

**KONSEP ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN
EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**



Oleh

**LISDAYANTI
NIM. 12.2200.017**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**KONSEP ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN
EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**



Oleh

**LISDAYANTI
NIM. 12.2200.017**

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

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**KONSEP ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM DAN
EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)**

Skripsi

**Sebagai salah satu syarat untuk mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)**

Disusun dan diajukan oleh

**LISDAYANTI
NIM. 14.2200.017**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

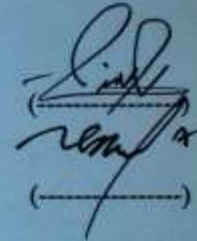
2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Lisdayanti
Judul Skripsi : Konsep Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam
dan Ekonomi Konvensional (Analisis
Perbandingan)
NIM : 14.2200.017
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)
Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare
B.2966/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Disetujui Oleh

Pembimbing Utama : Rusnaena, M. Ag.
NIP : 19680205 200312 2 001
Pembimbing Pendamping : Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag.
NIP : 19730129 200501 1 004



Handwritten signatures of the supervisors, Rusnaena, M. Ag. and Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag., with horizontal lines below them.

Mengetahui:

Plt. Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Official stamp of STAIN Parepare (Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam) and a handwritten signature. Below the stamp, the name and NIP of the Dean are printed: Budiman, M.HI, NIP: 19730627 200312 1 004.

SKRIPSI
KONSEP ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM
DAN EKONOMI KONVENSIONAL
(ANALISIS PERBANDINGAN)

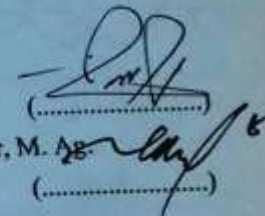
disusun dan diajukan oleh

LISDAYANTI
NIM. 14.2200.017

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
pada tanggal 20 Agustus 2018 dan dinyatakan
telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama	: Rusnaena, M. Ag.
NIP	: 19680205 200312 2 001
Pembimbing Pendamping	: Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag.
NIP	: 19730129 200501 1 004



PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

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

Nama Mahasiswa : Lisdayanti

NIM : 14.2200.017


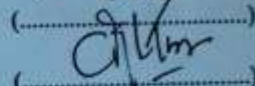
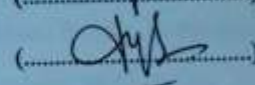

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah)

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare

Tanggal Kelulusan : B.2966/Sti.08/PP.00.01/10/2017
20 Agustus 2018

Disahkan Oleh Komisi Penguji:

Rusnaena, M. Ag.	(Ketua)	
Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag.	(Sekretaris)	
Drs. H. A. M. Anwar Z., M. A., M.Si.	(Anggota)	
Dr. Rahmawati, S. Ag., M.Ag.	(Anggota)	

Mengetahui:
Rektor STAIN Parepare



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

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh. Salam sejahtera untuk kita semua. Alhamdulillah Robbil'alamin. Segala puji bagi Allah swt. Tuhan semesta alam yang telah menciptakan alam semesta beserta isinya. Puji syukur kehadiran Allah swt berkat taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tulisan ini sebagai syarat untuk menyelesaikan gelar “Sarjana Hukum Ekonomi Syariah pada jurusan Syariah dan Ekonomi Islam” di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Tak lupa pula kita kirim salawat serta salam kepada junjungan Nabiullah Muhammad SAW. Nabi yang menjadi panutan bagi kita semua.

Penulis hanturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya kepada keluargaku tercinta yaitu ayahanda Lahu dan Ibunda Marwiah yang merupakan kedua orang tua penulis yang senantiasa memberi semangat, nasihat dan doa demi kesuksesan anak-anaknya ini. Berkat merekalah sehingga penulis tetap bertahan dan berusaha menyelesaikan tugas akademik ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis telah menerima banyak bimbingan dan bantuan dari Ibu Rusnaena, M. Ag. Bapak Dr. Muhammad Kamal Zubair, M. Ag. selaku pembimbing I dan pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan bapak yang telah diberikan selama dalam penulisan skripsi ini, penulis ucapkan banyak-banyak terima kasih.

Penulis sadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, baik yang berbentuk moral maupun material. Maka menjadi kewajiban penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah

suka rela membantu serta mendukung sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan. Penulis dengan penuh kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku Rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola lembaga pendidikan ini demi kemajuan IAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, M.HI, selaku Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak/Ibu Dosen pada Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam yang selama ini telah mendidik penulis hingga dapat menyelesaikan studi yang masing-masing mempunyai kehebatan tersendiri dalam menyampaikan materi perkuliahan. Semoga mereka sehat selalu.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penulisan skripsi ini.
5. Jajaran staf administrasi jurusan Syariah dan Ekonomi Islam serta staf akademik yang telah begitu banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai pengurusan berkas ujian penyelesaian studi.
6. Kepala sekolah, guru, dan staf Sekolah Dasar Negeri (SDN), Sekolah Menengah Pertama Negeri (SMPN), dan Sekolah Menengah Atas Negeri (SMAN) tempat penulis pernah mendapatkan pendidikan dan bimbingan di bangku sekolah.
7. Saudara dan keluarga tercinta terkhusus orang tua yang selalu mendukung, mensupport dan mendoakan penulis.

8. Semua teman-teman penulis senasib dan seperjuangan Prodi Hukum Ekonomi Syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang memberi warna tersendiri pada alur kehidupan penulis selama studi di IAIN Parepare.
9. Teman Posko KPM Tampo tercinta yang selalu mensupport dan mendoakan dalam penyusunan skripsi.
10. Sahabat seperjuangan yang setia menemani dan menyemangati dalam suka duka pembuatan skripsi ini, Sahabat Busriadi, Hernawati, Riska Amaliah, Narli Abdul Rahman, Najlah Mathar, Nasriani, Nursaba, Khacrunisa, Angri Rusmila yang telah setia menemani penulis semoga kita bisa wisuda bareng-bareng dan sukses bersama kedepannya nanti.

Akhirnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini meskipun berbagai hambatan dan ketegangan telah dilewati dengan baik karena selalu ada dukungan dan motivasi yang tak terhingga dari berbagai pihak. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dinilai ibadah di sisi-Nya dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya pada lingkungan Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Parepare. Semoga Allah SWT. selalu melindungi dan meridhoi langkah kita sekarang dan selamanya. Aamiin.

Parepare, 01 Agustus 2018

Penulis



LISDAYANTI

NIM: 14.2200.017

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

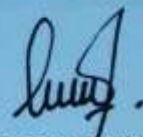
Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lisdayanti
Tempat/Tgl.Lahir : Mallawa, 09 Juli 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 08 Agustus 2018

Penulis



LISDAYANTI

14.2200.017

ABSTRAK

Lisdayanti. *Konsep Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan).* (dibimbing oleh Rusnaena dan Muhammad Kamal Zubair).

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Kebutuhan terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan fungsi manusia ataupun suatu barang. Dewasa ini dengan pengaruh globalisasi masyarakat tidak memperhatikan kegiatan konsumsinya apakah sesuai dengan ketentuan syariat Islam atau tidak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan perbandingan antara ekonomi Islam dan ekonomi kapitalis dalam hal etika perilaku konsumsi.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *library research* (kepastakaan) yaitu dengan mengumpulkan data-data yang benar kenyataannya, menganalisis data, membaca buku referensi terkait dengan konsumsi, mengumpulkan artikel terkait yang berada di internet.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa etika konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional memiliki perbedaan dari segi tujuannya. Ekonomi Islam sangat memperhatikan *mashlahah* dalam melakukan konsumsi agar mendapat keberkahan bukan hanya di dunia tetapi juga keberkahan di akhirat. Ekonomi konvensional lebih mementingkan *utility*, tujuan konsumen yaitu mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang/jasa yang dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan.

Kata kunci: Konsumsi Ekonomi Islam, Konsumsi Ekonomi Konvensional, Mashlahah, Utility.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i	
HALAMAN JUDUL	ii	
HALAMAN PENGAJUAN	iii	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv	
KATA PENGANTAR	v	
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	viii	
ABSTRAK	ix	
DAFTAR ISI	x	
DAFTAR TABEL	xii	
DAFTAR LAMPIRAN	xii	
TRANSLITERASI ARAB	xiii	
BAB I PENDAHULUAN		
1.1 Latar Belakang Masalah	1	
1.2 Rumusan Masalah	6	
1.3 Tujuan Penelitian	6	
1.4 Manfaat Penelitian	6	
1.5 Definisi Istilah	7	
1.6 Tinjauan Hasil Penelitian	8	
1.7 Landasan Teoritis	10	
1.8 Metode Penelitian	25	
BAB II ETIKA PERILAKU KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM		29
2.1 Etika konsumsi dalam Ekonomi Islam	29	
2.2 Konsep Mashlahah Perilaku Konsumen Muslim	43	

BAB III ETIKA PERILAKU KONSUMSI DALAM EKONOMI	
KONVENSIONAL	47
3.1 Etika Perilaku Konsumsi Ekonomi Konvensional	47
3.2 Konsep Utility Perilaku Konsumen Konvensional	53
BAB IV PERBANDINGAN ETIKA KONSUMSI DALAM SISTEM EKONOMI	
ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL	
4.1 Perbedaan Etika Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi	
Konvensional	63
4.2 Persamaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional	69
BAB V PENUTUP	74
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

No	Judul Tabel
1.	Tabel 3.2

DAFTAR LAMPIRAN

NO	Judul Lampiran
1.	Biografi Penulis

TRANSLITERASI ARAB

1. Konsonan

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	b	be
ت	Ta	t	te
ث	Tha	th	te dan ha
ج	Jim	j	je
ح	Ha	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	kh	ka dan ha
د	Dal	d	de
ذ	Dhal	dh	de dan ha
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)

ظ	Za	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	'aim	'	koma terbalik ke atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	qi
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
ه	Ha	h	ha
ء	hamzah	'	apostrof
ي	Ya	y	ye

Hamzah yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau menoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Fathah	a	a

اِ	Kasrah	i	i
أ	Dammah	u	u

- b. Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
يَ	Fathah dan ya	ai	a dan i
يَوْ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

حَوْلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Mddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	nama
يَا / يَ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
يِ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
يُو	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- a. *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah (t).
- b. *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h).
- c. kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al- serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan (h).

contoh:

رَوْضَةُ الْجَنَّةِ : *rauḍah al-jannah* atau *rauḍatul jannah*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fāḍilah* atau *al-madīnatul fāḍilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah

Syaddah atau tasyid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasyid (ّ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbnā*

نَجَّيْنَا : *najjainā*

الْحَقُّ : *al-haqq*

نُعَمُّ : *nu‘ima*

Jika huruf ع bertasydid diakhir sebuah kata dan didahului oleh huruf kasrah (سي), maka ia litransliterai seperti huruf maddah (i).

Contoh:

عَرَبِيٌّ : ‘arabi (bukan ‘arabiyy atau ‘araby)

عَلِيٌّ : ‘ali (bukan ‘alyy atau ‘aly)

6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma’rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf syamsiah maupun huruf qamariah. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contohnya:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalāh* (bukan *az-zalzalāh*)

أَلْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta’murūna*

النَّوْءُ : *al-nau’*

شَيْءٌ : *syai 'un*

8. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt. = *subḥanahū wa ta'ala*

saw. = *ṣallallāhu 'alaihi wa sallam*

a.s. = *'alaihi al-sallām*

H = Hijriah

QS .../...: 4 = QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/..., ayat 4

HR = Hadis Riwayat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Secara filosofis, individu adalah pribadi utuh yang seluruh tindakannya didorong oleh kemauan yang tidak membedakan antara yang bersifat duniawi dan yang spiritual. Oleh sebab itu, pembagian aktivitas manusia secara tajam antara yang bersifat duniawi dan yang bersifat *ukhrawi*, tampak berubah-ubah dan boleh jadi hanyalah suatu cara untuk mengatasi tuntutan-tuntutan keadaan ekonomi, politik dan agama, yang saling bertentangan. Hal itu tidak dapat digunakan untuk menjustifikasi suatu aturan universal yang berlaku dalam segala situasi.¹

Siklus ekonomi yang bermula dengan perolehan kekayaan, konsumsi barangkali merupakan tahap yang terakhir dan paling penting. Di dalam ilmu ekonomi, konsumsi bermakna membelanjakan kekayaan untuk memenuhi kebutuhan manusia seperti makanan, pakaian, perumahan, barang-barang kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan, kebutuhan pribadi maupun keluarga lainnya, dan sebagainya. Tak perlu dikatakan lagi bahwa tidak ada batas bagi keinginan yang tak pernah dapat dikenyangkan itu. Mengingat hal itu, amat perlulah orang berhati-hati dalam mengkonsumsi.²

Menjelaskan konsumsi, diasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang/jasa yang memberikan *mashlahah* maksimum. Hal ini sesuai dengan

¹Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), h. 1.

²Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 137.

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.

Sebagaimana 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 dari suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Berkah akan diperolehnya ketika ia mengkonsumsi barang/jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam. Mengkonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah barang/jasa yang telah dikonsumsi.

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak akan suatu barang/jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan akan barang/jasa tersebut. Kehendak seseorang untuk membeli atau memiliki suatu barang/jasa dapat muncul karena faktor kebutuhan ataupun faktor keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang berfungsi secara sempurna. Sebagai misal, pintu-jendela merupakan kebutuhan suatu rumah tempat tinggal. Demikian pula, kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia daripada makhluk-makhluk lainnya, misalnya, baju sebagai penutup aurat, sepatu sebagai pelindung kaki, dan sebagainya.

Keinginan adalah terkait dengan hasrat atau harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia ataupun suatu barang. Misalnya, ketika seseorang membangun suatu 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 tempat tinggal, namun akan memberikan suatu kepuasan bagi pemilik rumah. Keinginan terkait dengan suka atau tidak sukanya seseorang terhadap suatu barang/jasa, dan hal ini bersifat subjektif tidak bisa dibandingkan antarsatu orang dengan orang lain.

Ajaran Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhan ataupun keinginannya, selama dengan pemenuhan tersebut, maka martabat manusia bisa meningkat. Semua yang ada di Bumi ini diciptakan untuk kepentingan manusia, namun manusia diperintahkan untuk mengkonsumsi barang/jasa yang halal dan baik secara wajar, tidak berlebihan. Pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan tetap dibolehkan selama hal itu mampu menambah *mashlahah* atau tidak mendatangkan *madharat*.³

Sesuai dengan firman Allah dalam QS. Al-A'raaf/7: 31

﴿ يَبْنَى ءآءَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَشَرِبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴾

Terjemahnya:

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.⁴

³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers), h. 129.

⁴Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surabaya: Pustaka Agung Harapan, 2011), h. 266.

Ekonomi konvensional dalam melihat antara kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Seseorang sedang membutuhkan makan karena perutnya lapar, akan mempertimbangkan beberapa keinginan dalam memenuhi kebutuhannya tersebut. Misalnya ketika seseorang membutuhkan masakan rendang padang di Jakarta maka seseorang tersebut pergi ke rumah makan padang. Keinginan seseorang akan sangat berkaitan erat dengan konsep kepuasan.

