Aksioma ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukai diantara dua keadaan. Bila A dan B adalah dua

keadaan yang berbeda, maka individu selalu dapat dapat menentukan secara satu diantara tiga kemungkinan ini⁵⁴:

3.1.3.3.1.1 A lebih disukai daripada B

3.1.3.3.1.2 B lebih disukai daripada A

3.1.3.3.1.3 A dan B sama menariknya

3.1.3.3.2 *Transitivity*

Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “A lebih disukai daripada B” dan “B lebih disukai daripada C”, maka pasti ia akan mengatakan bahwa “A lebih disukai daripada C. Aksioma ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal didalam diri individu dalam mengambil keputusan.⁵⁵

3.1.3.3.3 *Continuity*

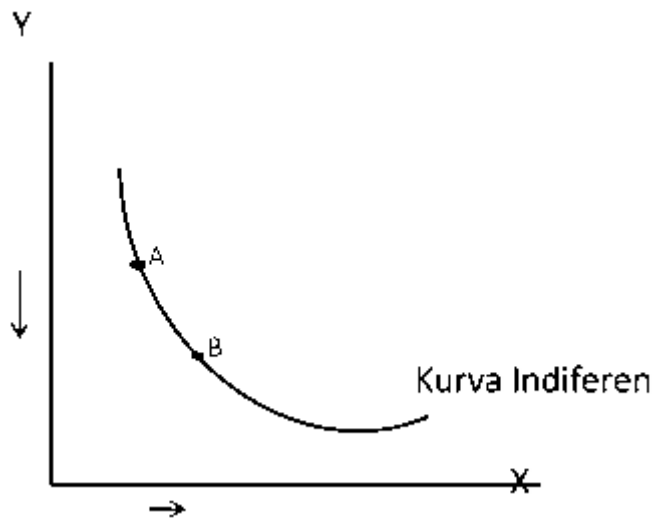
Aksioma ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “A lebih disukai daripada B”, maka keadaan yang mendekati A pasti juga lebih disukai daripada B⁵⁶

Ketiga asumsi ini dapat kita terjemahkan ke dalam bentuk geometris yang selanjutnya lebih sering kita kenal dengan *kurva indeferen* (IC). IC adalah sebuah kurva yang melambangkan tingkat kepuasan konstan, atau sebagai tempat kedudukan masing-masing titik yang melambangkan kombinasi dua macam komoditas (atau berbagai macam komoditas) yang memberikan tingkat kepuasan yang sama. *Utility* map untuk dua barang inilah yang digambarkan dengan grafik dua dimensi dengan sumbu X sebagai barang yang disukai dan sumbu Y sebagai barang yang disukai dan sumbu Y sebagai barang lain yang juga disukai.

⁵⁴Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 64.

⁵⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 65.

⁵⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 65.



Gambar 3.1 Kurva *Indiferen*

Semua kombinasi titik pada kurva *indifference* yang sama memiliki tingkat kepuasan yang sama. Gambar diatas menunjukkan bahwa titik A, B, dan C berada pada tingkat *indifference* yang sama sehingga tingkat kepuasan pada titik A sama dengan tingkat kepuasan pada titik B atau C yaitu U^1 , sedangkan titik D dan E memberikan tingkat kepuasan yang sama yaitu pada U^2 .

3.1.3.3.4 Tingkat *Substansi Marginal*

Karena pilihan mesti dihadapkan pada alternatif penggunaan komoditas lain, maka perlu sekiranya kita mempelajari sejauh mana seorang konsumen bersedia untuk suatu komoditas dengan komoditas lainnya melalui kajian lebih rinci dari kurva IC ini. Tingkat kesediaan untuk menukar komoditas dengan komoditas lain inilah yang dalam literatur konvensional kita kenal dengan tingkat *substansi marginal (marginal rate of substitution)* x untuk y, atau MRS^{xy} .⁵⁷

MRS^{xy} = jumlah unit komoditas y yang harus dikorbankan untuk mendapatkan tambahan satu unit komoditas x, dalam tingkat kepuasan yang sama. Formulasi MRS^{xy} dapat dapat tuliskan sebagai berikut:

⁵⁷Adiwarman A. Karim, Ekonomi Islam, h. 67.

$$MRS^{xy} = \frac{\Delta^y}{\Delta^x} = \frac{\text{Jumlah unit Y yang berkurang}}{\text{Jumlah penambahan satu unit x}}$$

Perhitungan nilai MRS adalah komposisi pengurangan jumlah unit barang y yang dikonsumsi untuk mendapatkan penambahan konsumsi satu unit barang x yang dikonsumsi untuk mendapatkan penambahan konsumsi satu unit barang x. Kalau kita perhatikan nilai MRS dari kiri ke kanan, maka dapat kita simpulkan bahwa nilai MRS akan semakin berkurang. Nilai ciri tambahan yang dimiliki oleh kurva IC yaitu tingkat substansi yang semakin berkurang (*the law of diminishing marginal rate of substitution*).⁵⁸

3.1.3.3.5 Barang Halal, Haram, dan Analisis Kurva Indifference

Tidak semua komoditas memiliki sifat yang sama yaitu halal dan haram maka kita tidak dapat memberi pengertian yang sama terhadap bentuk dan fungsi kurva indifferen. Kesejahteraan konsumen akan meningkat jika ia mengonsumsi lebih banyak barang yang bermanfaat, halal, dan mengurangi mengonsumsi barang yang buruktau haram. Dalam Islam sudah cukup jelas dan cukup rinci mengklasifikasikan mana barang halal dan mana barang buruk. Islam juga melarang untuk menghalalkan apa yang sudah ditetapkan haram dan mengharamkan apa yang sudah menjadi halal.⁵⁹

3.1.3.3.6 Increasing Utility

Semakin tinggi *indifference curve* berarti semakin banyak barang yang dapat dikonsumsi, yang berarti semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Secara grafis tingkat utilitas yang lebih tinggi digambarkan dengan *utility function* yang letaknya di sebelah kanan atas. Bagi konsumen, semakin ke kanan atas *utility*

⁵⁸Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 67.

⁵⁹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 68.

function semakin baik. Bentuk *utility function* yang *convex* (cembung terhadap titik 0) menunjukkan adanya *diminishing marginal rate of substitution*. Bahasa mudahnya, kepuasan yang didapat dari mengonsumsi piring pertama soto ayam lebih tinggi dari kepuasan mengonsumsi soto ayam piring kedua, ketiga, dan seterusnya.⁶⁰

Dalam Islam cara pikir ini juga ditemukan. Rasulullah saw. bersabda, “orang beriman yang kuat lebih baik dan lebih dicintai daripada orang beriman yang lemah”. Dalam hadis lain bermakna, “iri hati itu dilarang kecuali terhadap dua jenis orang: yaitu orang yang berilmu yang mengamalkan dan mengajarkan ilmunya, dan orang yang kaya yang membelanjakan hartanya di jalan Allah”. Jadi dalam konsep Islam pun diakui bahwa yang lebih banyak (tentunya yang halal) lebih baik dalam batasan yaitu tidak berlebih-lebihan. Secara grafis *utility function* antara dua barang (atau jasa) yang halal digambarkan sebagaimana lazimnya.

Dalam konsep Islam sangat penting adanya pembagian jenis barang (atau jasa) antara yang haram dan yang halal. Oleh karena itu sangat penting bagi kita untuk menggambarkan hal ini dalam *utility function*. *Utility function* untuk dua barang yang salah satunya tidak disukai digambarkan dengan *utility function* yang terbalik seakan diletakkan dicerminkan.⁶¹

Semakin sedikit barang yang tidak kita sukai akan memberi tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Hal ini digambarkan dengan *utility function* yang semakin ke kiri atas semakin tinggi tingkat kepuasannya. Barang yang haram adalah barang yang tidak disukai. Secara grafis, kita gambarkan sumbu X sebagai barang haram, dan sumbu Y sebagai barang halal. Dalam grafis ini, pergerakan *utility function* ke kiri atas menunjukkan semakin banyak barang halal yang

⁶⁰Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 69.

⁶¹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 70.

dikonsumsi dan semakin sedikit barang haram yang dikonsumsi. Semakin banyak barang halal berarti menambah *utility* sedangkan semakin sedikit barang haram mengurangi *disutility*. Keadaan ini akan memberikan tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

3.1.3.3.7 *Budget Constraint*

Segala keinginan pasti ada konstrain yang membatasinya, tentu batasan ini akan sangat mempengaruhi oleh kemampuan konstrain yang lebih tinggi. Di Islam Rasulullah pernah menggambarkan hubungan antara cita-cita atau keinginan manusia dan segala hambatan yang mesti dijumpainya. Untuk menjelaskan bagaimana seseorang mukmin berusaha meraih cita-citanya ia membuat gambar empat persegi panjang. Ditengah-tengah ditarik satu garis sampai keluar. Kemudian beliau membuat garis pendek-pendek di sebelah garis yang di tengah-tengah seranya bersabda: “Ini adalah manusia dan empat persegi panjang yang mengelilinginya adalah ajal. Garis yang diluar ini adalah cita-citanya, serta garis yang pendek-pendek adalah hambatannya. Apabila ia dapat menghadapi hambatan yang satu, maka ia akan menghadapi hambatan yang lain. Dan apabila ia dapat mengatasi hambatan yang lain, maka ia akan menghadapi hambatan lagi”.⁶²

Untuk tetap bersemangat melangkah dari setiap hambatannya tersebut, maka ia mengembalikan sepenuhnya kepada Allah swt., ia percaya bahwa tiada sesuatu yang terjadi di alam ini tak lain atas kehendak Allah.

Dalam teori konsumsi hadis tentang cita-cita dan segala macam hambatan ini bisa kita gunakan untuk menerangkan tentang batasan seseorang dalam memaksimalkan *utility* konsumsinya. Selain faktor norma konsumsi dalam Islam, keinginan untuk memaksimalkan *utility function* ditentukan juga oleh berapa dana

⁶²Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 71.

yang tersedia untuk membeli kedua jenis barang tersebut. Batasan ini disebut *budge constraint*. Secara matematis ditulis:

$$I = P^xX + P^yY$$

Dari persamaan di atas dapat diketahui kombinasi jumlah barang X dan barang Y yang dapat dikonsumsi. Dalam angka digambarkan lebih jelas dengan tabel berikut ini. Katakanlah harga barang X adalah \$1 per unit dan harga barang Y adalah \$2 per unit⁶³: Tabel 3.1

Kombinasi Barang	Jumlah barang X yang dikonsumsi	Jumlah barang Y yang dikonsumsi	Pengeluaran Total
A	0	40	\$80
B	20	30	\$80
C	40	20	\$80
D	60	10	\$80
E	80	0	\$80

Tabel diatas menunjukkan kombinasi jumlah barang X dan jumlah barang Y yang dapat dikonsumsi, atau kombinasinya yang dapat dibeli dengan uang sejumlah \$80.

3.1.3.4 Formulasi Konsep Masalah sebagai Solusi Optimal

Sesuai dengan asumsi rasionalitas, maka konsumsi seorang muslim akan selalu bertindak rasional. Oleh sebab itu, pengambilan keputusan dari seorang konsumen senantiasa didasarkan pada perbandingan antarberbagai preferensi, peluang, dan manfaat serta mudharat yang ada. Konsumen yang rasional selalu berusaha menggapai preferensi tertinggi dari segeneap peluang dan manfaat yang

⁶³Adiwarman A. Karim, Ekonomi Islam, h. 72.

tersedia. Konsumen yang rasional berarti konsumen yang memilih suatu kombinasi komoditas yang akan memberikan tingkat utilitas paling besar. Utilitas di sini juga meliputi masalah dan mudharat yang ditimbulkan dari mengonsumsi komoditas tersebut.⁶⁴

Kombinasi konsumsi yang dapat memberikan kepuasan konsumen Muslim secara maksimal yang merupakan optimalitas atau titik bagi optimal konsumen. Untuk mencapai tingkat optimalisasi konsumen, seorang konsumen dibatasi oleh garis besar anggaran dari pendapatannya atau berbagi komoditas yang dapat dibelinya. Secara matematis optimisasi konsumen dapat diformulasikan sebagai berikut⁶⁵:

$$\frac{\text{utilitas marginal x}}{\text{harga x}} = \frac{\text{utilitas marginal y}}{\text{harga y}}$$

$$\frac{\text{utilitas marginal x}}{\text{utilitas marginal y}} = \frac{\text{harga y}}{\text{harga x}}$$

$$\frac{MU^x}{MU^y} = \frac{P^x}{P^y}$$

Dengan demikian, kepuasan maksimum seorang konsumen terjadi pada titik dimana terjadi persinggungan antara kurva *indifference* dengan *budget line*.

⁶⁴Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 72-73.

⁶⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 73.

3.1.3.4.1 Konsumen akan Memaksimalkan Pilihannya dengan Dua Cara:

3.1.3.4.1.1 Memaksimalkan *Utility Function* pada *Budget Line* Tertentu

Tabel 3.2. Maksimalisasi *Utility Function* pada *Budget* Tertentu

Kombinasi Barang	Jumlah barang X yang dikonsumsi	Jumlah barang Y yang dikonsumsi	Pengeluaran Total
B	20	30	\$80
R	20	20	\$60
S	10	30	\$70

Dengan tingkat pengeluaran tertentu yaitu \$80, maka kombinasi barang B lebih baik daripada kombinasi R dan S. Kombinasi B lebih baik daripada R karena dapat mengonsumsi barang Y lebih banyak; dari segi total pengeluaran pun terlihat bahwa masih ada yang tidak termanfaatkan sebesar \$20. Kombinasi B lebih baik daripada kombinasi S karena dapat mengonsumsi barang X lebih banyak, dari segi total pengeluaran pun terlihat bahwa masih ada yang tidak termanfaatkan sebesar \$10.⁶⁶

3.1.3.4.1.2 Meminimalkan *Budget Line* pada *Utility Function* Tertentu

Tabel 3.3. Meminimalkan *Budget Line* pada *Utility Function* tertentu

Kombinasi Barang	Jumlah barang X yang dikonsumsi	Jumlah barang Y yang dikonsumsi	Pengeluaran Total
B	20	30	\$80
T	20	30	\$90

Untuk mengonsumsi 20X dan 30Y cukup diperlukan uang \$80. Oleh karenanya kombinasi B lebih baik daripada kombinasi T, karena untuk mendapatkan T ia harus membayar lebih mahal untuk jumlah barang yang sama.⁶⁷

Untuk mengonsumsi barang x dan y dengan tingkat kepuasan yang sama, seseorang konsumen mempunyai beberapa alternatif garis anggaran yang

⁶⁶Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 73.

⁶⁷Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam*, h. 74.

dibutuhkan. Dengan demikian, optimalisasi konsumen akan terbentuk berada pada *budget line* paling kecil untuk mendapatkan kepuasan yang sama.

3.1.4 Teori Kepuasan Konsumen Islami

Lahirnya teori kepuasan dalam perspektif ekonomi konvensional akan melahirkan manusia serakah dan mementingkan diri sendiri. Hal ini karena asumsi rasional konsumsi atas dasar *utility* (kepuasan). Secara sederhana setidaknya terdapat 2 (dua) hal yang perlu untuk dikritisi dari perilaku konsumsi yang berorientasi pada *utility* yakni pertama tujuan konsumsi hanyalah untuk mencapai kepuasan dan kedua batasan konsumsi hanyalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang dia mempunyai pendapatan maka tidak ada yang bisa membatasinya untuk melakukan konsumsi, tentunya sikap ini akan menafikan kepentingan orang lain dan menafikan zat dan jenis barang (halal dan berkahnya).⁶⁸

Islam merupakan agama yang dibawa untuk menjawab segala macam permasalahan yang ada di muka bumi ini, serta dapat membantu dalam kegiatan sehari-hari. Dalam bidang konsumsi, Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Secara hirarkisnya, kebutuhan manusia dapat meliputi ; keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*moderity*) dan sederhana (*simplicity*). Pembelanjaan yang dianjurkan dalam Islam adalah yang digunakan untuk memenuhi “kebutuhan” dan melakukan dengan cara rasional. Isharf dilarang dalam Al-Qur’an. *Tabzir* berarti membelanjakan uang ntuk sesuatu yang dilarang menurut hukum Islam perilaku ini sangat dilarang oleh Allah swt.

⁶⁸Sumar’in, *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*, h, 100.

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

3.1.4.1 Barang yang dikonsumsi tidak haram

Dalam islam tidak semua barang berlabel halal merupakan barang yang diperbolehkan oleh Allah. Ada pengecualian untuk beberapa barang, apakah itu haram zat ataukah haram cara memperolehnya. Ketika zat barang itu halal namun cara memperolehnya dengan cara haram maka akan berpengaruh pada barang tersebut. Dalam kondisi lain ketika barang haram diperoleh dengan cara halal hukumnya tidak akan berubah menjadi halal, ia akan tetap haram karena zat haramnya tidak dapat di ubah.