Dunia berkembang secara dinamis, terus menerus berubah tanpa ada yang bisa mengontrol gerak lajunya. Perkembangan yang dimaksud kini memasuki era dimana dunia terasa menjadi semakin kecil, dunia menjadi sebuah desa global, dimana segala macam informasi, modal, dan kebudayaan bergerak secara cepat, tanpa halangan batas-batas kedaulatan. Kemajuan tersebut dinamakan sebagai globalisasi.⁵

Salah satu konsep penting dalam ilmu ekonomi konvensional adalah pilar paradigma ilmu ekonomi konvensional, yaitu manusia adalah manusia ekonomi rasional. Rasionalitas merupakan jantung dari ilmu ekonomi konvensional, diantaranya karena paradigma ilmu ekonomi konvensional berdasar pada asumsi bahwa tindakan individu adalah rasional. Ini berarti bahwa rasionalitas didefinisikan sebagai tindakan manusia yang memaksimalkan kepuasan dan keuntungan berdasarkan pada keperluan dan keinginan-keinginan yang kesemuanya itu digerakkan oleh akal yang sehat.

Rasionalitas dalam hal ini dimaknai sebagai kesadaran untuk memilih di antara berbagai alternatif pilihan dengan tujuan untuk memaksimalkan kepuasan diri pribadi. Ada cara yang menggunakan pertimbangan akal sehat untuk mencapai tujuan

⁵ Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, dalam jurnal *Al Masraf* (Lembaga Keuangan dan Perbankan) volume I, No.1, Januari – Juni 2016, h. 13-14.

untuk kepuasan diri pribadi, itulah rasional. Pada saat memilih skala prioritas dari berbagai alternatif pilihan berdasarkan akal sehatnya, inilah yang disebut dengan pilihan rasional. Pilihan disebut rasional jika memenuhi sejumlah syarat, di antaranya *well informed*, *Instrumental Rationality*, dan *self interested*.

Well informed berarti tersedianya berbagai informasi secara lengkap tentang alternatif-alternatif pemenuhan kebutuhan manusia; *instrumental rationality* berarti akal digunakan semata-mata sebagai sarana dan alat untuk memperhitungkan segala kemungkinan demi tercapainya tujuan dalam arti subyektif, yakni tujuan yang berguna bagi kepentingan subyek untuk mempertahankan diri. *Self interested* (kepentingan sendiri) bahwa semua orang secara rasional akan memenuhi kepentingan sendiri. Masing-masing hanya peduli pada kepentingan dan kepuasan hidup masing-masing individu.⁶

Karena penggunaan rasio hanya sebatas alat bagi *self interested*, maka kesuksesan ekonomi dimaknai sebagai menghasilkan uang sebanyak-banyaknya. Keberhasilan untuk mendapatkan uang yang banyak dianggap sebagai merupakan hasil yang bersumber dari kesungguhan dan keahlian mereka menggunakan rasio dalam mencapai tujuan tersebut.

Dewasa ini, dengan pengaruh globalisasi yang semakin meluas masyarakat muslim pun seakan berlomba-lomba mengikuti tren konsumsi model konvensional. Sehingga berdasarkan kenyataan tersebut diharapkan dalam mengkonsumsi agar memperhatikan halal dan haramnya suatu barang/jasa yang akan dikonsumsi serta memperhatikan *mashlahahnya*. Berdasarkan pada latar belakang tersebut maka

⁶Haroni Doli H. Ritonga, *Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3 Juli 2010), hal. 188.

Konsep Etika Konsumsi Menurut Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional menarik untuk diteliti lebih lanjut.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Bagaimana etika konsumsi dalam sistem ekonomi Islam?
- 1.2.2 Bagaimana etika konsumsi dalam sistem ekonomi konvensional?
- 1.2.3 Bagaimana perbandingan etika konsumsi dalam sistem ekonomi Islam dan sistem ekonomi konvensional?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1.3.1 Untuk mengetahui etika konsumsi dalam sistem ekonomi Islam.
- 1.3.2 Untuk mengetahui etika konsumsi dalam sistem ekonomi konvensional.
- 1.3.3 Untuk mengetahui perbandingan etika konsumsi dalam sistem ekonomi Islam dan sistem ekonomi konvensional.

1.4 Manfaat Penelitian

Secara umum hasil penelitian ini diharapkan dapat:

- 1.4.1 Menambah khazanah keilmuan terutama dalam bidang hukum ekonomi syariah pada umumnya.
- 1.4.2 Dapat menjadi sumber bacaan atau referensi bagi civitas akademik IAIN PAREPARE dan bagi generasi-generasi selanjutnya dalam menghadapi tantangan zaman.
- 1.4.3 Menjadi dorongan bagi generasi yang akan datang untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai etika konsumsi dalam system ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

1.5 Definisi Istilah

Adapun beberapa istilah yang perlu dijelaskan untuk mengetengahkan pengertian judul guna menghindari terjadinya salah penafsiran. Untuk itu perlu dijelaskan konsep yang digunakan agar lebih memahami judul ini sekaligus memberikan batasan-batasan terkait mengenai pembahasan selanjutnya. Adapun beberapa istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah:

1.5.1 Konsep etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional (analisis perbandingan)

1.5.1.1 Etika menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak).⁷

Pengertian di atas dapat disimpulkan etika merupakan seperangkat prinsip moral yang menjadi pedoman perilaku seseorang. Moral ini dibentuk oleh norma-norma sosial, praktek-praktek budaya, dan pengaruh agama. Etika mencerminkan keyakinan tentang apa yang benar, apa yang salah, apa yang adil, apa yang tidak adil, apa yang baik, dan apa yang buruk dalam hal perilaku manusia.

1.5.1.2 Etika konsumsi dalam ekonomi Islam adalah kegiatan yang dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt. Sehingga senantiasa berada dalam hukum-hukum Allah swt. oleh karena itu, orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan mentaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah-anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia.

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Cet. I, Ed. IV, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), h. 383.

1.5.1.3 Etika konsumsi dalam ekonomi konvensional, konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan, dan lain-lain tanpa memperdulikan dimensi spiritual.

1.5.1.4 Analisis perbandingan adalah membandingkan antara etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional, sehingga dapat diketahui persamaan dan perbedaannya.

Setiap kata yang terdapat dalam judul penelitian ini, maka defenisi operasional dari judul skripsi konsep etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional (analisis perbandingan) adalah “suatu penelitian yang membandingkan antara konsep etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional yang berlaku pada masyarakat untuk mencari persamaan dan perbedaannya.”

Berdasarkan beberapa pengertian judul di atas maka yang dimaksud dalam judul ini mengenai hal-hal yang menyangkut etika konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional dan lebih ditekankan pada *mashlahah* dan *utility* dalam etika konsumsi, dalam ekonomi Islam seseorang mengkonsumsi berdasarkan *mashlahah* sedangkan dalam ekonomi konvensional berdasarkan *utility* suatu barang/jasa yang akan digunakan.

1.6 Tinjauan Hasil Penelitian

Tinjauan pustaka merupakan bahan pustaka yang berkaitan dengan masalah penelitian berupa sajian pembahasan ringkas dari hasil temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan masalah penelitian. Tinjauan atas hasil penelitian tersebut mencakup substansi topik, hasil temuan dan metode yang digunakan. Berikut akan disebutkan beberapa hasil penelitian yang terkait dengan masalah konsumsi.

Rika, dengan judul penelitiannya Konsep Konsumsi dalam Ekonomi Islam (Studi Perilaku Konsumtif Mahasiswa STAIN Parepare). Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa STAIN Parepare dalam hal konsumsi sangat memperhatikan dari segi kehalalan, kebersihan, dan kualitas, kesederhanaan barang yang dikonsumsi sehari-hari.

Pandangan ekonomi Islam terhadap perilaku konsumtif mahasiswa STAIN Parepare, bahwa perilaku konsumsi mahasiswa lebih mengarah pada teori konsumsi Abdul Manan, bahwa teori konsumsi Abdul Mannan berkaitan dengan perilaku konsumsi mahasiswa dari segi prinsip-prinsip konsumsi dan etika dan norma konsumsi sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an dan Sunnah. Ada pun yang menjadi perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya menggunakan jenis penelitian *field research* dan juga fokus penelitiannya pada konsep konsumsi ekonomi Islam sedangkan penelitian kali ini menggunakan metode *library research* serta membandingkan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional.

Almizan, dengan judul Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis. Dalam hasil penelitiannya menunjukkan bahwa dalam ekonomi Islam fungsi konsumsi terikat pada prinsip yang dinyatakan oleh Rasulullah SAW. bahwa hakikat kepemilikan bagi seseorang ialah apa yang dimakan dan yang dikeluarkan zakat, infak dan sedekah (ZIS). Secara implisit persamaan tersebut mengisyaratkan bahwa penggunaan pendapatan tidak hanya untuk yang bersifat duniawi dan individualistik. Tetapi terdapat unsur infak yang pada hakekatnya ialah membantu orang lain. Sedangkan dalam ekonomi kapitalis konsumsi tergantung pada pendapatan. Semakin besar pendapatan sekarang akan semakin besar juga konsumsinya, dan

semakin tinggi tingkat kesejahteraannya.⁸ Adapun yang menjadi perbedaan pada penelitian ini adalah penelitian sebelumnya berfokus pada konsumsi secara menyeluruh dalam ekonomi Islam dan kapitalis sedangkan penelitian sekarang hanya membahas etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

Selanjutnya Ummi Hani dalam judul skripsi Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan). Dari hasil penelitiannya dapat disimpulkan bahwa teori konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional memiliki perbedaan yang sangat mencolok dari segi tujuannya. Dalam Islam sangat memperhatikan *mashlahah* akan barang/jasa yang akan dikonsumsi agar mendapat keridhoan-Nya dan bermanfaat untuk akhirat serta dunianya. Sedangkan dalam ekonomi konvensional lebih memperhatikan *utility* dengan tingkat kepuasan yang tinggi.⁹

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian sebelumnya membahas secara umum tentang teori konsumsi menurut ekonomi Islam dan ekonomi konvensional secara menyeluruh dengan konsep para pemikir ekonomi, sedangkan penelitian ini membahas secara khusus etika konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

1.7 Landasan Teoritis

1.7.1 Pengertian Konsumsi

Secara umum terdapat perbedaan di antara pakar ekonomi, dalam mendefinisikan konsumsi. Namun, konsumsi seringkali didefinisikan dengan penggunaan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Sedangkan pelaku

⁸Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, h. 29

⁹Ummi Hani, *Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)*, (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah, Muamalah, Parepare, 2017), h. 85.

konsumsi atau orang yang menggunakan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhannya disebut konsumen. Dengan demikian konsumsi berkaitan dengan penggunaan hasil usaha manusia untuk dikonsumsi demi memenuhi kebutuhan.

Menurut M.A Mannan konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan/penawaran. Kebutuhan konsumen yang kini telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Lebih lanjut Mannan mengatakan semakin tinggi memiliki jenjang peradaban, semakin terkalahkan oleh kebutuhan fisiologis karena faktor-faktor psikologis, cita rasa seni, keangkupan, dorongan-dorongan untuk pamer semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkrit dari kebutuhan-kebutuhan fisiologis. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhannya sangat sederhana.

Sebaliknya, peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan tersebut dengan berbagai kebutuhan. Jadi dari definisi di atas dapat dipahami bahwa konsumsi adalah suatu aktifitas memakai atau menggunakan suatu produk barang/jasa yang dihasilkan oleh para produsen atau konsumsi juga berarti segala tindakan menghabiskan atau mengurangi nilai guna barang/jasa demi terpenuhi kebutuhan.

Secara ekonomi tindakan pertama yang dilakukan seseorang apabila memperoleh pendapatan atau kekayaan merupakan membelanjakan atau mengeluarkannya untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik untuk dirinya, maupun untuk keluarganya. Tindakan lebih lanjut adalah mempergunakan barang-barang itu, baik yang sekali habis dipakai maupun tidak, tindakan ini disebut dengan tindakan konsumsi.

Menurut Ilfi Nur Dianan konsumsi pada hakikatnya merupakan mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan, dan kemewahan. Kesenangan dan kemewahan diperbolehkan dengan syarat tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang dihalalkan.

Rasulullah SAW. bersabda:

وَعَنْ عَمْرٍو بْنِ شُعَيْبٍ, عَنْ أَبِيهِ, عَنْ جَدِّهِ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (كُلْ ,
وَأَشْرَبْ , وَالْبَسْ , وَتَصَدَّقْ فِي غَيْرِ سَرْفٍ , وَلَا مَخِيلَةَ) أَخْرَجَهُ أَبُو دَاوُدَ ,
وَأَحْمَدُ , وَعَلَّقَهُ الْبُخَارِيُّ

Artinya:

Dari ‘Amr Ibnu Syu’aib, dari ayahnya, dari kakeknya, radhiyallāhu ‘anhum (semoga Allāh meridhai mereka) berkata, Rasūlullāh shallallāhu ‘alayhi wa sallam bersabda, “Makanlah dan minumlah dan berpakaianlah dan bersedekahlah tanpa berlebihan (isrāf) dan tanpa kesombongan.”(HR Abū Dāwūd dan Ahmad dan Al-Imām Al-Bukhāri meriwayatkan secara ta’liq)¹⁰

Islam telah memberikan tuntunan untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan jangka pendek (duniawi) melainkan juga harus memenuhi kebutuhan jangka panjang (akhirat). Permintaan harus dihentikan setelah kebutuhan dunia terpenuhi, karena ada kebutuhan akhirat yang harus dibayarkan, yaitu zakat. Ini berarti bahwa Islam sangat menekankan keseimbangan dan mengikuti jalan tengah sebagai norma, oleh karenanya, pilihan bagi seorang konsumen sebelum melakukan konsumsi bukanlah bagaimana ia memaksimalkan *utility*-nya, melainkan bagaimana menyeimbangkan pemenuhan semua kebutuhannya.

¹⁰ Ibnu Hajar Al Asqalani, *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari* ter. Amiruddin, *Fathul Baari Penjelasan Kitab Shahih Al Bukhari* (Cet. II; Jakarta Selatan: Pustaka Azzam, 2011), h. 477.

Kebutuhan adalah konsep nilai. Jika keinginan ditentukan oleh konsep *utility*, maka kebutuhan, dalam perspektif Islam ditentukan oleh konsep *mashlahah*. Tujuan syariah adalah kesejahteraan umat manusia (*maslahat al-‘ibad*). Semua barang/jasa yang mempengaruhi *mashlahah* (kesejahteraan) dapat disebut kebutuhan umat manusia.

Menurut Syatibi, *mashlahah* adalah kemampuan suatu barang/jasa yang mempengaruhi unsur dasar dan tujuan hidup manusia. Syatibi memberikan lima dasar kehidupan manusia di dunia, yakni hidup, harta, agama, akal, dan keturunan. Semua barang/jasa yang memiliki *mashlahah* bagi manusia, dan oleh karenanya disebut kebutuhan. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan atau keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.

Berdasarkan kelima elemen di atas, *mashlahah* dapat dibagi dua jenis; pertama, *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut kehidupan dunia dan akhirat, dan kedua, *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut hanya kehidupan akhirat.

Dengan demikian seorang individu Islam akan memiliki dua jenis pilihan, berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk *mashlahah* jenis pertama dan berapa untuk *mashlahah* jenis kedua, berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan dunia (dalam rangka mencapai kepuasan di akhirat) dan berapa bagian untuk kebutuhan akhirat.

Konsep tersebut bertujuan untuk mengingatkan umat manusia agar membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhan dan kemampuannya. Pengeluaran tidak seharusnya melebihi pendapatan dan tidak menekan pengeluaran terlalu rendah

sehingga mengarah pada kebakilan. Manusia harus bersifat moderat (seimbang) dalam pengeluaran sehingga tidak mengurangi sirkulasi kekayaan dan juga tidak melemahkan kekuatan ekonomi masyarakat akibat pemborosan.¹¹ Dalam Islam terdapat akidah dan etika mulia dan juga hukum-hukum Islam yang mengatur.¹²

1.7.2 Etika Konsumsi dalam Sistem Ekonomi Islam

1.7.2.1 *Mashlahah* dalam Konsumsi

Menjelaskan konsumsi, diasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang 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.

Sebagaimana telah dijelaskan bahwa 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 mengkonsumsi barang/jasa yang dihalalkan oleh syariat Islam.

Mengkonsumsi yang halal saja merupakan kepatuhan kepada Allah, karenanya memperoleh pahala. Pahala inilah yang kemudian dirasakan sebagai berkah dari barang/jasa yang telah dikonsumsi. Sebaliknya, konsumen tidak akan

¹¹ Havis Aravik, *Ekonomi Islam*, (Malang: Empatdua, 2016), h. 114-117.

¹² Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Cet. I, Jakarta: Gema Insani, 1997), h. 51.

mengkonsumsi barang-barang/jasa yang haram karena tidak mendatangkan berkah. Mengonsumsi yang haram akan menimbulkan dosa yang pada akhirnya akan berujung pada siksa Allah. Jadi mengonsumsi yang haram justru memberikan berkah negatif.

Misalnya, ketika seseorang menonton televisi di pagi hari, maka ia bisa memilih *channel* mengenai berita politik dan hukum, berita kriminal, film kartun, hiburan musik atau siaran lainnya. Setiap jenis siaran tersebut dirancang untuk mampu memberikan manfaat bagi penontonnya, baik berupa layanan informasi maupun kepuasan psikis. Tambahan informasi dan kepuasan psikis inilah yang merupakan *mashlahah* duniawi atau manfaat. Di sisi lain, kegiatan menonton ini dimungkinkan memberikan berkah yang positif ataupun negatif tergantung dari jenis tontonan dan tujuannya.

Misalnya, ketika seseorang menonton berita yang mengungkap cacat (aib) dan keburukan seseorang tanpa tujuan yang benar, maka berarti ia telah mendorong dilakukannya *ghibah* yang dilarang oleh Islam. Oleh karena itu, akan memperoleh dosa (berkah yang negatif) meskipun ia mendapatkan kepuasan psikis. Namun, jika ia memilih menonton acara televisi yang menayangkan berita yang baik, maka ia akan mendapatkan kedua-duanya, yaitu kepuasan psikis dan berkah sekaligus.¹³

1.7.2.2 Prinsip Etika Konsumsi

Menurut M. Abdul Manan etika konsumsi dalam Islam dikenal dengan 5 (lima) prinsip dasar meliputi:

1.7.2.2.1 Prinsip Keadilan

¹³Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers), h. 129.

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rizki yang halal dan tidak dilarang oleh hukum. Artinya, sesuatu yang dikonsumsi ini dapat secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum. Berkonsumsi tidak menimbulkan kedzaliman, berada dalam koridor atau hukum Agama, serta menjunjung tinggi kepantasan atau kebaikan. Dalam Islam memiliki berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi atau tidak boleh dikonsumsi. Keadilan yang dimaksud adalah mengonsumsi sesuatu yang halal (tidak haram) dan baik tidak membahayakan tubuh. Kelonggaran diberikan bagi orang yang terpaksa, dan bagi yang suatu ketika tidak mempunyai makanan untuk dimakan, boleh memakan makanan yang terlarang itu sekedar yang dianggap perlu untuk kebutuhannya itu saja.¹⁴

1.7.2.2.2 Prinsip Kebersihan

Bersih dalam arti sempit adalah bebas dari kotoran dan penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, misalnya: makanan harus baik dan cocok untuk dimakan tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Sementara dalam arti yang luas adalah bebas dari segala yang diberkahi Allah. Tentu saja benda yang dikonsumsi memiliki manfaat bukan kemubaziran atau bahkan merusak.

1.7.2.2.3 Prinsip Kesederhanaan

Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci Allah dan merupakan pangkal berbagai kerusakan dimuka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki suatu

¹⁴M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti, 1995), h. 44.

kuantitas dan kualitas yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial.

1.7.2.2.4 Prinsip Kemurahan Hati

Sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi dengan kemurahan hati. Maksudnya jika memang masih banyak orang yang kekurangan makanan dan minuman maka hendaklah sisihkan makanan yang ada dan kita berikan kepada mereka yang membutuhkannya. Dengan mentaati ajaran Islam maka tidak ada bahaya dan dosa ketika mengonsumsi benda-benda ekonomi yang halal yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya. Selama konsumsi ini merupakan upaya pemenuhan kebutuhan yang membawa kemanfaatan bagi kehidupan dan peran manusia untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah telah memberikan anugerah-Nya bagi manusia.

1.7.2.2.5 Prinsip Moralitas

Konsumsi seseorang muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan. Allah memberikan makanan dan minuman untuk kelangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih setelah makan.¹⁵

1.7.2.3 Pola Konsumsi Ekonomi Islam

Beberapa hal yang melandasi perilaku seorang muslim dalam mengonsumsi adalah berkaitan dengan urgensi, tujuan dan etika konsumsi. Konsumsi memiliki

¹⁵M. Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, h. 45.

urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tiada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan.¹⁶

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia demi kemashlahatan umat. Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, di dalam Islam disebut dengan *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghamburkan harta tanpa guna). *Tabzir* berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah.

Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi yang melampaui tingkat moderat (wajar) dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam.¹⁷

Manusia diperintahkan untuk mengkonsumsikan pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarganya dan orang paling dekat di sekitarnya. Meski demikian konsumsi Islam tidak mengharuskan seseorang melampaui batas untuk kepentingan konsumsi

¹⁶ Arif Pujiyono, *Teori Konsumsi Islami*, (jurnal dinamika Pembangunan Vol. 3 No. 2, Desember 2006), hal. 198

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, (Cet; I, Jakarta: Kencana, 2010), h. 86-87.

dasarnya, seperti mencuri atau merampok. Tapi, jika dalam kondisi darurat dan dikhawatirkan bisa menimbulkan kematian, maka seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi sesuatu yang haram dengan syarat sampai masa darurat itu hilang, tidak berlebihan dan pada dasarnya memang dia tidak suka.

Tujuan utama konsumsi seorang muslim adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah swt. 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 dalam perspektif ekonomi konvensional dinilai sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan dan segala bentuk kegiatan ekonomi. Bahkan ukuran kebahagiaan seseorang diukur dengan tingkat kemampuannya dalam mengkonsumsi.

Konsep konsumen adalah *raja'* menjadi arah bahwa aktifitas ekonomi khususnya produksi untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan kadar relatifitas dari keinginan konsumen, dimana Al-Qur'an telah mengungkapkan hakekat tersebut dalam firman-Nya QS. Al-Baqarah/2:168

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Terjemahnya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.¹⁸

¹⁸Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 41.

Seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalalan) sesuatu yang akan di konsumsinya. Para fuqaha' menjadikan memakan hal-hal yang baik ke dalam empat tingkatan. Pertama, wajib, yaitu mengkonsumsi sesuatu yang dapat menghindarkan diri dari kebinasaan dan tidak mengkonsumsi kadar ini padahal mampu yang berdampak pada dosa. Kedua, sunnah, yaitu mengkonsumsi yang lebih dari kadar yang menghindarkan diri dari kebinasaan dan menjadikan seorang muslim mampu shalat dengan berdiri dan mudah berpuasa. Ketiga, mubah, yaitu sesuatu yang lebih dari yang sunnah sampai batas kenyang. Keempat, konsumsi yang melebihi batas kenyang, yang dalam hal ini terdapat dua pendapat, ada yang mengatakan makruh yang satunya mengatakan haram. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam mentaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya.¹⁹

1.7.2 Etika Konsumsi dalam Sistem Ekonomi Konvensional

1.7.2.1 *Utility* dalam konsumsi konvensional

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. Kapitalisme sangat erat hubungannya dengan pengejaran kepentingan individu. Menurut Smith, setiap individu seharusnya diperbolehkan mengejar kepentingannya sendiri tanpa adanya

¹⁹Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, h. 18.

campur tangan pihak pemerintah, untuk mencapai yang terbaik di masyarakat maka ia akan seakan-akan dibimbing oleh tangan yang tak tampak (*the invisible hand*).²⁰

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 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.²¹

1.7.2.2 Pola Konsumsi Sistem Ekonomi Konvensional

Ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Makna *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu atau menguntungkan. Sedangkan Menurut Suherman Rasyidi konsumsi adalah penggunaan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan manusia (*the use of goods and service in the satisfaction of human wants*).

Paul A. Samuelson dan William D. Nordhaus mengemukakan “Konsumsi dirumuskan sebagai pengeluaran untuk barang dan jasa, seperti makan, pakaian, mobil, pengobatan dan perumahan. Menurut Samuelson konsumsi adalah kegiatan menghabiskan *utility* (nilai guna) barang dan jasa. Barang meliputi barang tahan lama dan barang tidak tahan lama. Barang konsumsi menurut kebutuhannya, yaitu: kebutuhan primer, kebutuhan sekunder, dan kebutuhan tersier.

²⁰ Veithzal Rivai dan Andi Buchari, *Islamic Economics* (Cet; II, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 261.

²¹ Ismail Nawawi, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Surabaya: PPM, 2010), h. 87.

Teori konsumsi biasa dikatakan sebagai seluruh pengeluaran baik rumah tangga atau masyarakat maupun pemerintah untuk mendapatkan kepuasan, Pengertian di atas menunjukkan bahwa yang dimaksud dengan konsumsi adalah pembelanjaan atau pengeluaran yang bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan hidup secara jasmani atau rumah tangga yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan manusia. Perkembangan kapitalisme global membutuhkan adanya masyarakat konsumen (*consumer society*) yang akan melahap semua produk kapitalisme tersebut. Masyarakat konsumen adalah masyarakat yang eksistensinya dilihat hanya dengan pembedaan komoditi yang dikonsumsi.

Teori perilaku konsumen²² dalam sistem kapitalis sudah melampaui dua tahap. Teori pertama, berkaitan dengan teori marginalis, yang berdasarkan teori tersebut pemanfaatan konsumen secara tegas dapat diukur dalam satuan-satuan pokok. Konsumen mencapai keseimbangannya ketika memaksimalkan pemanfaatannya sesuai dengan keterbatasan penghasilan, Tahap kedua, yang lebih modern mengatur kemungkinan diukurnya dan koordinalitas pemanfaatan itu, yakni garis miring dari keterbatasan penghasilan itu Teori perilaku konsumen rasional dalam paradigma ekonomi konvensional didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme yang diprakarsai oleh Bentham. Teori ini mengatakan bahwa secara umum tidak seorangpun dapat mengetahui apa yang baik untuk kepentingan dirinya kecuali orang itu sendiri.

Menurut Mill, campur tangan negara di dalam masyarakat manapun harus diusahakan seminimum mungkin dan campur tangan yang merintangai kemajuan

²² Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Cet. XXV, Ed. III, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), h. 153.

manusia merupakan campur tangan terhadap kebebasan-kebebasan dasar manusia, untuk itu perlu dihentikan. Mill berpendapat bahwa setiap orang di dalam masyarakat harus bebas untuk mengejar kepentingannya dengan cara yang dipilihnya sendiri, namun kebebasan seseorang untuk bertindak dibatasi oleh kebebasan orang lain artinya kebebasan untuk bertindak itu tidak boleh mendatangkan kerugian bagi orang lain.²³

1.7.2.2 Prinsip Perilaku Konsumen Konvensional

1. Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan. Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan, agar pengeluaran tetap berada pada anggaran yang telah ditetapkan.
2. Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat. Jika dua barang memberi manfaat yang sama, konsumen akan memilih yang biayanya lebih kecil, bila untuk memperoleh dua jenis barang dibutuhkan biaya yang sama, maka konsumen akan memilih barang yang memberi manfaat lebih besar.
3. Tidak semua konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat. Saat membeli barang, bisa jadi manfaat yang diperoleh tidak sesuai dengan harga yang harus dibayarkan.
4. Setiap barang dapat disubstitusi dengan barang lain. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara.
5. Konsumen tunduk kepada hukum berkurangnya tambahan kepuasan (*The Law of Diminishing Marginal Utility*). Semakin banyak jumlah barang dikonsumsi, semakin kecil tambahan kepuasan yang dihasilkan.²⁴

²³ Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, h. 22.

²⁴ Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, h. 23.

Teori konsumsi ekonomi konvensional ada dua nilai dasar (*fundamental values*) yakni rasionalisme dan utilitarianisme. Rasionalisme ini mengandung pengertian bahwa setiap konsumen dalam melakukan kegiatan konsumsi sesuai dengan sifatnya sebagai *homo economicus*. Dengan kata lain konsumen akan bertindak untuk memenuhi kepentingannya sendiri (*self interest*), rasionalisme ini juga dapat diartikan sebagai perjuangan untuk kepentingan diri sendiri yang senantiasa diukur dengan berapa banyak uang atau bentuk kekayaan lain yang diperoleh.

Perilaku konsumen dinyatakan dengan fungsi utilitas. Seorang konsumen dikatakan rasional, apabila berusaha memaksimalkan fungsi utilitasnya yang ditentukan oleh banyaknya barang tahan lama yang dikuasai pada tingkat pendapatan tertentu, inilah yang disebut dengan fungsi tujuan konsumen rasional. Dalam paradigma konvensional, seorang yang rasional akan mencapai utilitas maksimum, juga memberikan kepuasan (*satisfaction*) yang maksimum. Konsep utilitas dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*), atau menguntungkan (*advantage*).²⁵

Utilitas melekat dalam produk-produk tersebut yang mencerminkan kemampuan kualitas untuk memberikan kepuasan total kepada konsumen yang mengkonsumsi produk itu. Dengan demikian sumber dan penyebab dari utilitas adalah kualitas dalam arti luas yang dapat bersifat obyektif maupun subyektif, tergantung pada pandangan konsumsi itu sendiri. Kualitas produk berfokus pada

²⁵ Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonom Islam (P3EI), *Ekonomi Islam*, hal. 127.

kepuasan konsumen terukur dari keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi.

1.8 Metode 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 digunakan yaitu metode *library research* atau penelitian kepustakaan, yang dimana metode ini termasuk dalam metode penelitian kualitatif.

1.8.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif yang menguraikan persamaan dan perbedaan ekonomi Islam dan ekonomi Konvensional tentang etika konsumsi.

Sumber data berdasarkan atas jenis data yang telah ditentukan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

1.8.1.1 Data Primer

Data primer merupakan tuntutan utama dalam aturan dasar metode sejarah. Dengan demikian, dalam penelitian ini, peneliti harus 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 saksi

mata, keputusan-keputusan rapat, dan sebagainya.²⁶ Adapun yang menjadi data primer dari peneliti yaitu:

1. Buku yang berjudul *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* karya Syed Nawab Haider Naqvi.
2. Buku yang berjudul *Norma dan Etika Ekonomi Islam* karya DR. Yusuf Qardhawi.
3. Buku yang berjudul *Pengantar Teori Mikroekonomi* karya Sadono Sukirno
4. Buku yang berjudul *Ekonomi Manajerial* karya Prof. DR. H. Aulia Tasman dan Prof. DR. H. M. Havidz Aima.
5. Buku yang berjudul *Teori Mikroekonomi (suatu perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)* karya M. Nur Al Arif Rianto

1.8.1.2 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, 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.²⁷

Penelitian kali ini sumber data sekunder yang peneliti gunakan antara lain: *Sistem Ekonomi Islam karya Muhammad Sharif Chaudhr., Ekonomi Mikro Islam, Prinsip Dasar Ekonomi Islam, Hadis-Hadis Ekonomi Islam, Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah, Memahami Metode-Metode Penelitian, Kamus Besar Bahasa Indonesia.*

²⁶ Andi Prastowo, *Memahami metode-metode Penelitian*, (Cet; I, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media, 2011), h. 112.