3.1.4.2 Dalam memperolehnya tidak berspekulasi.

3.1.4.3 Tidak menimbun barang dan melakukan kegiatan pasar gelap

Q.S. At-Taubah/9: 34

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْأَحْبَارِ وَالرُّهْبَانِ لَيَأْكُلُونَ أَمْوَالَ النَّاسِ بِالْبَاطِلِ وَيَصُدُّونَ عَن سَبِيلِ اللَّهِ وَالَّذِينَ يَكْنِزُونَ الذَّهَبَ وَالْفِضَّةَ وَلَا يُنفِقُونَهَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَبَشِّرْهُمْ بِعَذَابٍ أَلِيمٍ (٣٤)

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, Sesungguhnya sebahagian besar dari orang-orang alim Yahudi dan rahib-rahib Nasrani benar-benar memakan harta orang dengan jalan batil dan mereka menghalang-halangi (manusia) dari jalan Allah. dan orang-orang yang menyimpan emas dan perak dan tidak menafkahkanya pada jalan Allah, Maka beritahukanlah kepada mereka, (bahwa mereka akan mendapat) siksa yang pedih.

3.1.4.4 Tidak mengandung riba

Dalam ayat al-Qur'an dijelaskan: Q.S. Al-Baqarah/2: 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلَ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن

رَبِّهِ فَأَنْتَهُى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا
خَالِدُونَ (٢٧٥)

Terjemahnya:

Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.

Riba itu ada dua macam, *nasiah* dan *fadhl*. Riba *nasiah* ialah pembayaran lebih yang disyaratkan oleh orang yang meminjamkan. Riba *fadhl* ialah penukaran suatu barang dengan barang yang sejenis, tetapi lebih banyak jumlahnya karena orang yang menukarkan mensyaratkan demikian, seperti penukaran emas dengan emas, padi dengan padi, dan sebagainya. Riba yang dimaksud dalam ayat ini Riba *nasiah* yang berlipat ganda yang umum terjadi dalam masyarakat Arab zaman jahiliyah. Maksudnya: orang yang mengambil Riba tidak tenteram jiwanya seperti orang kemasukan syaitan. Riba yang sudah diambil (dipungut) sebelum turun ayat ini, boleh tidak dikembalikan.

3.1.4.5 Memperhitungkan zakat dan infak.

3.1.4.6 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 duina

dan akhirat. Dengan demikian pendekatan nilai guna/utilitas yang berlaku dalam ekonomi konvensional perlu ditinjau ulang dalam kerangka Islam.⁶⁹

3.2 *Utility* dalam Teori Konsumsi Ekonomi Konvensional

3.2.1 Pengertian dan Konsep *Utility* dalam Konsumsi

Konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir seluruh kegiatan ekonomi masyarakat. Kalau produksi diartikan “menciptakan *utility*” dalam bentuk barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, maka konsumsi berarti memakai/menggunakan *utility* itu untuk memenuhi kebutuhan. Berbicara mengenai *utility* dalam kamus besar bahasa Indonesia kata Utilitas. Utilitas merupakan faedah, kegunaan, dan manfaat,⁷⁰ berarti *utility* merupakan manfaat atau kegunaan suatu barang, berkaitan dengan konsumsi yaitu manfaat atau kegunaan yang dihasilkan dari barang atau jasa tersebut.

Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi, nilai guna (*utility*) yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan) sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat. Kendatipun demikian, pemahaman konsep *utility* yang dijelaskan oleh para ekonom sangat beragam. *Utility* merupakan sebuah konsep yang abstrak tentang nilai guna dan manfaat atas barang dan jasa yang dikonsumsi. Sebuah konsep tentang cita rasa dan preferensi seseorang terhadap barang dan jasa untuk mendapatkan kepuasan. *Utility* akan

⁶⁹www.lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/.../06130011.pdf diakses pada Selasa 09-februari-2016.

⁷⁰Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, h. 1257.

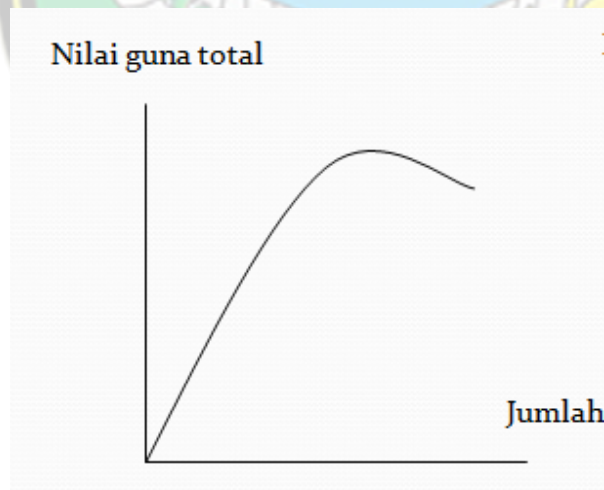
didapatkan oleh seseorang sepanjang barang dan jasa yang dikonsumsi sesuai dengan preferensi yang ada. Tingkat *utility* yang diterima konsumen atas barang dan jasa yang berbeda, akan mengalami perbedaan. Namun sampai saat ini, *utility* tetap digunakan sebagai standar untuk mengukur nilai kepuasan. Misalnya, secangkir teh bernilai *utility* 10, secangkir kopi nilainya 8, secangkir susu 20, dan sebagainya.

Utility atau biasa disebut dalam ekonomi konvensional yaitu Nilai Guna merupakan kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengonsumsi barang-barang. Dalam membahas mengenai nilai guna perlu dibedakan diantara dua pengertian yaitu nilai guna dan nilai guna marginal.

3.2.1.1 Nilai guna Total dan Nilai guna *Marginal*

3.2.1.1.1 Nilai guna Total

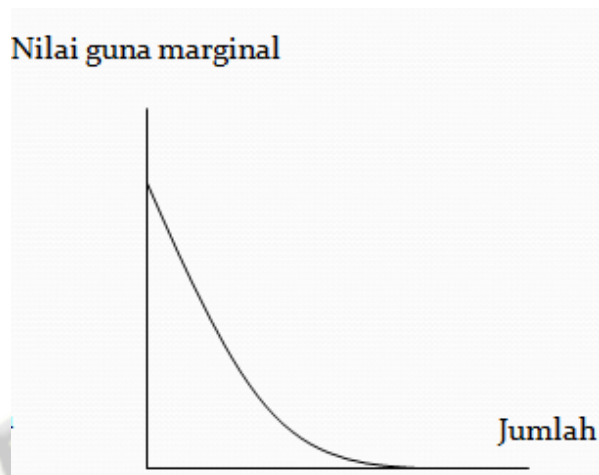
Nilai guna total mengandung arti jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi sejumlah barang tertentu.



Gambar 3.2 Nilai guna total

3.2.1.1.2 Nilai guna *Marginal*

Nilai guna total mengandung arti jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna marginal berarti pertambahan (atau pengurangan) kepuasan sebagai akibat dan pertambahan (atau pengurangan) penggunaan satu unit barang tertentu.⁷¹



Gambar 3.3 Nilai guna *Marginal*

Dalam pembahasan utilitas marginal, kita mengenal adanya hukum utilitas marginal yang semakin menurun (*law of diminishing marginal utility*). Hukum ini memainkan peranan penting dalam teori keputusan konsumen. Hukum nilai guna marginal yang semakin menurun, menyatakan bahwa “Tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengonsumsi suatu barang akan menjadi semakin sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut”.⁷² Dengan demikian apabila seorang konsumen menambah konsumsi suatu barang atau jasa, maka utilitas marginal yang diperoleh konsumen karena mengonsumsi barang atau jasa tersebut mula-mula meningkat, namun lambat laun akan menurun setelah mencapai titik tertentu.

⁷¹Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Ed III, (Cet 20, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2004), hal 152.

⁷²Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Ed III, hal 152.

Pada akhirnya tambahan nilai guna akan menjadi negatif yaitu apabila konsumsi ke atas barang tersebut ditambah satu unit lagi, maka nilai guna total akan menjadi semakin sedikit. Hal tersebut menjelaskan bahwa pertambahan terus menerus dalam mengonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang mengkonsumsinya. Pada permulaannya setiap tambahan konsumsi akan mempertinggi tingkat kepuasan orang tersebut.