²⁷ Andi Prastowo, *Memahami metode-metode Penelitian*, h. 113.

1.8.2 Metode 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. Metode dalam pengumpulan data ini yaitu dengan cara membaca terlebih dahulu dengan memperhatikan buku-buku, majalah, koran, dokumen, *website*, dan lain-lain yang akan membantu dalam mengembangkan penelitian yang sedang diteliti. Dengan memanfaatkan metode pengumpulan data yang bermacam-macam, dan dilakukan secara terus-menerus hingga datanya jenuh (tidak diperoleh lagi data baru). Dengan pengamatan yang terus-menerus tersebut, mengakibatkan variasi data tinggi sekali.²⁸

Teknik pengumpulan data yang bermacam-macam ini dapat menguntungkan peneliti karena banyaknya referensi yang diperoleh sehingga dalam pengambilan kesimpulan dapat dilakukan dengan akurat serta jelas.

1.8.3 Metode Analisis Data

Metode analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian. Beberapa hal yang perlu dikemukakan dalam metode analisis data antara lain jenis analisis data, teknik statistik, rumus, kriteria pengujian hipotesis, dan lain-lain.²⁹ Untuk dapat menganalisa, mendeskripsikan, serta membandingkan mengenai konsumsi Islam dan Kapitalis, peneliti menggunakan metode analisis isi.

Secara sederhana bahwa definisi analisis isi adalah suatu metode yang teknik penelitiannya dilakukan dengan membuat inferensi secara kontekstual. Jadi, pesan-

²⁸Andi Prastowo, *Memahami Metode-Metode Penelitian*, h. 36.

²⁹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya Ilmiah*, (Cet II, Ed. I, Jakarta: Kencana, 2012), h. 163.

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.

BAB II

ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

2.1 Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam

Kebutuhan manusia banyak ragamnya dan memiliki tingkatan-tingkatan yang secara umum terbagi tiga, yaitu kebutuhan primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajiyyat*), dan tertier (*tahsiniyyat*). Kebutuhan yang menduduki peringkat kedua dan ketiga tidak sama pada setiap orang, akan tetapi kebutuhan primer manusia sejak dahulu hingga sekarang menurut M. Quraish Shihab dapat dikatakan sama, yaitu kebutuhan pangan, sandang, dan papan. Hal ini tertera dalam QS. Thaahaa/20 : 118-119, ketika Allah mengingatkan Adam dan Hawa pada saat mereka berada di surga:

إِنَّ لَكَ أَلَّا تَجُوعَ فِيهَا وَلَا تَعْرَىٰ ﴿١١٨﴾ وَأَنَّكَ لَا تَظْمَأُ فِيهَا وَلَا تَصْحَىٰ ﴿١١٩﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya kamu tidak akan kelaparan di dalamnya dan tidak akan telanjang, dan sesungguhnya kamu tidak akan merasa dahaga dan tidak (pula) akan ditimpa panas matahari di dalamnya".³⁰

Ayat di atas menjelaskan bahwa di dalam surga disediakan pangan, atau dalam bahasa ayat di atas “tidak lapar dan tidak dahaga.” Sandang digambarkan dengan kata “tidak terlarang” dan papan disebutkan dengan kalimat “tidak disengat

³⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 569.

matahari.” Ketiga jenis kebutuhan tersebut memotivasi manusia untuk berusaha memenuhinya melalui konsumsi berbagai barang. Terkadang muncul tindakan ekstrim dalam konsumsi tersebut. Ada sebagian orang yang sangat berlebihan dalam konsumsi sehingga menimbulkan sikap *israf*, namun sebaliknya ada yang terlalu kikir dan bakhil dalam melakukan konsumsi. Selain itu, konsumsi dalam Islam memiliki dua sisi, yaitu untuk diri sendiri dan orang lain, yaitu saudara seiman yang miskin melalui kegiatan infak.

1. Hidup sederhana

Konsumsi dalam ekonomi Islam dapat didefinisikan dengan makan makanan yang baik, halal, dan bermanfaat bagi manusia. Terdapat dalam QS. Lukman/31 : 18-19.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ
فَخُورٍ ﴿١٨﴾ وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ
الْحَمِيرِ ﴿١٩﴾

Terjemahnya:

dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri. dan sederhanalah kamu dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.

Pemanfaatan segala anugerah Allah swt. dimuka bumi terdapat dala QS. Al-Al-a'raaf/7 : 32.

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا
فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةٌ يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نَفَصَلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣١﴾

Terjemahnya:

Katakanlah: "Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah dikeluarkan-Nya untuk hamba-hamba-Nya dan (siapa pulakah yang mengharamkan) rezki yang baik?" Katakanlah: "Semuanya itu (disediakan) bagi orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, khusus (untuk mereka saja) di hari kiamat. Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu bagi orang-orang yang mengetahui."³¹

Sebagai sebuah kebajikan, karena kenikmatan yang diciptakan Allah untuk manusia adalah wujud ketaatan kepada-Nya, teradapat dalam QS. Al-Baqarah/2 : 35.

وَقُلْنَا يَتَّعَدُمُ أَسْكُنُ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ
الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ ﴿٣٥﴾

Terjemahnya:

Dan Kami berfirman: "Hai Adam, diamilah oleh kamu dan isterimu surga ini, dan makanlah makanan-makanannya yang banyak lagi baik dimana saja yang kamu sukai, dan janganlah kamu dekati pohon ini, yang menyebabkan kamu Termasuk orang-orang yang zalim."³²

Namun terminologi ini tidak berarti seorang kosumen dapat mengkonsumsi segala barang yang dikehendaki tanpa memperhatikan kualitas dan kemurniannya, atau mengkonsumsi sebanyak-banyaknya tanpa memperhatikan hak-hak orang lain

³¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 266.

³² Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 9.

yang ada di dalamnya. Karenanya dalam kesederhanaan merupakan salah satu prinsip dasar dalam konsumsi.

Prinsip kesederhanaan memiliki implikasi bahwa konsumen boleh mengkonsumsi barang selagi barang tersebut mampu memberikan kebaikan serta kesempurnaan dalam usaha mengabdikan diri kepada Allah. oleh karena itu, berdasarkan ayat di atas, Islam menganjurkan agar dalam konsumsi manusia jangan terlalu kenyang karena hal tersebut akan menghambat pergerakan dan aktivitas lainnya.³³ Diharapkan dalam mengkonsumsi memperhatikan manfaat yang diberikan dalam konsumsi tersebut agar mendapatkan pahala di sisi-Nya.

2. Tidak Boros

Tidak boros merupakan salah satu prinsip pokok dalam konsumsi. Islam mengajarkan agar dalam konsumsi, konsumen muslim mengedepankan kesederhanaan, yakni menganjurkan agar konsumsi sampai tingkat minimum (standar) sehingga bisa mengekang hawa nafsu dan keinginan yang berlebihan. Allah swt. berfirman dalam QS. 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 berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.³⁴

³³ Isnaini Harahap, et al., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, (Cet; I, Jakarta: Kencana, 2015), h. 150-151.

³⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 656.

Konsumsi yang berlebihan adalah perbuatan keji karena termasuk pemborosan. Islam menganjurkan konsumsi yang dilakukan seimbang, tidak terlalu kikir dan tidak berlebihan. Kikir dapat diartikan ketika seseorang tidak mengkonsumsi harta yang dimiliki untuk diri dan keluarganya sesuai dengan kebutuhan yang seharusnya. Islam menganggap perbuatan ini sebagai suatu kejahatan, karena di samping tidak mensyukuri karunia Allah juga karena dianggap menyembunyikan harta sehingga mengurangi tingkat penggunaan, dan dengan demikian mengurangi tingkat produksi dan kesempatan kerja dalam masyarakat.

Sementara berlebih-lebihan berarti menghambur-hamburkan kekayaan dan keinginan yang tidak penting. Praktik ini juga dilarang karena dapat mempercepat penipisan input-input produksi. Prinsip kesederhanaan juga mengajarkan kepada konsumen apabila pendapatan konsumen meningkat, pendapatan tersebut seharusnya tidak digunakan untuk meningkatkan volume konsumsi, namun untuk kesejahteraan sosial.

3. Tidak hidup mewah

Islam adalah agama yang komprehensif dan universal. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat. Islam mengingatkan agar manusia tidak terlena dalam kehidupan yang materialistis dan hedonistis. Hal itu bukan berarti bahwa Islam melarang manusia untuk menikmati kehidupan dunia. Allah memberikan manusia berbagai kenikmatan yang menunjang kehidupan manusia yang dinamis, berupa pakaian, minuman, makanan, perumahan, kendaraan, alat komunikasi, alat rumah tangga, dan sebagainya. Hal penting yang menjadi perhatian yaitu Allah mengingatkan untuk tidak berbuat boros dan berlebih-lebihan (*israf*). Termasuk dalam perilaku *israf* adalah implementasi watak manusia yang terus

ingin menukar dan mengganti sesuatu yang dikonsumsi, padahal fungsi dan kualitas berarti yang lama masih bagus.

Allah swt. sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Seseorang yang belanja dengan *israf*, tanpa skala prioritas *mashlahah*, sehingga lebih besar *spending*-nya daripada penghasilannya akan mendatangkan bencana bagi diri dan keluarganya. Dia akan terjerat utang yang berkepanjangan atau kesulitan hidup masa depan. Islam juga mengingatkan manusia untuk berinfak ketika penghasilannya melebihi kebutuhan. Keberkahan harta akan diperoleh bagi orang yang suka berinfak.

4. Berinfak

Dalam konsep Islam³⁵ tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yaitu kepuasan di akhirat. Kepuasan tidak saja dikaitkan dengan kebendaan tetapi juga dengan rohiah, bahkan kepuasan terhadap konsumsi suatu benda jika kepuasan tersebut bertentangan dengan roh-roh Islam, kepuasan ini harus ditinggalkan. Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam ialah konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam.

Menurut Kahf, perilaku ekonomi manusia dalam kerangka ekonomi Islam ditentukan oleh tiga prinsip, yaitu keyakinan terhadap hari akhir, konsep keberhasilan, dan konsep harta/kekayaan. Keyakinan terhadap hari akhir akan menjadikan setiap individu mengarahkan perbuatan dan perilakunya untuk kebaikan di dunia dan akhirat. Kepuasan atau kesejahteraan di akhirat merupakan alternatif utama yang harus menjadi perhatian setiap individu. Konsumen akan menggunakan

³⁵Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, (Cet. I; Jakarta: Gema Insani, 2001), h. 21.

pendapatannya bukan hanya untuk kesenangan sesaat, melainkan untuk kesenangan yang tidak tampak yang akan dinikmati di akhirat kelak. Oleh karena itu, pendapatan yang ada tidak semua dihabiskan untuk memenuhi kebutuhan duniawi, namun juga disisihkan untuk keperluan akhirat melalui pemberian infak amupun sedekah kepada orang lain yang membutuhkan.

Keberhasilan dalam Islam diukur dengan keridhaan Allah. Segala perbuatan yang dilakukan harus selaras dan tidak bertentangan dengan apa-apa yang telah ditetapkan Allah. Kekayaan, tenaga, waktu semuanya harus digunakan untuk jalan Allah, bukan untuk kepentingan diri sendiri. Kekayaan atau harta dalam Islam merupakan amanah Allah yang harus dibelanjakan secara benar, adil, dan seimbang, yaitu tidak boros, tidak kikir, dan tidak pula mubazir. Harta yang dimiliki tidak semata-mata untuk dikonsumsi, tetapi juga untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Itulah kenapa Islam kemudian memotivasi umatnya untuk menyalurkan sebagian rezekinya dengan menyebutkan bahwa tangan yang di atas, yaitu orang-orang yang memberikan sebagian dari rezeki yang dimilikinya adalah perbuatan yang mulia.³⁶

Menurut Islam, anugerah Allah itu milik semua manusia dan suasana yang menyebabkan sebagian di antara anugerah itu berada di antara orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah itu untuk mereka sendiri. Sedangkan orang lain tidak memiliki bagiannya sehingga banyak anugerah yang diberikan Allah kepada umat manusia itu masih berhak mereka miliki, walaupun mereka tidak memperolehnya. Dalam Al-Qur'an, Allah swt. mengutuk dan membatalkan argumen yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena tidak

³⁶ Isnaini Harahap, et al., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, h. 152-154.

ada kesediaan mereka memberikan bagian atau miliknya. Terdapat dalam QS.

Yaasiin/36 : 47.

وَإِذَا قِيلَ لَهُمْ أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ قَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لِلَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْطَعِمُ مَنْ لَوْ

يَشَاءُ اللَّهُ أَطَعَمَهُرَ إِنَّا نَكُنْمُ إِلَّا فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ﴿٤٧﴾

Terjemahnya:

Dan apabila dikatakakan kepada mereka: "Nafkahkanlah sebahagian dari reski yang diberikan Allah kepadamu", Maka orang-orang yang kafir itu berkata kepada orang-orang yang beriman: "Apakah Kami akan memberi Makan kepada orang-orang yang jika Allah menghendaki tentulah Dia akan memberinya makan, Tiadalah kamu melainkan dalam kesesatan yang nyata".³⁷

Setiap orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan cara mematuhi perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan (Allah) utuk umat manusia demi kemashlahatan umat.³⁸ Konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan dikutuk dalam Islam disebut dengan israf (pemborosan atau tabzir). Tabzir berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni menuju tujuan yang telarang seperti penyipuan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara tanpa aturan. Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal, atau bahkan sedekah.

³⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 812.

³⁸ M. Nur Rianto dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, h. 86.

Ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang yakni pola yang teletak di antara kekikiran dan pemborosan. Konsumsi di atas dan melampaui tingkat moderat atau wajar dianggap *israf* dan tidak disenangi Islam. Salah satu ciri penting dalam Islam bahwa ia tidak hanya mengubah nilai-nilai dan kebiasaan masyarakat tetapi juga menyajikan kerangka legislatif yang perlu untuk mendukung dan memperkuat tujuan-tujuan ini dan menghindari penyalahgunaannya. Ciri khas Islam ini juga memiliki daya aplikatifnya terhadap orang yang terlibat dalam pemborosan atau tabzir. Dalam hukum fiqih Islam, orang semacam itu seharusnya dikenai pembatasan-pembatasan dan bila dianggap perlu dilepaskan dan dibebaskan dari tugas mengurus harta miliknya sendiri.

Etika Islam³⁹ dalam hal konsumsi sebagai berikut:

1. Tauhid (kesatuan)

Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt. sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah yang diciptakan Allah untuk umat manusia. Adapun pandangan kapitalistis konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, dan pendapatan, tanpa memperdulikan dimensi spiritual, kepentingan orang lain dan tanggung jawab atas segala perilakunya sehingga pada ekonomi konvensional manusia diartikan sebagai individu yang memiliki sifat *homo economicus*.

2. Adil (equilibrium)

³⁹ Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, h. 51.