Misalnya, apabila seseorang yang berbuka atau baru selesai berolahraga memperoleh sejumlah kepuasan daripadanya, dan jumlah kepuasan itu akan menjadi bertambah tinggi apabila ia dapat meminum segelas air lagi. Kepuasan tidak terus berlangsung, katakanlah pada gelas kelima orang yang berpuasa tau olahragawan itu merasa bahwa yang diminumnya sudah cukup banyak dan sudah memuaskan dahaganya. Kalau ditawarkan gelas keenam dia akan menolak, karena dia merasa lebih puas meminum lima gelas air daripada enam gelas. Ini bermakna pada gelas keenam tambahan nilai guna adalah negatif, dan nilai guna total daripada meminum enam gelas adalah lebih rendah dari nilai guna yang diperoleh dari meminum lima gelas.

3.2.1.1.3 Rasionalitas dalam mengambil Keputusan (terkait *Utility*)

Dalam teori ekonomi, setiap orang akan berusaha untuk memaksimumkan kepuasan yang dapat dinikmatinya, artinya, setiap orang akan berusaha untuk memaksimumkan nilai guna dari barang-barang yang dikonsumsinya. Sedangkan tujuan konsumen adalah memaksimalkan utilitas dengan batasan yaitu berupa besaran dana yang tersedia (*budget line*).

Dalam dunia tanpa kelangkaan, utilitas akan dimaksimalkan dengan cara mengonsumsi barang hingga utilitas marginal unit barang terakhir adalah nol. Selain itu, setiap keputusan yang diambil oleh individu ini harus menuju pada

pengkuantifikasian keputusan akhir dalam satuan unit moneter. Pengkuantifikasian ini akan membawa pada perhitungan dan bertendensi untuk memaksimalkan tujuan dari setiap aktivitas, dimana sesuatu hal yang lebih baik lebih disukai dari pada yang kurang baik. Demikian pula, pilihan seseorang dapat dikatakan rasional jika pilihan ini secara keseluruhan bisa dijelaskan oleh syarat-syarat hubungan konsisten pilihan yang lebih disukai dengan definisi penampakan pilihan yang lebih disukai. Yaitu jika seluruh pilihan ini bisa dijelaskan ketika memilih yang alternatif yang lebih disukai dengan berdasarkan hubungan postulat pilihan yang lebih disukai.

Seseorang yang rasional, akan memiliki tipe dua rasionalitas berikut atau terdapat dua tipe rasionalitas yang berlaku pada tingkat individu. Dua tipe rasionalitas ini yaitu:

3.2.1.1.3.1 Rasionalitas Kepentingan Pribadi (*Self-Interest Rationality*)

Menurut Edgeworth, setiap pelaku ekonomi hanya digerakkan oleh kepentingan pribadi (*self interest*) seorang individu. Namun salah satu hal yang ingin dicapai oleh teori kepuasan modern saat ini ialah upaya pembebasan ilmu ekonomi dari prinsip pertama yang sangat meragukan dan tidak jelas ini. Pengertian kepentingan pribadi disini tidak harus selalu diartikan dengan penumpukan kekayaan dan harta oleh seseorang. Dimana kepentingan pribadi yang diasumsikan disini adalah setiap individu akan selalu berupaya mengejar berbagai tujuan dalam hidup ini, dan tidak hanya memperbanyak kekayaan secara moneter. Tujuan tersebut bisa saja berupa prestise, cinta dan aktualisasi diri. Serta dapat pula dipertimbangkan disini adalah pencapaian individu untuk menjadi lebih baik dengan membuat lingkungan sekelilingnya menjadi lebih baik pula pada saat yang sama.

3.2.1.1.3.2 Rasionalitas Berdasarkan Tujuan yang Ingin Dicapai Saat ini (*Present Aim Rationality*)

Teori kepuasan modern yang aksiomatis tidak berasumsi bahwa manusia bersikap mementingkan dirinya sendiri. Teori ini hanya berasumsi bahwa manusia selalu menyesuaikan preferensinya sepanjang waktu dengan sejumlah prinsip. Maksudnya adalah preferensi yang diambil haruslah konsisten. Penyesuaian terhadap prinsip ini tanpa harus menjadi hanya mementingkan diri sendiri (*self interest*). Sehingga setiap waktu mungkin preferensi individu tersebut dapat berubah sesuai dengan kebutuhan yang ingin dicapainya⁷³

Sebagai contoh: seorang eksekutif muda dimana pada waktu mungkin membutuhkan notebook untuk mempermudah tugasnya, namun pada waktu yang berbeda mungkin individu tersebut membutuhkan smartphone dalam mempermudah aktivitas komunikasinya. Rasionalitas tersebut mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut:

3.2.1.1.3.2.1 Kelengkapan (*Completeness*)

Prinsip ini mengatakan bahwa setiap individu selalu dapat menentukan keadaan mana yang lebih disukainya diantara dua keadaan. Bila A dan B merupakan dua keadaan yang berbeda, maka individu selalu dapat menentukan secara tepat satu di antara kemungkinan berikut:

A lebih disukai daripada B

B lebih disukai daripada A

A dan B sama-sama disukai

A dan B sama-sama tidak disukai

3.2.1.1.3.2.2 Transitivitas (*Transitivity*) masalah utility

⁷³M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 68-69

Prinsip ini menerangkan mengenai konsistensi seseorang dalam menentukan dan memutuskan pilihannya bila dihadapkan oleh beberapa alternatif pilihan produk. Dimana jika seorang individu mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk B” dan “produk B lebih disukai daripada C”, maka ia pasti akan mengatakan bahwa “produk A lebih disukai daripada produk C”. Prinsip ini sebenarnya untuk memastikan adanya konsistensi internal di dalam diri individu dalam hal pengambilan keputusan.

3.2.1.1.3.2.3 Kesenambungan (*Continuity*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jika seorang individu mengatakan “produk A lebih disukai daripada produk B”, maka setiap keadaan yang mendekati produk A pasti juga akan lebih disukai daripada produk B.

3.2.1.1.3.2.4 Lebih Banyak Selalu Lebih Baik (*The More is Always the Better*)

Prinsip ini menjelaskan bahwa jumlah kepuasan akan meningkat jika individu mengonsumsi lebih banyak barang atau produk tersebut. Hal ini bisa dijelaskan dengan kurva kepuasan konsumen dalam ilmu ekonomi hal ini dijelaskan dengan kurva indeferen (*indifference curve*) yang semakin meningkat akan memberikan kepuasan yang lebih baik. Sehingga konsumen cenderung akan selalu menambah konsumsinya demi kepuasan yang akan didapat. Meskipun dalam peningkatan kurva *indifference* ini akan dibatasi oleh keterbatasan anggaran (*budget constraint*).⁷⁴

3.2.2 Teori Tingkah Laku Konsumen

Teori tingkah laku konsumen merupakan salah satu bentuk analisis dalam mengetahui alasan para pembeli atau konsumen untuk membeli lebih banyak barang pada harga yang lebih rendah dan mengurangi pembeliannya pada harga

⁷⁴M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 70-72.

yang tinggi, dan bagaimana seorang konsumen menentukan jumlah dan komposisi dari barang yang akan dibeli dari pendapatan yang diperolehnya.

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan, pendekatan nilai guna (*utility*) kardinal dan pendekatan nilai guna ordinal. Dalam pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Berdasarkan kepada pemisalan ini, dan dengan anggapan bahwa konsumen akan memaksimalkan kepuasan yang dapat dicapainya, diterangkan bagaimana seseorang akan menentukan konsumsinya ke atas berbagai jenis barang yang terdapat di pasar. Dalam pendekatan nilai guna ordinal, manfaat atau kenikmatan yang diperoleh masyarakat dari mengonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasikan. Tingkah laku seorang konsumen untuk memilih barang-barang yang akan memaksimalkan kepuasannya ditunjukkan dengan bantuan kurva kepuasan sama, yaitu kurva yang menggambarkan gabungan barang yang akan memberikan nilai guna (kepuasan) yang sama.⁷⁵

3.2.2.1 Pendekatan Nilai guna (*Utility*) Kardinal

Pendekatan utilitas kardinal, dianggap bahwa manfaat atau kepuasan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif dan dapat dihitung nilai gunanya. Berdasarkan anggapan bahwa konsumen akan memaksimalkan kepuasan yang akan dicapainya, akan diketahui bagaimana seorang konsumen akan memaksimalkan kepuasannya dengan memilih komoditas yang tersedia di pasar.