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang disediakan Allah SWT. Dalam QS. Al-Baqarah/2 : 168.

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ

عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Terjemahnya:

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.⁴⁰

Pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga disamping mendapatkan keuntungan materil, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Al-Qur'an secara tegas menekan norma perilaku ini baik untuk hal-hal yang bersifat materil maupun spiritual untuk menjamin adanya kehidupan berimbang antara kehidupan dunia dan akhirat. Oleh karenanya, dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan dijalan Allah (*fi sabilillah*).

3. Free will (kehendak bebas)

Alam semesta merupakan milik Allah, yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sepenuhnya dan kesempurnaan atas makhluk-makhluk-Nya. Manusia diberi kekuasaan untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya sesuai dengan kemampuannya atas barang-barang ciptaan Allah. Atas segala karunia yang diberikan Allah, manusia dapat berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidak berarti bahwa manusia tidak terlepas dari qadha dan qadar yang merupakan hukum

⁴⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 41.

sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan kehendak Allah. Sehingga kebebasan dalam melakukan aktifitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai mendzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.

4. Amanah (pertanggung jawaban)

Manusia merupakan khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas ke khalifahan ini dan untuk mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang muslim bukan hanya kepada Allah SWT namun juga kepada lingkungan. Jika ekonomi konvensional baru mengenal *corporate social responsibility*, maka ekonomi Islam telah mengenalnya telah lama.

5. Halal

Dalam kerangka acuan Islam barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan, serta akan menimbulkan kemashlahatan untuk umat baik secara materil maupun spiritual. Sebaliknya benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam serta dapat menimbulkan kemudharatan apabila dikonsumsi akan dilarang. Terdapat dalam QS. Al-Baqarah/2 : 173.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ
 غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ ﴿١٧٢﴾

Terjemahnya:

Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. tetapi Barangsiapa dalam Keadaan terpaksa (memakannya) sedang Dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, Maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.⁴¹

6. Sederhana

Islam sangat melarang perbuatan yang melampaui batas (israf), termasuk pemborosan dan berlebih-lebihan (bermewah-mewah), yaitu membuang-buang harta dan menghambur-hamburkannya tanpa faedah serta manfaat dan hanya memperturutkan nafsu semata. Allah akan mengecam setiap perbuatan yang melampaui batas.⁴²

Perspektif Islam dalam hal konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt. sehingga dalam berkonsumsi mendapatkan keberkahan. Dalam Islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi tetapi juga untuk kepentingan di jalan Allah seperti menginfakkan harta untuk menolong sesama manusia.

Manusia diberikan kehendak bebas dalam berperilaku atau melakukan kegiatan konsumsi, terlepas dari itu manusia haruslah tetap memiliki batasan-batasan

⁴¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 42.

⁴² M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam Dan Ekonomi Konvensional)*, h. 87-91.

agar jangan sampai mendzalimi diri sendiri ataupun orang lain. Etika konsumsi dalam Islam sangat memperhatikan halal haramnya suatu barang/jasa yang dikonsumsi. Islam juga melarang perbuatan *israf* (pemborosan) karena hal tersebut telah dijelaskan dalam kalam Allah.

Seperti yang terdapat dalam QS. Al-A'raf/7 : 31.

﴿ يَبْنِي ۡءَادَمَ خُدُوۡا زِيۡنَتَكُمْ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوۡا وَاشْرَبُوۡا وَلَا تُسْرِفُوۡا ۚ إِنَّهُ لَا

سُحِبَ الْمُسْرِفِيۡنَ ﴿۷﴾

Terjemahnya:

Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.⁴³

Sasaran konsumsi bagi konsumen muslim yaitu:

1. Konsumsi untuk diri sendiri dan keluarga

Tidak dibenarkan konsumsi yang dilakukan oleh seseorang berakibat pada penyengsaraan diri sendiri dan keluarga karena kekikirannya. Allah swt. melarang pula perbuatan kikir sebagaimana Allah swt. telah melarang perbuatan pemborosan dan berlebih-lebihan. Terdapat dalam QS. At-Thalaq/65 : 7.

لِيُنْفِقَ ذُو سَعَةٍ مِّن سَعَتِهِ ۗ وَمَن قَدِرَ عَلَيْهِ رِزْقُهُ فَلْيُنْفِقْ مِمَّا ءَاتَاهُ اللّٰهُ ۗ لَا يُكَلِّفُ

اللّٰهُ نَفْسًا ۖ اِلَّا مَّا ءَاتٰهَا سَيَجْعَلُ اللّٰهُ بَعْدَ عُسْرٍ يُسْرًا ﴿۷﴾

⁴³ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 266.

Terjemahnya:

Hendaklah orang yang mampu memberi nafkah menurut kemampuannya. dan orang yang disempitkan rezkinya hendaklah memberi nafkah dari harta yang diberikan Allah kepadanya. Allah tidak memikulkan beban kepada seseorang melainkan sekedar apa yang Allah berikan kepadanya. Allah kelak akan memberikan kelapangan sesudah kesempitan.⁴⁴

2. Tabungan

Manusia harus menyiapkan masa depannya, karena masa depan merupakan masa yang tidak diketahui keadaannya. Dalam ekonomi penyiapan masa depan dapat dilakukan dengan melalui tabungan. Dalam QS. Yusuf/12 : 47-48.

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ
ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تُحْصِنُونَ



Terjemahnya:

Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa; Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan.

Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang Amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan.⁴⁵

3. Konsumsi sebagai tanggung jawab sosial

Menurut ajaran Islam, konsumsi yang ditujukan sebagai tanggung jawab sosial ialah kewajiban mengeluarkan zakat. Hal ini dilakukan untuk menjaga

⁴⁴ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 1060.

⁴⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 421.

stabilitas dan keseimbangan ekonomi. Islam sangat melarang pemupukan harta, yang akan berakibat terhentinya arus peredaran harta, merintangai efesiensi usaha, dan pertukaran komoditas produksi dalam perekonomian.⁴⁶

Konsumsi tidak hanya dilakukan untuk diri sendiri tetapi juga untuk keluarga agar dalam mengkonsumsi suatu barang/jasa seseorang dapat merasakan manfaatnya serta mendapatkan pahala atas pemberian konsumsi bagi keluarga. Dalam kegiatan konsumsi terdapat kewajiban sosial yaitu memberikan atau mengeluarkan zakat agar stabilitas perekonomian seimbang sehingga mendatangkan manfaat bagi kehidupan di dunia maupun kehidupan di akhirat.

2.2 Konsep Mashlahah Perilaku Konsumen Muslim

Syariat Islam menginginkan manusia mencapai dan memelihara kesejahteraan. Imam Shatibi menggunakan istilah *mashlahah*, yang maknanya lebih dari sekedar *utility* atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Mashlahah merupakan tujuan hukum syara' yang paling utama.

Menurut Imam Shatibi mashlahah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini. Ada lima elemen dasar menurut beliau yakni kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), properti atau harta benda (*al-mal*), keyakinan (*al-din*), intelektual (*al-aql*), dan keluarga atau keturunan (*al-nasl*).

Semua barang dan jasa yang mendukung tercapainya dan terpeliharanya ke lima elemen tersebut di atas pada setiap individu, itulah yang disebut *mashlahah*. Kegiatan-kegiatan ekonomi meliputi produksi, konsumsi, dan pertukaran yang

⁴⁶ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi (suatu perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, h. 92-93.

menyangkut masalah tersebut harus dikerjakan sebagai suatu *'religius duty'* atau ibadah.⁴⁷

Tujuannya bukan hanya kepuasan dunia tetapi juga kesejahteraan akhirat. Semua aktivitas tersebut, yang memiliki *mashlahah* bagi umat manusia, disebut *'needs'* atau kebutuhan. Semua kebutuhan ini harus dipenuhi. Mencukupi kebutuhan dan bukan memenuhi kepuasan atau keinginan adalah tujuan dari aktivitas ekonomi Islami dan usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban beragama.

Adapun sifat-sifat masalah sebagai berikut:

1. Masalah bersifat subyektif dalam arti bahwa dalam setiap individu menjadi hakim bagi masing-masing dalam menentukan apakah suatu perbuatan merupakan suatu masalah atau bukan bagi dirinya. Namun, berbeda dengan konsep utility kriteria masalah telah ditetapkan oleh syariat dan sifatnya mengikat bagi semua individu. Misalnya, bila seorang mempertimbangkan bunga bank memberi masalah bagi diri dan usahanya, namun syariat telah menetapkan keharaman bunga bank maka penilaian individu menjadi gugur.
2. Masalah orang perorang akan konsisten akan masalah orang banyak. Konsep ini berbeda dengan konsep optimum, yaitu keadaan optimal dimana seseorang tidak dapat meningkatkan tingkat kepuasan atau kesejahteraannya tanpa menyebabkan penurunan kepuasan atau kesejahteraan orang lain.
3. Konsep masalah mendasari semua aktivitas ekonomi dalam masyarakat, baik itu produksi, konsumsi, maupun dalam pertukaran distribusi.

⁴⁷ Mustafa Edwin Nasution, et al., eds., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, (Cet. I; Jakarta: Kencana, 2010), h. 62.

Berdasarkan ke lima elemen di atas, *mashlahah* dapat dibagi dua jenis: pertama, *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut kehidupan dunia dan akhirat. Kedua *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut hanya kehidupan akhirat. Dengan demikian seorang individu Islam akan memiliki dua jenis pilihan:

- berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk *mashlahah* jenis pertama dan berapa untuk *mashlahah* jenis ke dua.
- Bagaimana memilih didalam *mashlahah* jenis pertama: berapa bagian pendapatannya yang akan dialokasikan untuk memenuhi kebutuhan kehidupan dunia (dalam rangka mencapai kepuasan diakhirat) dan berapa bagian untuk kebutuhan akhirat.⁴⁸

Pada tingkat pendapatan tertentu konsumen Islam, karena memiliki alokasi untuk hal-hal yang menyangkut akhirat, akan mengkonsumsi barang lebih sedikit dari pada nonmuslim.⁴⁹ Hal yang membatasinya adalah konsep *mashlahah* tersebut di atas. Tidak semua barang/jasa yang memberikan kepuasan atau *utility* mengandung *mashlahah* di dalamnya, sehingga tidak semua barang/jasa dapat dan layak dikonsumsi oleh umat Islam. Dalam membandingkan konsep dengan pemenuhan kebutuhan (yang terkandung di dalamnya *mashlahah*), kita perlu membandingkan tingkatan-tingkatan tujuan hukum syara' yakni antara *darruriyyah*, *tahsiniyyah*, *hajiyyah*. Penjelasan dari masing-masing tindakan itu sebagai berikut:

Daruriyyah: tujuan daruriyyah merupakan tujuan yang harus ada dan mendasar bagi penciptaan kesejahteraan di dunia dan akhirat, yaitu mencakup

⁴⁸Mustafa Edwin Nasution, et al., eds., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, h. 63.

⁴⁹Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Cet. IV; Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada, 2011), h. 75.

terpelihara lima elemen dasar kehidupan yakni jiwa, keyakinan atau agama, akal atau intelektual, keturunan, dan keluarga serta harta benda. Jika tujuan daruriyyah diabaikan, maka tidak ada kedamaian, yang timbul adalah kerusakan (fasak) di dunia dan kerugian yang nyata di akhirat.

Hajiyyah: bertujuan memudahkan kehidupan dan menghilangkan kesempitan. Hukum syara' dalam kategori ini tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi melainkan menghilangkan kesempitan dan berhati-hati terhadap lima pokok tersebut.

Tahsiniyyah: syariat menghendaki kehidupan yang indah dan nyaman di dalamnya. Terdapat beberapa provisi dalam syariat yang dimaksudkan untuk mencapai kemanfaatan yang lebih baik, keindahan, dan simplifikasi dari daruriyyah dan hajiyyah. Misalkan dibolehkannya memakai baju yang nyaman dan indah.⁵⁰

Dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam.

Kaitannya dengan perilaku konsumsi aspek kesucian merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Kesucian disini tidak hanya diartikan bersih secara lahiriah dari unsur-unsur yang kotor dan najis, tetapi juga suci dan bersih dari hasil atau proses yang tidak sesuai aturan Islam.

⁵⁰ Mustafa Edwin Nasution, et al., eds., *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, h. 64.

BAB III

ETIKA KONSUMSI DALAM EKONOMI KONVENSIONAL

3.1 Etika Konsumsi Ekonomi Konvensional

Konsumsi merupakan kegiatan memanfaatkan barang-barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan hidup. Barang-barang yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan hidup ini tergantung dari pendapatan yang diperoleh.⁵¹

Perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh latar belakang yang sangat kompleks. Latar belakang itu menurut Arif Mufraini antara lain, tingkat pengetahuan, wawasan, lingkungan sosial budaya, kemampuan ekonomi dan kepribadian (psikologis). Karena itu, antara seorang individu dengan seorang individu lainnya akan berbeda sifat perilaku konsumsinya. Orang yang berpengetahuan dan berwawasan luas akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang berpengetahuan dan berwawasan sempit. Orang yang hidup di tengah-tengah lingkungan dan budaya yang maju akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang hidup di lingkungan dan budaya terbelakang. Orang yang memiliki

⁵¹Soeharno, *Teori Mikroekonomi*, (Ed. I; Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2007), h. 66.

kehidupan ekonomi yang kuat akan berbeda motif perilaku konsumsinya dengan orang yang memiliki kehidupan ekonomi yang lemah.

Ilmu ekonomi konvensional menurut Sulistyono disebutkan, bahwa perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh faktor internal di dalam diri manusia dan faktor eksternal di luar diri manusia. Keynes mengemukakan, perilaku konsumsi didorong motif yang berasal dari dalam diri manusia itu sendiri yang bersifat subyektif, yaitu keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Orang meminta barang/jasa karena barang/jasa dapat memenuhi kebutuhan hidupnya yang bersifat material.⁵²

Perilaku (tindakan) adalah berorientasi tujuan. Artinya untuk memenuhi kebutuhannya seorang konsumen harus memiliki tujuan akan tindakannya. Tujuan dibedakan kedalam tujuan generik yaitu kategori umum dari tujuan yang dipandang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan. Misalnya konsumen mengatakan ingin memiliki rumah, maka ia menyatakan tujuan generiknya. Rumah akan memberikan perlindungan fisik dan psikis atau rasa aman kepada konsumen. Kedua adalah tujuan produk khusus yaitu produk dan jasa yang dipilih konsumen sebagai tujuannya. Ketika konsumen menyatakan ingin membeli rumah dan lokasinya, maka ia telah menyatakan (*specific product goals*) atau produk yang diinginkan.⁵³ Contoh lain ketika seseorang haus, ia mencari minuman (tujuan generik) maka produsen harus menawarkan jika anda haus minum teh botol sosro yang segar.

Teori Maslow mengemukakan teori kebutuhan berjenjang/hirarki kebutuhan manusia. Menurutnya, manusia berusaha memenuhi kebutuhan tingkat rendahnya

⁵² Nasri Hamang Najed, *Ekonomi Islam*, h. 41

⁵³ Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, (Cet; I, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), 2012), h. 61.

terlebih dahulu sebelum memenuhi kebutuhan yang lebih tinggi. Lima kebutuhan manusia berdasarkan tingkat kepentingannya mulai dari yang paling rendah.

1. Kebutuhan fisiologis

Kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan tubuh manusia untuk mempertahankan hidup (makanan, air, udara, rumah, pakaian, dll). Menurut teori Engel,⁵⁴ semakin sejahtera seseorang maka semakin kecil persentase pendapatannya untuk membeli makan.