Dalam teori nilai guna dikenal dengan nilai guna total dan nilai guna marginal, yang dimana nilai guna total berkenaan dengan jumlah seluruh

⁷⁵Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Ed III, hal 151- 152.

kepuasan yang diperoleh dari mengonsumsi sejumlah barang atau komoditas tertentu, sedangkan nilai guna marginal adalah penambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dari penambahan atau pengurangan penggunaan satu unit komoditas tertentu. Berkaitan dengan fenomena ini dalam teori nilai guna dikenal dengan hukum *diminishing marginal utility*, yaitu penambahan satu unit komoditas yang dikonsumsi.

3.2.2.1.1 Asumsi-asumsi pendekatan *utility*⁷⁶:

3.2.2.1.1.1 Konsumen rasional. Konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasan dengan batasan pendapatannya.

3.2.2.1.1.2 Tingkat *utility* total yang dicapai seorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsinya, atau *additive*, dan *independent*:

3.2.2.1.1.3 Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dengan tunduk kepada kendala anggaran.

3.2.2.1.1.4 *Utility* dapat diukur secara kardinal.

3.2.2.1.1.5 *Marginal utility* (MU) dari setiap unit tambahan barang yang dikonsumsi akan menurun (*diminishing marginal utility*). MU adalah perubahan TU yang disebabkan oleh tambahan satu unit barang yang dikonsumsi, *ceteris paribus* (faktor lain dianggap tetap).

3.2.2.1.1.6 Pendapatan konsumen tetap.

3.2.2.1.1.7 *Constant marginal utility of money*, artinya uang mempunyai nilai subjektif yang tetap.

Sebagai ilustrasi perhatikan tabel 3.4 terlihat bahwa TU akan meningkat apabila semakin banyak barang yang dibeli, namun pada satu saat yaitu pada unit

⁷⁶H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*, h. 38.

ke-6 mencapai puncak, demikian pula MU semakin lama semakin kecil seiring dengan apabila jumlah barang X dikonsumsi secara terus menerus, sehingga pada saat TU mencapai maksimum, MU sama dengan nol.⁷⁷

Tabel 3.4 Total *Utility*

Jumlah barang X yang dikonsumsi	Total <i>Utility</i>	Marginal <i>Utility</i>
(Q)	(TU)	(MU)
0	-	
1	30.0	30.0
2	52.5	22.5
3	67.5	15.0
Jumlah barang X yang dikonsumsi	Total <i>Utility</i>	Marginal <i>Utility</i>
4	75.0	7.5
5	79.5	4.5
6	82.5	3.0
7	82.5	0.0
8	81.0	-1.5

Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai TU terus bertambah hingga kuantitas ke-6, sedangkan MU bertambah dengan pola menurun, hingga unit ke-7 nilai MU mencapai 0 yang berarti TU telah maksimal. Posisi ini dikenal dengan titik jenuh (saturation point), yaitu pada tingkat TU= 82,5 unit pada unit ke-6 dan ke-7. Bila konsumsi terhadap barang X ditambah satu lagi menjadi ke-8, TU dalam mengonsumsi barang X menurun menjadi 81 dan MU menjadi negatif (-1.5).⁷⁸

⁷⁷H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*, h. 38-39.

⁷⁸H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*, hal 39.

Dengan demikian tidak semua nilai guna suatu komoditas dapat diukur secara pasti. Jadi dengan demikian metode pendekatan kardinal ini tidak umum digunakan dalam teori kehidupan ekonomi modern tetapi prinsip marginal *utility* yang menurun tetap berlaku hingga kini.

3.2.2.2 Pendekatan Nilai guna (*Utility*) Ordinal

Pendekatan kurva indeferens menggunakan konsep ordinal *utility* dimana tingkat *utility* diukur melalui order atau *ranking*, tetapi tidak disebutkan *utility* secara pasti. Tingkat-tingkat *utility* yang ditetapkan pada beberapa kelompok barang menunjukkan peringkat dari barang-barang tersebut. Dalam hal ini misalnya, mengkonsumsi empat komoditas, tetapi berapa nilai kepuasannya tidak dapat diketahui dengan pasti.

Pada umumnya konsumen tidak hanya mengonsumsi satu komoditas, tetapi kombinasi komoditas. Misalkan saja masyarakat mengonsumsi dua komoditas, yaitu barang X dan barang Y. Konsumen secara rasional ingin membeli sebanyak mungkin barang X dan Y, tetapi mereka dihadapkan pada kendala keterbatasan dana. Karena itu konsumen dapat mengubah-ubah kombinasi barang X dan Y yang sedemikian rupa sehingga jika salah satu diperbanyak jumlahnya maka yang lain pasti dikurangi agar *utility* yang diperoleh tetap sama.⁷⁹

Fenomena ini dinyatakan dengan kurva kepuasan sama atau *kurva indeferens* (IC), yaitu kurva menggambarkan tingkat *utility* yang sama untuk berbagai kombinasi komoditas. Artinya: setiap kombinasi penggunaan dua atau lebih jenis barang yang akan dikonsumsi mempunyai tingkat kepuasan yang tidak

⁷⁹H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*, hal 41-42.

berbeda. Tingkat-tingkat kepuasan yang ditetapkan pada beberapa kelompok barang menunjukkan peringkat dari barang tersebut.

Untuk menggambarkan kurva kepuasan sama perlu dimisalkan bahwa seseorang konsumen hanya akan membeli dan mengonsumsi dua macam barang saja. Dalam contoh yang akan digunakan kedua barang tersebut adalah makanan dan pakaian. Pemisalan-pemisalan lain adalah cita rasa masyarakat tidak berubah dan konsumen bebas untuk menentukan kombinasi barang makanan dan pakaian yang diinginkannya.⁸⁰

Tabel 3.5 Gabungan Makanan dan Pakaian yang Memberi Kepuasan Sama

Gabungan barang	Makanan	Pakaian	Tingkat penggantian marginal antara makanan dan pakaian
A	10	2	$3/1 = 3,0$
B	7	3	$2/1 = 2,0$
C	5	4	$1/1 = 1,0$
D	4	5	$1,2/2 = 0,6$
E	2,8	7	$0,83/3 = 0,27$
F	2	10	

Dalam tabel 3.5 ditunjukkan enam gabungan makanan dan pakaian akan memberikan kepuasan yang sama besarnya kepada seseorang konsumen. Apakah gabungan A atau B atau C atau D atau E atau F yang akan dikonsumsi, untuk konsumen tersebut kepuasan yang diperolehnya tidak berbeda. Gabungan manapun akan memberikan kepuasan yang sama besarnya. Artinya, kalau konsumen itu mengonsumsi sebanyak 10 makanan dan 2 pakaian (gabungan A) maka kepuasan yang diperoleh dari melakukan konsumsi tersebut tidak berbeda dengan apabila ia mengonsumsi 7 makanan dan 3 pakaian (gabungan B), atau 5

⁸⁰Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Ed III, hal 165.

makanan dan \$ pakaian (gabungan C) atau gabungan makanan dan pakaian lainnya yang terdapat pada tabel 3.5.

Oleh karena gabungan barang seperti yang ditunjukkan oleh keadaan A,B, C, D, E, dan F masing-masing memberikan kepuasan yang sama besarnya maka dikatakanlah konsumen itu bersikap “*indifference*” yaitu bersikap tak acuh dalam membuat pilihan tersebut.

Berdasarkan 3.5 gabungan-gabungan A, B, C, D, E, dan F yang ditunjukkan tabel selanjutnya akan dibuat gambar 1.6 dibuat titik-titik yang menggambarkan gabungan-gabungan tersebut. Kalau titik A, B, C, D, E, dan F dihubungkan akan diperoleh kurva kepuasan sama. Dengan demikian kurva kepuasan sama dapat didefinisikan sebagai suatu kurva yang menggambarkan gabungan barang-barang yang akan memberikan kepuasan yang sama besarnya.⁸¹

3.2.3 Preferensi Konsumen

Preferensi⁸² merupakan hak untuk didahulukan dan diutamakan daripada yang lain atau yang diprioritaskan dan atau pilihan, kecenderungan atas barang atau suatu hal yang disukai. Bagaimana seorang konsumen dengan keterbatasan pendapatan yang dimiliki mampu menentukan produk atau jasa yang akan dibelinya? Ini adalah isu mendasar dalam mikroekonomi. Kita akan melihat bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatannya untuk membelanjakan atas produk dan menjelaskan keputusan alokasi ini dalam menentukan permintaan atas produk jasa yang diinginkan.