2. Kebutuhan rasa aman

Merupakan kebutuhan perlindungan bagi fisik manusia. Manusia membutuhkan perlindungan dari gangguan kriminalitas, sehingga ia bisa hidup aman dan nyaman. Keamanan fisik menyebabkan diperolehnya rasa aman secara psikis karena konsumen tidak merasa was-was dan khawatir.

3. Kebutuhan sosial

Berdasarkan kepada perlunya manusia berhubungan satu dengan yang lainnya, karena sesama individu saling membutuhkan.

4. Kebutuhan ego

Yaitu kebutuhan untuk berprestasi sehingga mencapai derajat yang lebih tinggi dari yang lainnya. Manusia berusaha mencapai prestis, reputasi (status lebih baik).

5. Kebutuhan aktualisasi diri

Menjadikan dirinya sebagai orang yang terbaik sesuai dengan potensi dan kemampuan yang dimilikinya. Keinginan untuk bisa menyampaikan ide, gagasan dan sistem nilai yang diyakininya kepada orang lain.⁵⁵

⁵⁴ Rahmat Ilyas, *Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam*, dalam jurnal *At-Tawassuth*, Vol. I, No. 1. 2016), h. 161.

⁵⁵ Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, h. 62.

Kegiatan ekonomi yang pada dasarnya dan awalnya lebih bersifat suatu ikhtiar untuk memenuhi kebutuhan hidup bersama seluruh individu, namun dalam perjalanannya berubah menjadi suatu upaya untuk memperbesar kepemilikan atau persediaan. Karena itu yang menonjol kemudian adalah keserakahan di dalam memiliki persediaan material dan bukan lagi sarana untuk dapat mencukupkan persediaan akan kebutuhan yang ada.⁵⁶

Machasin mengatakan, perilaku konsumsi seseorang tidak hanya bersifat atau bertujuan memenuhi kebutuhan hidupnya semata, tetapi juga untuk memenuhi tuntutan perilaku konsumsi dan penilaian orang-orang lain demi sebuah kepercayaan diri dan martabat kemanusiaan.⁵⁷ Misalnya orang yang hanya memiliki *hand phone* biasa merasa minder dengan orang yang memiliki *hand phone* android. Demikian seterusnya sehingga dapat dikatakan semakin banyak, mahal dan canggih produk-produk material yang dimiliki seseorang, semakin tinggi martabatnya dan semakin kuat kepercayaan dirinya. Atau semakna yang dikatakan Jean P. Baudrillard, yaitu ia merasa kaya, puas, bahagia, dan terbebaskan.

Penjelasan mengenai perilaku konsumen yang paling sederhana dapat dijumpai dalam hukum permintaan, yang menyatakan bahwa “bila harga suatu barang naik maka jumlah yang dimintai oleh konsumen akan barang tersebut akan turun, begitupula sebaliknya. Dengan asumsi *ceteris paribus* (faktor-faktor lain dianggap konstan)”.

Ada pendekatan (*approach*) untuk menerangkan mengapa konsumen berperilaku:

⁵⁶ Nasri Hamang Najed, *Ekonomi Islam*, h. 42.

⁵⁷ Nasri Hamang Najed, *Ekonomi Islam*, h. 43.

1. Pendekatan *marginal utility*, yang bertitik tolak penanggapan bahwa kepuasan (*utility* yang bersifat *cardinal*) seperti mengukur berat badan.
2. Pendekatan *indifference curve*, yang tidak memerlukan adanya anggapan bahwa kepuasan konsumen bisa diukur, anggapan yang diperlukan ialah bahwa tingkat kepuasan konsumen bisa dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah tanpa mengatakan berapa lebih tinggi atau lebih rendah (*utility* bersifat ordinal).⁵⁸

Kecenderungan mengkonsumsi marjinal adalah tambahan jumlah pengeluaran konsumsi oleh masyarakat sejalan dengan peningkatan pendapatannya. Kata marjinal selalu digunakan dalam ilmu ekonomi untuk menyatakan tambahan atau ekstra. Sebagai contoh biaya marjinal berarti tambahan biaya untuk memproduksi satu unit tambahan produk.

Keputusan mengkonsumsi suatu barang/jasa tertentu akan diawali oleh langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengenalan kebutuhan

Pengenalan kebutuhan muncul ketika konsumen menghadapi suatu masalah yaitu suatu keadaan dimana terdapat perbedaan antara keadaan yang diinginkan dan keadaan yang sebenarnya terjadi. Kebutuhan harus diaktifkan terlebih dahulu sebelum ia bisa dikenali. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pengaktifan kebutuhan yaitu, waktu, perubahan situasi, pemilikan produk, konsumsi produk, perbedaan individu, dan pengaruh pemasaran

2. Pencarian informasi

Pencarian informasi bisa melalui informasi internal maupun eksternal. Faktor-faktor yang mempengaruhi pencarian informasi adalah (1) faktor resiko produk

⁵⁸ M. Nur Rianto Al Arif dan Euis Amalia, *Teori mikroekonomi*, h. 93-94.

(keuangan, fungsi, psikologis, waktu, sosial, dan fisik. (2) faktor karakteristik konsumen (pengetahuan dan pengalaman konsumen, kepribadian dan karakteristik demografik). (3) faktor situasi (waktu yang tersedia untuk belanja, jumlah produk yang tersedia, lokasi toko, ketersediaan informasi, kondisi psikologis konsumen, resiko sosial dari situasi, dan tujuan belanja).

3. Evaluasi alternatif

Evaluasi alternatif adalah proses mengevaluasi pilihan produk dan merk dan memilihnya sesuai dengan yang diinginkan konsumen. Pada proses ini, konsumen membandingkan berbagai pilihan yang dapat memecahkan masalah yang dihadapinya. Setelah menentukan kriteria atau atribut dari produk atau merk yang dievaluasi, maka langkah berikutnya adalah menentukan alternatif pilihan. Konsumen akan mengurangi pilihan bila dirasa tidak memenuhi kriteria evaluasi. Kemudian konsumen akan menentukan pilihan produk. Teknik pemilihan produk ada dua yaitu pertama, teknik kompensatori adalah kelebihan suatu atribut dari sebuah merk dapat menutupi kelemahan suatu atribut lainnya.

4. Tindakan mengkonsumsi

Setelah menentukan pilihan produk, maka konsumen akan melanjutkan proses berikutnya, yaitu melakukan tindakan pembelian produk atau jasa tersebut. Jenis pembelian produk/jasa yang dilakukan oleh konsumen bisa digolongkan menjadi tiga macam yaitu: pembelian yang terencana sepenuhnya, pembelian yang separuh terencana, pembelian yang tidak terencana. Adapun proses pembelian melalui tahap pra-pembelian yaitu mencari informasi dan mempersiapkan dana. Selanjutnya tahap pembelian, perilaku konsumen yaitu berhubungan dengan toko, mencari produk di toko tersebut, dan transaksi.

5. Pasca konsumsi

Setelah mengkonsumsi produk/jasa, konsumen tidak akan berhenti hanya sampai disini, namun ada tindakan lain yang mengikuti konsumsi yang disebut tindakan pasca konsumsi. Tindakan pasca konsumsi tersebut akan berlanjut setelah konsumen melakukan evaluasi, bisa menimbulkan kepuasan, bisa ketidakpuasan.⁵⁹

Kecenderungan mengkonsumsi dalam makroekonomi menandakan tingkat konsumsi yang diinginkan. Dalam rangka menyusun paparan ilmiah perihal pilihan konsumen, harus mulai dengan membuat asumsi-asumsi yang melandasi berbagai hipotesa dan definisi dalam teori. Asumsi-asumsi ini sederhana dan berkaitan dengan segenap pilihan komoditi-komoditi. Di sini komoditi diartikan sebagai semua barang/jasa. Komoditi menimbulkan arus pelayanan konsumsi per unit waktu. Dalam model perilaku konsumen yang dipelajari, masyarakat memilih arus pelayanan yang dibuahkan oleh berbagai komoditi, bukan komoditinya sendiri. Jadi, kalau membeli mobil, yang dikonsumsi bukan mobilnya sendiri secara fisik, melainkan manfaatnya berupa kemudahan transportasi. Berikut ini adalah asumsi-asumsi dalam model yang dipelajari:

1. Setiap konsumen, ketika dihadapkan pada suatu pilihan antara berbagai kombinasi komoditi, bisa memilih kombinasi yang paling diinginkannya atau mengambil kombinasi mana saja jika semua kombinasi komoditi yang ada tidak banyak berbeda baginya. Dalam kalimat lain, dari serangkaian kombinasi komoditi yang menghasilkan kepuasan, konsumen dapat memilih sebuah

⁵⁹ Rini Dwiastuti, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar, *Ilmu Perilaku Konsumen*, h. 133-134.

kombinasi yang diinginkannya atau beberapa kombinasi sekaligus yang memberinya tingkat kepuasan yang sama. Karena konsumen mengetahui nilai utilitas dari segenap pilihan yang tersedia, maka dikatakan terdapat kelengkapan preferensi.

2. Konsumen senantiasa konsisten dalam membuat pilihan antara berbagai kombinasi komoditi. Jadi, jika konsumen pertama-tama sudah menunjukkan bahwa ia lebih suka mobil buatan *Ford* daripada buatan *Chevy*, tapi ia lebih suka *Chevy* daripada mobil *Toyota*, maka ia pasti lebih menyukai *Ford* daripada *Toyota*. Oleh sebab itu preferensi konsumen dikatakan bersifat *transitif* atau konsisten.
3. Lebih banyak selalu disukai daripada yang kurang banyak. Tidak ada seorang pun yang puas sepenuhnya meskipun ia sudah memperoleh semua barang kebutuhannya. Ia selalu ingin terus berkonsumsi. Inilah yang sering disebut sebagai asumsi ketiadaan kepuasan atau asumsi tanpa kejemuhan.⁶⁰

Kegiatan ekonomi pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan hidup bersama seluruh individu. Namun dalam perjalanannya berubah menjadi suatu upaya untuk memperbesar kepemilikan persediaan, karena didorong oleh faktor keinginan. Seseorang lebih menuruti hasrat untuk memenuhi keinginannya untuk semua jenis komoditi.

3.2 Konsep Utility Perilaku Konsumen Konvensional

3.2.1 Teori tingkah laku konsumen konvensional

3.2.1.1 Teori nilai guna (*utility*)

⁶⁰ Sadono Sukirno, *Makroekonomi Modern*, (Cet;II, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2000), h. 61.

Teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau *utility*. Kalau kepuasan itu semakin tinggi maka semakin tinggilah nilai gunanya atau utilitasnya.⁶¹

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan. Pendekatan nilai guna (*utility*) dan pendekatan nilai guna ordinal. Dalam pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Berdasarkan pada 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 mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasi.

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. Di dalam teori ekonomi kepuasan atau kenikmatan yang diperoleh seseorang dari mengkonsumsi barang-barang dinamakan nilai guna atau *utility*. Jika kepuasan itu semakin tinggi maka makin tinggilah nilai gunanya atau *utility*-nya. Dalam membahas mengenai nilai guna perlu dibedakan di antara dua pengertian: nilai guna total dan nilai guna marjinal.

Nilai guna total dapat diartikan sebagai jumlah seluruh kepuasan yang diperoleh dari mengkonsumsi sejumlah barang tertentu. Sedangkan nilai guna

⁶¹ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, (Ed. III, Cet. XX; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2004), h. 152.

marjinal berarti pertambahan atau pengurangan kepuasan sebagai akibat dan pertambahan atau pengurangan penggunaan satu unit barang tertentu. Untuk melihat dengan lebih jelas perbedaan kedua pengertian tersebut perhatikan contoh berikut. Nilai guna total dari mengkonsumsi 10 buah mangga meliputi seluruh kepuasan yang diperoleh dari makanan semua mangga tersebut. Sedang nilai guna marjinal dari mangga yang kesepuluh adalah pertambahan kepuasan yang diperoleh dari memakan mangga yang kesepuluh.

Hipotesis utama teori nilai guna, atau lebih dikenal sebagai hukum nilai guna marjinal yang semakin menurun, menyatakan bahwa tambahan nilai guna yang akan diperoleh seseorang dari mengkonsumsi suatu barang akan menjadi sedikit apabila orang tersebut terus menerus menambah konsumsinya ke atas barang tersebut. 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.

Pada hakikatnya hipotesis tersebut menjelaskan bahwa pertambahan yang terus menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak secara terus menerus menambah kepuasan yang dinikmati orang yang mengkonsumsikannya. Pada permulaannya setiap tambahan konsumsi akan mempertinggi tingkat kepuasan orang tersebut. Misalnya, apabila seseorang baru selesai berolahraga memperoleh segelas air, maka ia memperoleh sejumlah kepuasan daripadanya, dan jumlah kepuasan itu akan menjadi bertambah tinggi apabila ia dapat meminum segelas air lagi.

Kepuasan yang lebih tinggi akan diperolehnya apabila ia diberi kesempatan untuk memperoleh gelas yang ketiga. Pertambahan kepuasan ini tidak terus berlangsung. Misalnya pada gelas yang kelima orang yang berolahraga itu merasa

bahwa yang diminumnya sudah cukup banyak dan sudah memuaskan dahaganya. Kalau ditawarkan gelas keenam ia akan menolak, karena ia merasa lebih puas minum gelas yang kelima. Dengan demikian gelas yang 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.⁶²

Teori nilai guna dikenal dengan hukum *diminishing marginal utility*, yaitu penambahan suatu unit komoditas yang dikonsumsi.

Asumsi-asumsi pendekatan *utility*:

1. Konsumen rasional. Konsumen bertujuan memaksimalkan kepuasan dengan batasan pendapatannya.
2. Tingkat utility total yang dicapai seorang konsumen merupakan fungsi dari kuantitas berbagai barang yang dikonsumsi, atau *additive*, dan independen.
3. Konsumen akan memaksimalkan utilitasnya dengan tunduk kepada kendala anggaran.
4. Utility dapat diukur secara cardinal.
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).
6. Pendapatan konsumen tetap. Konstan *marginal utility of money* (uang mempunyai nilai subjektif yang tetap). Perhatikan tabel 3.1 berikut.

⁶² Sadono Sukirno, *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, (Cet. XXVII; Jakarta: PT Raja Grafindo, 2012), h. 153-154.

Jumlah barang x yang dikonsumsi	Total utility	Marginal utility
(Q)	(TU)	(MU)
0	-	
1	30,0	30,0
2	52,5	22,5
3	67,5	15,0
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

Sebagai ilustrasi perhatikan tabel berikut. Telihat bahwa TU akan meningkat apabila semakin banyak barang dibeli namun pada suatu saat yaitu pada unit ke enam 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.

Dari tabel tersebut terlihat bahwa nilai TU terus bertambah hingga kuantitas ke enam, sedangkan MU bertambah dengan pola menurun, hingga unit ke tujuh 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 enam dan ke tujuh.

Bila dikonsumsi terhadap barang x ditambah satu lagi menjadi ke 8, TU dalam mengkonsumsi barang x meurun menjadi 81 dan MU (-1,5).⁶³

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.