⁸¹Sandono Sukirno, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Ed III, hal 165-166.

⁸²Preferensi (hak untuk) didahulukan dan diutamakan daripada yang lain, prioritas, pilihan, kecenderungan, kesukaan. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h 894.

3.2.3.1 Preferensi konsumen salah satu bagian dari perilaku konsumen yang dimana perilaku ini dapat dipahami dalam tiga tahapan:

3.2.3.1.1 Preferensi konsumen

Ini adalah langkah pertama untuk menjelaskan alasan seseorang yang lebih suka suatu jenis produk daripada jenis produk yang lain

3.2.3.1.2 Garis anggaran

Konsumen juga akan mempertimbangkan faktor harga dan akan memutuskannya sesuai dengan pendapatan yang dimilikinya. Apa yang harus dilakukan konsumen dalam situasi ini, jawabannya akan ditemukan dengan menggabungkan preferensi konsumen dan garis anggaran dalam langkah ketiga.

Pilihan konsumen. Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman terhadap pilihan konsumen akan membantu dalam memahami permintaan.⁸³

3.2.3.1.3 Pilihan Konsumen

Dengan mengetahui preferensi dan keterbatasan pendapatan yang dimiliki, konsumen memilih untuk membeli kombinasi barang-barang yang memaksimalkan kepuasan mereka. Kombinasi ini akan bergantung pada harga berbagai barang tersebut. Jadi, pemahaman terhadap pilihan konsumen akan membantu dalam memahami permintaan.⁸⁴

Dalam preferensi konsumen, untuk membangun suatu teori perilaku konsumen dalam kaitannya dengan perilaku konsumen untuk memaksimalkan

⁸³M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 109-110.

⁸⁴M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 109-110.

kepuasan digunakan empat prinsip rasional, yang dimana keempat hal ini telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya, yaitu: Kelengkapan (*Completeness*), Transitivitas (*Transitivity*), Kesenambungan (*Conyinuity*), Lebih Banyak Lebih Baik (*The More Is The Better*).

Dengan adanya keempat hal tersebut akan sangat membantu seseorang dalam menentukan preferensinya. Yang dimana setiap orang terhadap suatu objek, barang, jasa, atau komoditas tertentu mempunyai persepsi⁸⁵ atau pandangan yang berbeda-beda. Oleh karena itu persepsi memiliki sifat subjektif, persepsi dibentuk oleh seseorang dipengaruhi oleh pikiran dan lingkungan sekitarnya.

Selanjutnya mengenai garis anggaran, keinginan untk memaksimalkan tingkat kepuasan memiliki batasan yaitu berapa besaran dana yang tersedia untuk membeli kedua jenis barang tersebut. Dalam ilmu ekonomi, hal ini disebut dengan garis anggaran (*Budget Line*).

Garis anggaran adalah kurva yang menunjukkan kombinasi konsumsi dua macam barang yang membutuhkan biaya (anggaran) yang sama besar. Selanjutnya bagaimana pengaruh lainnya dalam suatu permintaan konsumen akan suatu barang, faktor ini adalah:

3.2.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Konsumen

3.2.3.2.1 Perubahan Tingkat Pendapatan

Bagaimanakah pengaruh perubahan pendapatan konsumen terhadap tingkat permintaanya, katakanlah pendapatan riil konsumen meningkat. Kenaikan pendapatan riil konsumen dicerminkan oleh kenaikan M bila harga-harga barang

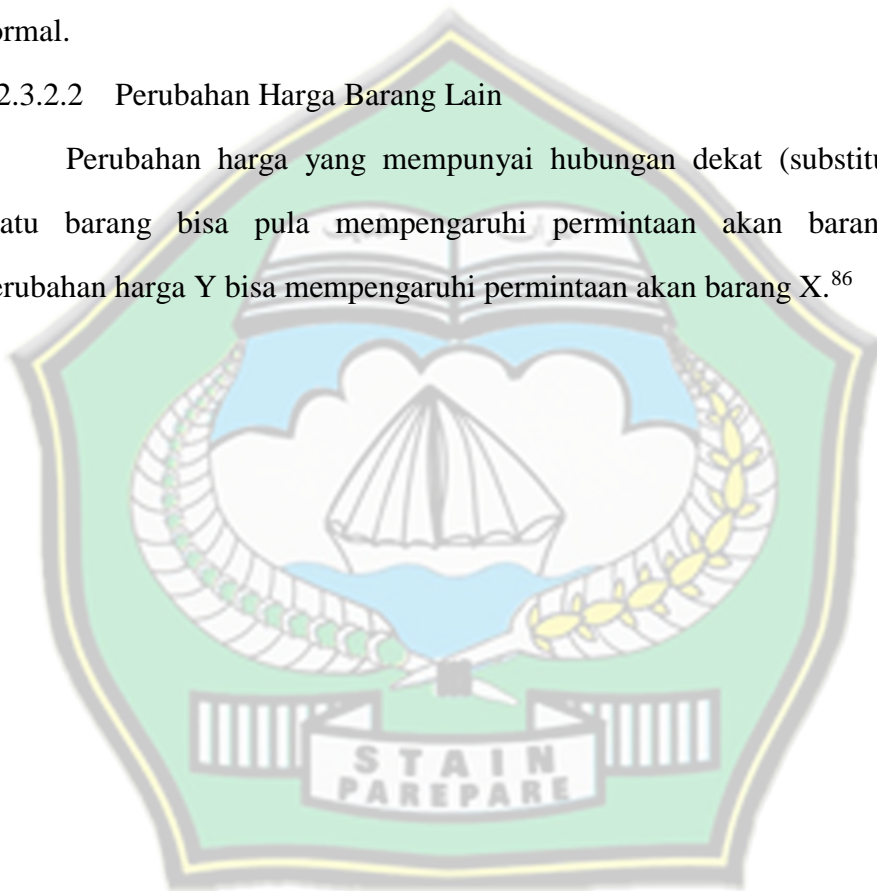
⁸⁵Persepsi merupakan suatu proses yang timbul akibat adanya sensasi dimana pengertian sensasi adalah aktivitas merasakan atau penyebab keadaan emosi yang menggembirakan, atau dapat dikatakan juga sebagai tanggapan yang cepat dari indera penerima kita. Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2015) hal 92.

dianggap tetap, biasanya akan mampu menaikkan permintaan konsumen. Keadaan seperti ini berlaku bagi barang-barang pada umumnya atau barang normal.

Pengecualian akan terjadi untuk barang-barang inferior, dimana kenaikan pendapatan riil menurunkan permintaan akan barang tersebut. Barang inferior tidak banyak jumlahnya kebanyakan barang yang dikonsumsi adalah barang normal.

3.2.3.2.2 Perubahan Harga Barang Lain

Perubahan harga yang mempunyai hubungan dekat (substitusi) dengan suatu barang bisa pula mempengaruhi permintaan akan barang tersebut. Perubahan harga Y bisa mempengaruhi permintaan akan barang X.⁸⁶



⁸⁶M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 117-118.

BAB IV

PERSAMAAN DAN PERBEDAAN TEORI KONSUMSI EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL

4.1 Perbedaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

Ekonomi dalam kajian keilmuan dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu ekonomi mikro dan ekonomi makro. Ekonomi mikro mempelajari bagaimana perilaku tiap-tiap individu dalam setiap unit ekonomi yang dapat berperan sebagai konsumen, pekerja, investor, dan lain-lain. Salah satu unit ekonomi yang dalam pembahasan kali ini yaitu konsumsi, yang akan menjadi perbandingan antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

Pembahasan ekonomi mikro Islam sangatlah berbeda dengan ekonomi konvensional, faktor moral atau norma yang terangkum dalam tatanan syariah akan ikut menjadi variabel yang penting dan perlu dijadikan sebagai alat analisis. Serta segala yang dilakukan oleh setiap manusia dalam memenuhi kebutuhannya bertujuan memperoleh falah (kedamaian dan kesejahteraan)

Konsumsi ekonomi Islam bersumber dari dalil-dalil, nash al-Qur'an, dan hadist. Sistem ekonomi Islam digali dari pemikiran filosofis atas ayat –ayat al-Qur'an dan hadist⁸⁷. Konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk mendapat masalah (kesejahteraan atau manfaat) dalam setiap apa yang dikonsumsi, untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang dimana kebutuhan tersebut untuk dunia dan akhirat, seorang muslim akan mengonsumsi tidak hanya untuk kebutuhan sehari-hari agar bernilai ibadah disisi Allah, sehingga terjadi keseimbangan antara dunia dan akhiratnya kelak hal ini bertujuan untuk

⁸⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 119.

melindungi agama (*Al-dien*), hidup atau jiwa (*nafs*), keluarga atau keturunan (*nasl*), harta atau kekayaan (*maal*), intelek atau akal (*aql*).⁸⁸

Dalam konsumsi ekonomi Islam mempunyai prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas, kemudian dalam mengonsumsi suatu barang juga harus memperhatikan tingkat kepuasan tetapi dalam hal ini yaitu barang yang dikonsumsi tidak haram dengan kata lain harus memperhatikan halal-haram, tidak berlebih-lebihan dalam mengonsumsinya, serta didasari dengan niat untuk mendapat ridho Allah.

Pembahasan mengenai ekonomi mikro konvensional didasarkan pada perilaku individu-individu yang secara nyata terjadi di setiap unit ekonomi, karena tidak adanya batasan syariah yang digunakan, maka perilaku dari setiap individu dalam unit ekonomi tersebut akan bertindak dan berperilaku sesuai dengan norma dan aturan menurut persepsinya masing-masing. Oleh karena itu, ekonomi mikro konvensional memandang bahwa tatanan norma tertentu dalam pembahasan perilaku dalam memenuhi kebutuhannya ekonominya menjadi tidak relevan, hal ini juga dikarenakan pemikirannya lebih didominasi oleh dua kekuatan paham dunia yaitu kapitalis dan sosialis. Sistem ekonomi ini berlandaskan pada suatu konsep eksploitasi alam, tanpa melihat keseimbangan alam serta kondisi sosio-kultural dimasyarakat, hal ini cenderung bebas nilai, artinya bentuk aktifitas apapun dapat dilakukan sepanjang menghasilkan keuntungan yang besar. Ia memberikan kepada setiap individu hak memiliki apa saja sesukanya dari barang-barang yang produktif maupun yang konsumtif, tanpa ikatan apapun atas

⁸⁸ Adiwarmarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, h 62.

kemerdekaannya dalam memiliki, membelanjakan, maupun megeksplorasi kekayaannya.⁸⁹

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya semata. *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu atau menguntungkan. Kemudian dalam prinsipnya konsumsi dalam ekonomi konvensional juga menggunakan prinsip rasionalitas yaitu Kelengkapan (*Completeness*), Transitivitas (*Transitivity*), Kesenambungan (*Continuity*), Lebih Banyak Lebih Baik (*The More Is The Better*).⁹⁰ Selanjutnya dalam konsumsi konvensional juga memiliki kecenderungan untuk lebih mementingkan sesuatu sesuai dengan yang ia sukai, hal ini seolah-olah apabila seseorang menginginkan sesuatu ia akan lebih memilih yang ia sukai dari pada yang ia butuhkan, sehingga apabila hal ini ia penuhi akan memberikan kepuasan tersendiri baginya kemudian ia mengonsumsinya secara terus-menerus dalam waktu yang lama akan mengurangi nilai kepuasan terhadap barang tersebut inilah yang disebut dengan hukum utilitas marginal yang semakin menurun (*low of diminishing marginal utility*).

⁸⁹ Ahmad Muhammad Al-Assal dan Fathi Ahmad Abdul karim, *Sistem, Prinsip, dan Tujuan Ekonomi Islam*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 1999) hal 40.

⁹⁰ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, hal 70-72.

Untuk lebih jelasnya perhatikan tabel dibawah ini

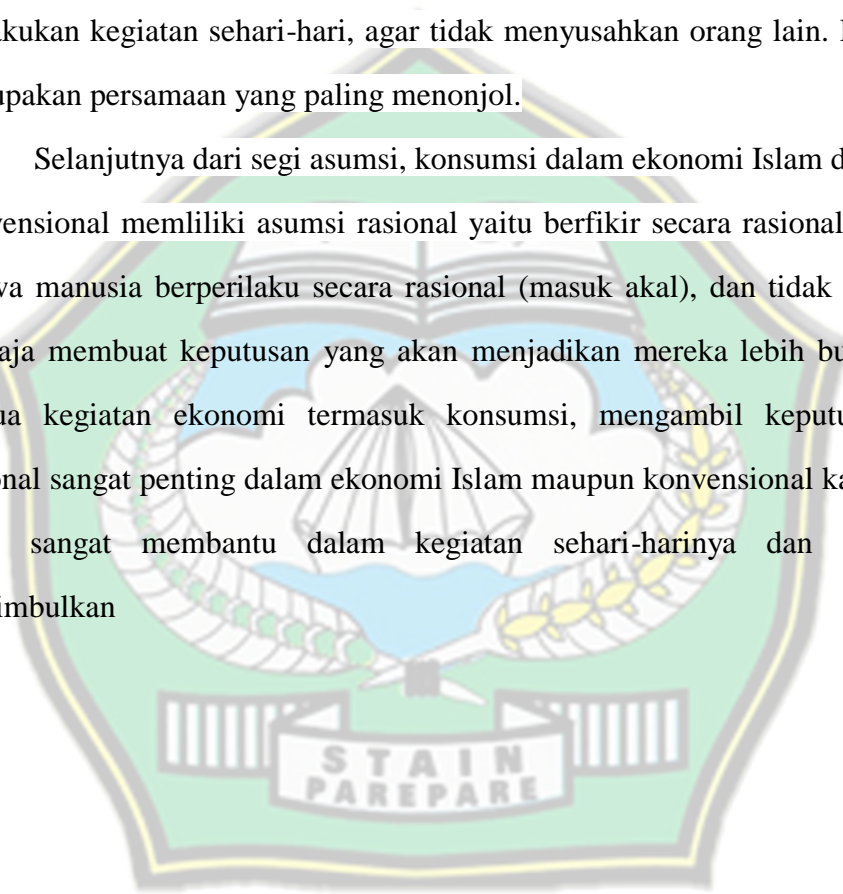
Perbedaan antara teori ekonomi Islam dan teori ekonomi konvensional	
Konsumsi Ekonomi Islam	Konsumsi Ekonomi Konvensional
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersumber dari dalil-dalil, nash al-Qur'an dan hadist 2. Bertujuan untuk mendapat masalah (kesejahteraan atau manfaat), Masalah lebih diutamakan dalam melakukan segala aktivitas konsumsi. 3. Mempunyai prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, serta moralitas. 4. Tingkat kepuasan berdasarkan hal berikut: barang yang dikonsumsi tidak haram dengan kata lain harus memperhatikan halal-haram, tidak berlebih-lebihan dalam mengonsumsinya, serta didasari dengan niat untuk mendapat rida Allah. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bersumber pada perilaku individu-individu yang secara nyata terjadi di setiap unit ekonomi, serta dikarenakan pemikirannya lebih didominasi oleh dua kekuatan paham dunia yaitu kapitalis dan sosialis. 2. Cenderung bebas nilai, artinya bentuk aktifitas apapun dapat dilakukan sepanjang menghasilkan keuntungan yang besar. 3. Bertujuan untuk memperoleh kepuasan (<i>utility</i>) dalam kegiatan konsumsinya semata. 4. Menggunakan prinsip rasionalitas yaitu Kelengkapan (<i>Completeness</i>), Transitivitas (<i>Transitivity</i>), Kesenambungan (<i>Continuity</i>), Lebih Banyak Lebih Baik (<i>The More Is The Better</i>).

4.2 Persamaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

Manusia banyak melakukan kegiatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manusia adalah kegiatan ekonomi dan salah satu kegiatan ekonomi tersebut adalah konsumsi. Hampir semua manusia dewasa melakukan kegiatan ekonomi, terutama karena manusia perlu untuk memenuhi kebutuhan fisiknya, yang dalam konteks lebih luas adalah untuk memenuhi kebutuhan akan kondisi sejahtera. Pelaku-pelaku kegiatan ekonomi dibedakan menjadi tiga golongan, yaitu rumah tangga, perusahaan, dan pemerintah.

Ekonomi terbagi dua yaitu ekonomi Islam dan ekonomi konvensional, yang memiliki perbedaan yang sangat besar dan mencolok. Dan memang sangat berbeda satu sama lainnya, terkait dengan persamaan antara konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional secara umum persamaan tujuan konsumsi yaitu untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari agar dapat bertahan hidup, serta dapat melakukan kegiatan sehari-hari, agar tidak menyusahkan orang lain. Hal tersebut merupakan persamaan yang paling menonjol.