3.2.1.2 Surplus Konsumen

Sebagaimana diketahui bahwa konsumen menghendaki kombinasi barang yang dikonsumsinya akan menghasilkan kepuasan tertinggi.⁶⁴ Teori nilai guna dapat pula menerangkan tentang wujudnya kelebihan kepuasan yang dinikmati oleh para konsumen. Kelebihan kepuasan ini, dalam analisis ekonomi dikenal sebagai surplus konsumen. Surplus konsumen pada hakikatnya berarti perbedaan di antara kepuasan yang diperoleh seseorang di dalam mengkonsumsi sejumlah barang dengan pembayaran yang harus dibuat untuk memperoleh barang tersebut. Kepuasan yang diperoleh selalu lebih besar daripada pembayaran yang dibuat. Seperti contoh, seorang konsumen pergi ke pasar membeli mangga dan bertekad membeli satu buah yang cukup besar apabila harganya Rp. 1.500. sesampainya di pasar dia mendapati bahwa mangga yang diinginkannya hanya berharga Rp. 1000. Jadi dia dapat memperoleh mangga yang diinginkannya dengan harga Rp. 500 lebih murah daripada harga yang bersedia dibayarkannya. Nilai Rp. 500 ini dinamakan surplus konsumen.

⁶³H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Managerial dengan pendekatan Matematis*, hal. 39.

⁶⁴Ida Nuraeni, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Cet; II, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2002), h. 48.

Surplus konsumen wujud sebagai akibat dari nilai guna marginal yang semakin sedikit. Uraian ini telah menunjukkan bahwa harga suatu barang berkaitan rapat dengan nilai guna marginalnya. Misalkan pada barang ke-n yang dibeli, nilai guna marginalnya sama dengan harga. Dengan demikian, oleh karena nilai guna marginal dari barang ke-n adalah lebih rendah dari barang sebelumnya, maka nilai guna marginal barang yang sebelumnya adalah lebih tinggi dari harga barang itu dan perbedaannya merupakan surplus konsumen. Contoh dalam tabel 3.2 menggambarkan bagaimana surplus konsumen akan terwujud.

<i>Jumlah konsumsi mangga setiap minggu (1)</i>	Harga yang bersedia dibayar konsumen (2)	Surplus konsumen jika harga mangga Rp. 700/buah (3)	Jumlah surplus konsumen (4)
Mangga pertama	Rp. 1.700	Rp. 1.000	Rp.1000
Mangga kedua	1.500	800	1.800
Mangga ketiga	1.300	600	2.400
Mangga keempat	1.100	400	2.800
Mangga kelima	900	200	3.000
Mangga keenam	700	0	3.000
Mangga ketujuh	500	-	-
Mangga kedelapan	300	-	-

Kolom (2) dalam tabel 3.2 menunjukkan kesediaan seorang konsumen untuk membayar mangga yang diinginkannya. Untuk mangga yang pertama dia bersedia membayar Rp 1.700, mangga yang kedua dia bersedia membayar Rp. 1.500 dan

seterusnya. Misalkan di dalam pasar tersebut akan membeli enam mangga seminggu, karena untuk mangga yang keenam dia bersedia membayar Rp. 700 dan harga di pasar juga Rp. 700. Mangga ketujuh dan kedelapan tidak akan dibelinya karena harga pasar lebih tinggi daripada harga yang bersedia dibayarnya.

Surplus konsumen yang dinikmatinya ditunjukkan dalam kolom (3) dan kolom (4). Dalam kolom (3) ditunjukkan surplus konsumen yang diwujudkan oleh setiap mangga yang dibelinya. Sebagai contoh, untuk memperoleh mangga yang ketiga dia bersedia membayar Rp. 1.300, sedangkan harga yang harus dibayarnya adalah Rp. 700. Maka apabila mangga yang ketiga dibeli, untuk konsumsi ini ia akan memperoleh surplus konsumen sebesar Rp. 600. Karena untuk mangga pertama hingga yang kelima, harga yang bersedia dibayarnya adalah lebih tinggi daripada harga pasar, maka konsumen mangga itu akan memperoleh surplus konsumen yang lebih besar apabila konsumsi mangganya dinaikkan sehingga mencapai lima buah seminggu.

Dia akan menghentikan membeli mangga apabila konsumsi mangganya adalah enam mangga seminggu karena untuk mangga yang keenam ini pembeli mangga tersebut tidak memperoleh surplus konsumen lagi. Jumlah seluruh surplus konsumen yang dinikmati dari membeli enam mangga tersebut ditunjukkan dalam kolom (4), yaitu sebanyak Rp. 3.000.⁶⁵

Menurut Carl Menger, bahwa semua barang dan jasa melewati serangkaian proses produksi, dari komoditas baku menjadi barang konsumen akhir. Menger memulai dengan barang konsumen akhir, yakni barang yang memuaskan kebutuhan manusia secara langsung, barang konsumen akhir ini disebut Menger sebagai barang

⁶⁵ Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Mikroekonomi*, h. 159-161.

urutan pertama. Contohnya adalah roti, sepatu, atau baju. Tujuan utama dari produksi adalah memenuhi kebutuhan manusia dengan menciptakan barang dan jasa yang lebih baik dan murah. Setelah barang urutan pertama ini ada barang urutan kedua, yakni barang produksi dalam proses seperti tepung, kulit, dan bahan pakaian. Melangkah mundur lagi ada barang urutan ketiga, seperti gandum, kulit, dan wol. Menger menamakan barang konsumen akhir sebagai urutan rendah dan barang urutan awal sebagai urutan tinggi. Dari pengurutan ini ia menciptakan prinsip umum, yakni permintaan untuk barang produksi urutan tinggi bersal dari urutan yang terkait di urutan yang rendah.

Menurut Menger faktor penentu dalam nilai suatu barang bukan kuantitas tenaga kerja atau kuantitas barang-barang lain yang diperlukan untuk produksinya atau kuantitas yang diperlukan untuk memproduksinya, yang menentukan adalah besarnya arti penting dari kepuasannya di mana secara sadar tergantung pada fungsi barang tersebut. Jadi, nilai dari semua barang produsen dan modal pada akhirnya ditentukan oleh konsumen.

BAB IV

PERBANDINGAN ETIKA KONSUMSI DALAM SISTEM EKONOMI ISLAM DAN EKONOMI KONVENSIONAL

4.1 Perbedaan Etika Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

4.1.1 Perilaku konsumen

Perilaku konsumen terdiri dari dua kata, yaitu perilaku dan konsumen. Secara bahasa, perilaku berarti tingkah, tindakan. Adapun secara terminologi perilaku adalah kegiatan atau aktivitas organisme (mahluk hidup) yang bersangkutan, sehingga yang dimaksud dengan perilaku manusia pada hakikatnya adalah tindakan atau aktivitas manusia itu sendiri, baik yang dapat diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar dan mempunyai bentangan yang luas, antara lain, berjalan, berbicara, menangis, dan bekerja.

Konsumen berarti orang yang melakukan konsumsi. Secara bahasa, konsumsi berarti merusak, menghabiskan, menyita, memakan atau meminum habis, dan mengahmburkan. Dalam kamus bahasa Indonesia, konsumsi berarti pemakaian hasil barang produksi (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya).⁶⁶ Konsumen adalah orang menikmati kegunaan suatu barang/jasa untuk dirinya, bukan untuk dijual atau diolah atau dikerjakan kembali.

Berangkat dari paparan pengertian di atas, maka dapat dipahami bahwa konsumsi sebenarnya tidak identik dengan makan dan minum dalam istilah teknis sehari-hari, akan tetapi juga meliputi pemanfaatan atau pendayagunaan segala sesuatu

⁶⁶ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Cet. I; Ed. IV, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama), h. 728.

yang dibutuhkan manusia. Namun karena yang populer dikenal masyarakat luas tentang konsumsi adalah makan dan minum, maka tidak mengherankan jika konsumsi sering diidentikan dengan makan dan minum.

Dalam mendefinisikan konsumsi terdapat perbedaan di antara para pakar ekonomi, namun konsumsi secara umum didefinisikan dengan penggunaan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam ekonomi Islam, konsumsi juga memiliki pengertian yang sama, tapi memiliki perbedaan. Perbedaan yang mendasar dengan konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan pencapaian konsumsi itu sendiri dan cara pencapaiannya harus memenuhi pedoman syariah Islam.

Menurut Qal'ahjiy, konsumsi adalah melenyapkan zat sesuatu atau menghabiskan manfaat sesuatu untuk memperoleh manfaatnya.⁶⁷ Menurut Mannan (seseorang profesor dari *Islamic research and training institute Islamic development bank, jeddah*), konsumsi adalah permintaan, sedangkan produksi adalah penawaran atau penyediaan. Menurut beliau, perbedaan ilmu ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistik semata-mata dari pola konsumsi konvensional.

Berdasarkan definisi di atas, dapat ditarik pemahaman bahwa perilaku konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

⁶⁷ Isnaini Harahap, et al., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, h. 154-155.

4.1.1.1 Perilaku konsumen muslim dan non muslim

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*), atau menguntungkan (*advantage*). Utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan seorang konsumen ketika mengkonsumsi sebuah barang. Perilaku konsumen adalah kecenderungan konsumen dalam melakukan konsumsi, untuk memaksimalkan kepuasannya. Rasionalnya, konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang/jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang/jasa tersebut.

Kepuasan dan perilaku konsumen dalam kajian ekonomi konvensional mempunyai dua hal yang perlu dikritisi, yaitu:

1. Tujuan konsumen yaitu mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang/jasa yang dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. Hal ini perlu dikritik karena barang yang memuaskan belum tentu identik dengan barang yang membawa manfaat atau kebaikan.
2. Batasan konsumsi hanya terpaku pada *budget constraints* (batas anggaran). Sepanjang ada anggaran, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap ini akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan barang yang dikonsumsi.

Berbeda dengan tujuan konsumsi konvensional, seorang muslim dalam melakukan konsumsi lebih mempertimbangkan *mashlahah* daripada utilitas. *Mashlahah* berasal dari kata *salaha* yang berarti baik. Dalam arti umum *mashlahah*

bermakna segala sesuatu yang bermanfaat bagi manusia, baik dalam arti menarik maupun menghasilkan, seperti menghasilkan keuntungan atau dalam arti menolak atau menghindarkan, seperti menolak kemudaratan atau kerusakan. Kekuatan *mashlahah* dapat dilihat dari segi tujuan syara' dalam menetapkan hukum, yang berkaitan dengan lima prinsip pokok bagi kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta.

Dapat dilihat dari tingkat kebutuhan dan tuntutan kehidupan manusia pada lima hal tersebut, yaitu: pertama, *mashlahah daruriyyah* yaitu kemashlahatan yang menjadi dasar tegaknya kehidupan asasi manusia, baik yang berkaitan dengan agama maupun dunia. Jika dia luput dari kehidupan manusia maka mengakibatkan rusaknya tatanan kehidupan manusia tersebut. Mashlahat *dharuriyyah* ini merupakan dasar asasi untuk terjaminnya kelangsungan hidup manusia. Jika ia rusak, maka akan muncul fitnah dan bencana yang besar. Kedua, *mashlahah hajiyyat* yaitu segala sesuatu yang hukum syara' tidak dimaksudkan untuk memelihara lima hal pokok tadi, akan tetapi dimaksudkan untuk menghilangkan kesulitan, kesusahan, kesempitan, dan *ihthyath* (berhati-hati) terhadap lima hal pokok tersebut. Ketiga, *mashlahah tahsiniyyat* yaitu tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi tidak mengancam eksistensi salah satu dari kelima pokok di atas serta tidak pula menimbulkan kesulitan. Sekiranya kemashlahatan tidak dapat diwujudkan dalam kehidupan tidaklah menimbulkan kesulitan dan kegoncangan serta rusaknya tatanan kehidupan manusia.⁶⁸

Pencapaian *mashlahah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqasid syariah*). *Maqasid syariah* menghendaki aktivitas dan tujuan konsumsi adalah dalam

⁶⁸ Isnaini Harahap, et., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, h. 156-157.

rangka memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan beragamanya. Konsumsi dalam Islam mempunyai tingkatan pemenuhan kebutuhan. Islam memberikan norma-norma dan batasan-batasan pada individu dalam rangka memenuhi kebutuhan hidup mereka. Norma dan batasan ini pada akhirnya yang membentuk pola perilaku konsumsi tertentu bagi individu muslim yang secara zahir membedakannya dengan perilaku (*lifestyle*) yang tidak memiliki roh konsumsi Islam.

Menurut Yusuf Qardhawi, ada beberapa norma dasar yang menjadi landasan dalam berperilaku konsumsi seorang muslim, antara lain:

1. Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir;
2. Tidak melakukan kemubaziran;
3. Tidak hidup mewah dan boros;
4. Kesederhanaan;
5. Mementingkan kehendak sosial dibandingkan yang bersifat pribadi.

Tidak *israf* merupakan tuntutan yang harus disesuaikan dengan kondisi seseorang, karena kadar yang dinilai cukup bagi seseorang, belum tentu cukup bagi orang lain. Maka yang lebih tepat tidak *israf* dimaknai dengan berbuat proporsional dalam berbagai hal, baik makan, minum, pakaian, alat rumah tangga, dan sebagainya.

Allah swt. sangat membenci orang yang berlebih-lebihan. Seseorang yang belanja dengan *israf*, tanpa skala prioritas *maqasid* (mashlahat), sehingga lebih besar *spending* dari penghasilan akan membuahkan bencana, yaitu akan mencelakakan dirinya. Kebutuhan manusia tentu tidak sebatas makan, minum, pakaian, perumahan, tetapi juga kendaraan, sarana komunikasi dan alat-alat teknologi lainnya, seperti *handphone*, komputer, *notebook*, dan alat rumah tangga yang mempermudah kehidupan manusia. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, manusia sering tidak

pernah merasa puas dengan apa yang telah dinikmati (konsumsi). Manusia sering dihinggapi penyakit tamak. Jika manusia telah mendapatkan dan menikmati sesuatu, maka ia ingin mendapatkan yang satu lainnya.⁶⁹

Tuntunan Islam dalam mengkonsumsi makanan dan minuman yaitu mencari yang *ma'ruf* dan baik. Dalam mencari barang yang hendak dikonsumsi, setiap insan harus menjauhi godaan-godaan setan yang senantiasa bermaksud menjerumuskan manusia kepada perbuatan tercela, seperti korupsi, pungli, dan mencuri. Selain itu, Al-Qur'an mengingatkan agar manusia tidak hanyut dan tenggelam dalam kehidupan yang materialistis dan hedonis. Akan tetapi hal itu bukan berarti bahwa Islam melarang manusia untuk menikmati kehidupan dunia ini. Sebagai anugerah Allah, Dia memberikan segalanya kepada manusia, berupa pakaian, makanan, minuman, perumahan, kendaraan, alat komunikasi, alat rumah tangga, dan lain-lain.

Kekayaan atau harta dalam Islam merupakan amanah Allah yang harus dibelanjakan secara benar, yaitu harus seimbang dan adil, tidak boros, tidak kikir, dan tidak pula mubazir. Harta yang dimiliki tidak semata-mata untuk dikonsumsi, tetapi juga untuk kegiatan sosial seperti zakat, infak, dan sedekah. Hal ini yang membedakan antara perilaku konsumen dalam ekonomi konvensional dengan ekonomi Islam. Nafkah atau infak harus dilakukan dalam rangka ketaatan kepada Allah swt. Pada hakikatnya, apa pun yang diinfakkan adalah untuk kebaikan diri sendiri dan diganti oleh Allah swt. Hal ini tertera dalam Al-Qur'an pada surah Muhammad/47 : 38 dan Saba'/34 : 39.

⁶⁹ Isnaini Harahap, et al., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, h. 158-159.

QS. Muhammad/47 : 38

هَاتُتُمْ هَتُولَاءِ تَدَعُونَ لِتُنْفِقُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَمِنْكُمْ مَن يَبْخُلُ وَمَن يَبْخُلْ

فَإِنَّمَا يَبْخُلُ عَن نَّفْسِهِ وَاللَّهُ الْغَنِيُّ وَأَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ وَإِن تَتَوَلَّوْا يَسْتَبَدِلْ قَوْمًا

غَيْرِكُمْ ثُمَّ لَا يَكُونُوا أَمْثَلِكُمْ ﴿٣٨﴾

Terjemahnya:

Ingatlah, kamu ini orang-orang yang diajak untuk menafkahkan (hartamu) pada jalan Allah. Maka di antara kamu ada yang kikir, dan siapa yang kikir Sesungguhnya Dia hanyalah kikir terhadap dirinya sendiri. dan Allah-lah yang Maha Kaya sedangkan kamulah orang-orang yang berkehendak (kepada-Nya); dan jika kamu berpaling niscaya Dia akan mengganti (kamu) dengan kaum yang lain; dan mereka tidak akan seperti kamu ini.⁷⁰

QS. Saba'/34 : 39

قُلْ إِنَّ رَبِّي يَبْسُطُ الرِّزْقَ لِمَن يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَيَقْدِرُ لَهُ وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِّن شَيْءٍ فَهُوَ

مُخْلَفُهُ وَهُوَ خَيْرُ الرَّزَاقِينَ ﴿٣٩﴾

Terjemahnya:

Katakanlah: "Sesungguhnya Tuhanku melapangkan rezki bagi siapa yang dikehendaki-Nya di antara hamba-hamba-Nya dan menyempitkan bagi (siapa yang dikehendaki-Nya)". dan barang apa saja yang kamu nafkahkan, Maka Allah akan menggantinya dan Dia-lah pemberi rezki yang sebaik-baiknya.⁷¹

Menurut Metwally, ada beberapa perbedaan perilaku konsumen muslim dan non muslim, di antaranya:

⁷⁰ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 950.

⁷¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 791.

1. Seseorang konsumen muslim tidak hanya mencapai kepuasan (*utility*) dari konsumsi barang dan penguasaan barang tahan lama, tapi fungsi utilitasnya juga berpusat sekitar kepuasan yang dikehendaki Allah. Hal ini berarti kepuasan konsumen muslim memiliki fungsi sedekah.
2. Jumlah barang/jasa yang dapat dikonsumsi oleh konsumen muslim berbeda dengan konsumen non muslim walaupun barang tersebut sama-sama tersedia.
3. Seorang muslim dilarang menerima atau membayar bunga dari berbagai pinjaman.
4. Pendapatan seorang konsumen muslim dapat dioptimalkan, yaitu pendapatan bersih setelah zakat.
5. Seorang konsumen muslim harus memperhitungkan konsumsinya dan tidak boleh menghamburkan hartanya.

Prinsip moralitas juga terlihat dari ajaran Islam menganjurkan agar menyebut nama Allah sebelum makan dan minum dan mengucapkan *alhamdulillah* setelah melakukan konsumsi. Demikian pula dalam berpakaian, naik kendaraan, dan lain-lain. Dengan demikian konsumen muslim akan merasakan kehadiran Ilahi pada proses konsumsi barang-barang yang dibutuhkannya. Hal ini penting, karena Islam menghendaki perpaduan perilaku material dan nilai-nilai spiritual. Dengan demikian, prinsip akhlak Islami mengajarkan bahwa konsumsi harus dapat memenuhi etika, adat kesopanan, dan perilaku terpuji.

Islam menggariskan bahwa tujuan konsumsi bukan semata-mata memenuhi kepuasan terhadap barang (utilitas), namun yang lebih utama adalah sarana untuk mencapai kepuasan sejati yang utuh dan komprehensif, yaitu kepuasan dunia dan akhirat (*falah*). Oleh karena itu, konsumen rasional dalam ekonomi Islam adalah

konsumen yang dapat memandu perilakunya supaya dapat mencapai kepuasan maksimum sesuai dengan norma-norma Islam yang dapat pula diistilahkan dengan *mashlahah*. Jadi, tujuan konsumen muslim bukan memaksimumkan *utility* tetapi memaksimumkan *mashlahah*.

Parameter kepuasan dalam ekonomi Islam bukan hanya terbatas pada benda-benda konkret (materi), tapi juga tergantung pada sesuatu yang bersifat abstrak, seperti amal saleh yang dilakukan manusia. Kepuasan dapat timbul dan dirasakan oleh seorang manusia muslim ketika harapan mendapat *kredit poin* dari Allah swt. melalui amal salehnya. Terdapat nilai di luar diri manusia yang kemudian membentuk perilaku ekonomi. Nilai ini diyakini sebagai tuntunan utama dalam hidup dan kehidupan manusia.⁷²

Perbedaan etika perilaku konsumsi ekonomi Islam dan ekonomi konvensional adalah perilaku konsumsi dalam Islam dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt. sehingga konsumsi tersebut bertujuan untuk mencapai kepuasan sejati yaitu kepuasan di akhirat. Sedangkan dalam ekonomi konvensional konsumsi bertujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan agar tercapainya suatu kepuasan dalam melakukan kegiatan konsumsi dan tidak memperhatikan halal haramnya suatu barang/jasa yang dikonsumsi tersebut.

Dalam ekonomi Islam terdapat beberapa etika dalam melakukan konsumsi yaitu hidup sederhana, tidak boros, tidak kikir, tauhid, tanggung jawab terhadap lingkungan sosial yaitu sedekah, infak dan sedekah. Semua itu adalah etika yang ditetapkan atau diatur dalam Islam sehingga dapat keberkahan di dunia maupun di akhirat. Sedangkan dalam ekonomi konvensional tidak dapat aturan yang

⁷² Isnaini Harahap, et al., eds., *Hadis-Hadis Ekonomi*, h. 160-162.

mengharuskan seseorang untuk melakukan kegiatan konsumsi seperti dalam ekonomi Islam. Dalam ekonomi konvensional seseorang yang memiliki harta atau kekayaan akan membelanjakan hartanya sampai merasakan kepuasan yang tertinggi. Konsumsi ekonomi konvensional sangat mementingkan egonya, dia tidak memperhatikan lingkungan sosialnya hanya mementingkan diri sendiri untuk bisa mengkonsumsi lebih banyak yang mereka perlukan dan inginkan.

4.2 Persamaan Konsumsi Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional

Konsumsi memiliki urgensi yang sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh sebab itu, sebagian besar konsumsi akan diarahkan kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan manusia dan tugasnya dalam kehidupan.

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 umum.

Selanjutnya konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional berfungsi sebagai penopang kehidupan, dan juga berfungsi sebagai salah satu instrumen untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi di sebuah Negara.

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.

Persamaan konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional adalah konsumsi merupakan penggunaan barang/jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan merupakan keinginan manusia untuk mendapatkan sesuatu yang diperlukan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidupnya dan menjalankan fungsinya.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Dalam perspektif Islam, kegiatan konsumsi dilakukan dalam rangka beribadah kepada Allah swt. sehingga senantiasa berada dalam hukum Allah (syariah). Karena itu orang mukmin berusaha mencari kenikmatan dengan menaati perintahnya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugerah yang diciptakan Allah untuk umat manusia. Adapun etika konsumsi dalam ekonomi Islam yaitu, tauhid, adil, kehendak bebas, amanah, halal, dan sederhana.

Dalam hal konsumsi terdapat *mashlahah* atau manfaat suatu barang/jasa yang akan dikonsumsi. *Mashlahah* dapat dibagi dua jenis: pertama, *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut kehidupan dunia dan akhirat. Kedua *mashlahah* terhadap elemen-elemen yang menyangkut hanya kehidupan akhirat.

5.1.2 Ekonomi konvensional, konsumsi diasumsikan bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Penjelasan mengenai perilaku konsumen yang paling sederhana dapat dijumpai dalam hukum permintaan, yang menyatakan bahwa “bila harga suatu barang naik maka jumlah yang dimintai oleh konsumen akan barang tersebut akan turun, begitupula sebaliknya.

Teori tingkah laku konsumen dapat dibedakan dalam dua macam pendekatan. Pendekatan nilai guna (*utility*) dan pendekatan nilai guna ordinal. Dalam pendekatan nilai guna kardinal dianggap manfaat atau kenikmatan yang

diperoleh seorang konsumen dapat dinyatakan secara kuantitatif. Berdasarkan pada 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 mengkonsumsi barang-barang tidak dikuantifikasi.

5.1.3 Perbedaan etika perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam dan konvensional adalah konsumsi ekonomi Islam seorang konsumen muslim dalam melakukan konsumsi lebih mempertimbangkan *mashlahah* dari pada utilitas. Kekuatan *mashlahah* dapat dilihat dari segi tujuan syara' dalam menetapkan hukum, yang berkaitan dengan lima prinsip pokok bagi kehidupan manusia, yaitu agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Sedangkan etika perilaku konsumsi ekonomi konvensional adalah tujuan konsumen yaitu mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang/jasa yang dikonsumsi didasarkan pada kriteria kepuasan. Hal ini perlu dikritik karena barang yang memuaskan belum tentu identik dengan barang yang membawa manfaat atau kebaikan.

Batasan konsumsi hanya terpacu pada *budget constraints* (batas anggaran). Sepanjang ada anggaran, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap ini akan menafikan pertimbangan kepentingan orang lain atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan barang yang dikonsumsi.

5.1.4 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. Selanjutnya konsumsi dalam ekonomi Islam dan ekonomi konvensional berfungsi sebagai penopang kehidupan, dan juga berfungsi sebagai salah satu instrumen untuk mengukur tingkat pertumbuhan ekonomi di sebuah negara.

5.2 Saran

Konsumsi merupakan kegiatan dalam memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan akan barang/jasa. Konsumsi sangat penting bagi kehidupan manusia, maka perlu kiranya penulis memberikan saran sebagai berikut:

- 5.2.1 Mengonsumsi suatu barang/jasa perlu adanya pertimbangan untuk mengetahui suatu barang/jasa layak untuk dikonsumsi atau tidak.
- 5.2.2 Dalam melakukan konsumsi maka perilaku konsumen terutama muslim selalu dan harus di dasarkan pada syariat Islam. Konsumsi tersebut harus melindungi jiwa, akal, agama, keturunan dan harta.
- 5.2.3 Konsumsi yang dilakukan harus menjauhi kemegahan, kemewahan, kemubadziran, dan menghindari hutang. Konsumsi yang halal itu adalah konsumsi terhadap barang yang halal, dengan proses yang halal dan cara yang halal, sehingga akan diperoleh manfaat dan berkah.
- 5.2.4 Dalam mengonsumsi diharapkan akan didapat manfaat seperti manfaat material, fisik, intelektual, lingkungan dan bermanfaat untuk keturunan dan generasi yang akan datang.
- 5.2.5 Lebih mementingkan konsumsi yang sesuai dengan kebutuhan dari pada konsumsi yang sesuai dengan keinginan karena konsumsi tersebut cenderung berlebihan, mubazir dan boros.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Asqalani, Ibnu Hajar. 2011. *Fathul Baari Syarah Shahih Al Bukhari* terj. Amiruddin, *Fathul Baari Penjelasan Kitab Shahih Al Bukhari* Cet. II; Jakarta Selatan: Pustaka Azzam.
- Almizan, *Konsumsi Menurut Ekonomi Islam dan Kapitalis*, dalam jurnal *Al Masraf* (Lembaga Keuangan dan Perbankan) volume I, No.1, Januari – Juni 2016.
- Aravik, Havis. 2016. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Empatdua.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. 2012. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Cet; I; Ed. IV, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Dwiastuti, Rini, Agustina Shinta, dan Riyanti Isaskar. 2012. *Ilmu Perilaku Konsumen*. Cet; I, Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press).
- H. Aulia Tasman dan H. M. Havidz Aima, *Ekonomi Managerial dengan pendekatan Matematis*, hal. 39.
- Harahap, Isnaini, et al., eds. 2015. *Hadis-Hadis Ekonomi*, Cet; I; Jakarta: Kencana.
- Haroni Doli H. Ritonga, Pola Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam, dalam *Jurnal Ekonomi*, Vol. 13, No. 3 Juli 2010.
- Karim, Adiwarmanto A. 2001. *Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer*, Cet. I; Jakarta: Gema Insani.
- Karim, Adiwarmanto A. 2011. *Ekonomi Mikro Islami*, Cet. IV; Jakarta Utara: PT RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Agama RI. 2012. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Pustaka Agung Harapan.
- Manan, M. Abdul. 1995. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti.
- Najed, Nasri Hamang. 2013. *Ekonomi Islam*, Parepare: LBH Press STAIN Parepare.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. 2003. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Nasution, Mustafa Edwin Budi Setyanto, et al., eds. 2010. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Cet. I; Jakarta: Kencana.

- Nawawi, Ismail. 2010. *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*. Surabaya: PPM.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian: skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya Ilmiah*, Ed I. Cet II; Jakarta: Kencana.
- Nuraeni, Ida. 2002. *Pengantar Ekonomi Mikro*, Cet; II, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Prastowo, Andi. 2011. *Memahami metode-metode Penelitian*. Cet; I, Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Pujiyono, Arif. Teori Konsumsi Islami. jurnal dinamika Pembangunan Vol. 3 No. 2, Desember 2006 .
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerja Sama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers).
- Qardhawi, Yusuf. 1997. *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Cet; I, Jakarta: Gema Insani.
- Rianto, M. Nur Al Arif dan Euis Amalia. 2010. *Teori Mikroekonomi (Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional)*, Cet; I, Jakarta: Kencana.
- Rivai, Veithzal dan Andi Buchari. 2013. *Islamic Economics*. Cet; II, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Soeharno. 2007. *Teori Mikroekonomi*, Ed. I; Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sukirno, Sadono. 2004. *Pengantar Teori Mikroekonomi*, Ed. III, Cet. XX; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, Sadono. 2000. *Makroekonomi Modern*, Cet; II; Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sukirno, Sadono. 2010. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Cet; XXV, Ed. III, Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Sukirno, Sadono. 2012. *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, Cet. XXVII; Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ummi Hani, *Teori Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisi Perbandingan)*, Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah, Muamalah, Parepare, 2017.
- Rahmat Ilyas, Etika Konsumsi dan Kesejahteraan dalam Perspektif Ekonomi Islam, dalam jurnal At-Tawassuth, Vol. I, No. 1. 2016.

BIOGRAFI PENULIS



Lisdayanti, dilahirkan di Mallawa pada tanggal 09 Juli 1996 anak kelima dari 5 bersaudara dari pasangan Lahu dan Marwiah. Penulis mulai masuk pendidikan formal di SDN 3 Center Mallawa pada tahun 2002 dan selesai pada tahun 2008, penulis melanjutkan pendidikannya pada tahun yang sama di SMPN 1 Mallusetasi dan selesai pada tahun 2011. Kemudian, di tahun yang sama penulis melanjutkan kembali pendidikannya di MAN 2

Parepare dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN Parepare) pada Program Sarjana Strata Satu (S1) dengan mengambil Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah (Muamalah). Selanjutnya pada tahun 2018 STAIN Parepare beralih nama menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN Parepare). Untuk memperoleh gelar sarjana hukum penulis mengajukan skripsi dengan judul “Konsep Etika Konsumsi dalam Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional (Analisis Perbandingan)”.