Selanjutnya dari segi asumsi, konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional memiliki asumsi rasional yaitu berfikir secara rasional, anggapan bahwa manusia berperilaku secara rasional (masuk akal), dan tidak akan secara sengaja membuat keputusan yang akan menjadikan mereka lebih buruk. Dalam semua kegiatan ekonomi termasuk konsumsi, mengambil keputusan secara rasional sangat penting dalam ekonomi Islam maupun konvensional karena hal ini akan sangat membantu dalam kegiatan sehari-harinya dan tidak akan menimbulkan penyesalan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

- 5.1.1 Teori konsumsi menurut ekonomi Islam yaitu mengonsumsi sesuatu sesuai dengan kebutuhan serta niat untuk meningkatkan stamina dalam ketaatan pengabdian kepada Allah akan menjadikan konsumsi itu bernilai ibadah yang dengannya manusia mendapatkan pahala. Konsumsi dalam ekonomi konvensional yaitu suatu kegiatan menggunakan barang atau mengurangi nilai guna suatu barang dengan tingkat kepuasan yang sangat tinggi, dan lebih mendahulukan keinginan atau kesukaannya dari apa yang ia butuhkan.
- 5.1.2 Masalah merupakan sebuah konsep yang mencakup semua urusan manusia, yang dapat memberikan manfaat baik di dunia maupun di akhirat dengan cara yang telah diridhoi oleh Allah Swt, sehingga terwujudnya kebaikan bersama. Selanjutnya *utility* merupakan segala bentuk urusan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan kepuasan untuk dirinya sendiri tanpa mementingkan kebutuhan orang lain.
- 5.1.3 Persamaan yang terdapat antara teori konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional yaitu dari tujuan konsumsi secara umum untuk memenuhi kehidupan sehari-hari dengan kata lain bertahan hidup. Sedangkan perbedaannya adalah dari segi sumbernya, nilai-nilai yang terkandung didalamnya yang bertentangan, serta mempunyai prinsip rasionalitas yang berbeda pula. Dalam ekonomi konvensional mengonsumsi sesuatu lebih banyak akan memberikan kepuasan yang tinggi sedangkan dalam ekonomi Islam kepuasan bukanlah yang utama.

5.2 Saran

Konsumsi merupakan suatu kegiatan yang sangat penting serta hal yang memang harus dilakukan setiap hari, agar dalam kegiatan konsumsi tersebut lebih bermanfaat dan berkualitas, maka perlu kiranya penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Sebelum melakukan kegiatan konsumsi seseorang perlu memikirkan hal-hal yang akan terjadi apabila barang yang akan dikonsumsi tersebut akan bermanfaat untuk kesehatan, keluarga, jiwa, dan akalnyanya atau tidak akan memberi manfaat sama sekali.
- 5.2.2 Dalam mengonsumsi barang atau jasa atau suatu komoditas perlu memperhatikan bahan-bahan yang digunakan apakah barang tersebut halal atau tidak untuk konsumen muslim.
- 5.2.3 Memperhatikan dana yang diakan di keluarkan (pengeluaran), sehingga tidak lebih banyak pengeluaran dari pada pemasukan.
- 5.2.4 Lebih mementingkan apa yang dibutuhkan daripada apa yang diinginkan karena sesuatu yang dibutuhkan akan sangat lebih baik dari pada yang diinginkan. Hal yang diinginkan hanya bersifat sementara, dan ketika telah bosan akan ditinggalkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia, 2010. *Teori Mikro Ekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*. Jakarta: Kencana.
- Ali, Zainuddin. 2011. *Metode Penelitian Hukum*, Cet; III, Jakarta: Sinar Grafik.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2013. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Cet VII; Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Diana, Ilfi Nur. 2008. *Hadis-hadis Ekonomi*, Cet I; Malang: UIN-Malang Press.
- Karim, Adiwarman A. 2012. *Ekonomi Mikro Islami*, Cet; V, Jakarta: Rajawali Pers.
- Najed, M. Nasri Hamang. 2013. *Ekonomi Islam*, Parepare: LBH Press STAIN Parepare.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. 2003. *Islam Economics and Society*, terj. M. Saiful Anam dan Muhammad Ufuqul Mubin, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*, (Cet I; Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*, Cet II; Jakarta: Kencana.
- Mannan, Muhammad Abdul. 1995. *Islamic Economics. Theory and Practice*, terj. M. Nastangin, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf.
- Prastowo, Andi. 2011. *Memahami metode-metode Penelitian*, Cet; I, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. 2002. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Cet, II; Jakarta: Balai Pustaka.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2012. *Ekonomi Islam*. Cet. IV; Jakarta: Rajawali Pers.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Indonesia Yogyakarta. 2014. *Ekonomi Islam*, Cet VI; Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah*. Cet. I, Jakarta: Lentera Hati.
- Suhendi, Hendi. 2008. *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2012. *Mikro Ekonomi teori Pengantar*, Cet 27; Jakarta: Rajawali Pers.
- Sukirno, Sandono. 2004. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Cet 20. Jakarta: PT. Raja Grafindo.

- Sumar'in. 2013 *Ekonomi Islam Sebuah Pendekatan Ekonomi Mikro Perspektif Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tasman, Aulia dan Havidz Aima. 2014. *Ekonomi Manajerial dengan Pendekatan Matematis*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sumber online atau internet:
- Atif Hidayat, *Sebab Adanya Ilmu Ekonomi*, <https://atifhidayat.wordpress.com/2009/02/11/sebab-adanya-ilmu-ekonomi/> (Diakses pada tanggal 2 Agustus 2016).
- El Misbah, *Al-Maslahah*, <https://elmsbah.wordpress.com/al-maslahah> (Diakses pada tanggal 5-September-2016).
- Haqan. *Utility dalam kerangka kajian konvensional*. digilib.uinsby.ac.id/9557/5/BAB%20II.pdf by A Haqan - Diakses).2011 (2016-April-pada tanggal 4.
- Ikhsan, *Perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dan ekonomi Islam*, <http://ikhsan-blogs.blogspot.co.id/2014/04/perilaku-konsumen-dalam-ekonomi.html> (diakses pada 30-maret-2016).
- Nugraheni, httprepository.unisba.ac.id/bitstream/handle/12345678971106bab2_nugraheni_10090211003_skr_2015.pdf?sequence=6&isAllowed=y (Diakses pada tanggal 2-Februari-2016).
- M. Nur Wahtudi. *Perbedaan Mendasar Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. <https://mnurwahyudi30.wordpress.com/2015/11/02/perbedaan-mendasar-ekonomi-islam-dan-ekonomi-konvensional/1maret2016> (Diakses pada tanggal 01-Maret-2016).
- Merdi Fransisca. *Pengertian Pemasaran*, <http://pakarbisnisonline.blogspot.com/2009/12/makalah-pengertian-pemasaran-dan.html> (Diakses pada tanggal 23-maret-2016).
- Pras. *Teori Kebutuhan Abraham Maslow*, www.praswck.com/teori-kebutuhan-abraham-maslow (Diakses pada 23-maret-2016).
- Syamsul, *Konsep Masalah Dalam Hukum Islam*, <http://syamsuljosh.blogspot.co.id/2012/06/konsep-maslahah-dalam-hukum-islam.html> (Diakses pada tanggal 5-september-2016).
- Universitas Ciputra, *Pengertian Konsumsi Menurut Para Ahli Ekonomi Makro*, <http://www.ciputra-uceo.net/blog/2015/7/13/pengertian-konsumsi-menurut-para-ahli-ekonomi-makro/> (Diakses pada tanggal 23-februari-2016).
- www.lib.uin-malang.ac.id/files/thesis/.../06130011.pdf (diakses pada Selasa 09-februari-2016).

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Raniati Sumagga, lahir di Dusun Abbanuang Desa Lerang Kecamatan Lanrisang Kabupaten Pinrang Sulawesi Selatan pada tanggal 07 Agustus 1995. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dari pasangan Bapak Sumagga dan Ibu Sarwana. Penulis sekarang berdomisili di tanah kelahirannya. Penulis menamatkan pendidikan formalnya hingga SMA/MA sederajat dengan jenjang: Pendidikan Dasar di SDN 70 Lerang Kecamatan Lanrisang lulus pada tahun 2006, SMP/MTs sederajat di DDI Lil-Banat Parepare lulus pada tahun 2009, SMA/MA sederajat di DDI Lil-Banat Parepare lulus pada tahun 2012, dan mulai tahun pelajaran 2012/2013 sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa program Strata 1 (S1) Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare.

