



FAKTOR KONSUMSI DALAM EKONOMI ISLAM

Dewi Ghitsatul Hisan¹, Siti Haniatunnisa²

UIN Syarif Hidayatullah Jakarta¹, STIF Syeikh Nawawi Tanara Serang²

Abstract

The foundation of Muslim consumer behavior is different from conventional consumers. This paper aims to find out how the consumption factor is in an Islamic perspective and its differences in a conventional perspective. This paper uses a qualitative descriptive approach with a literature study for data collection. Conventional consumers emphasize maximum satisfaction and efforts to fulfill needs and desires without restrictions. In contrast to Muslim consumers who have limitations in their consumption activities and strive to achieve optimal maslahah levels. Humans as rational man in conventional economics, and as Islamic man in Islamic economics. This also results in a difference between needs and wants.

Keywords: Relational Economic Man, Needs and Desires, Consumption, Islam, Islamic Man

Abstrak

Landasan perilaku konsumen muslim berbeda dengan konsumen konvensional. Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor konsumsi dalam perspektif islam dan perbedaanya dalam perspektif konvensional. Tulisan ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan studi pustaka untuk pengumpulan datanya. Konsumen konvensional menekankan pada kepuasaan maksimum dan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan tanpa batasan. Berbeda dengan konsumen muslim yang memiliki batasan-batasan dalam kegiatan konsumsinya dan berupaya untuk mencapai tingkat maslahah optimal. Manusia sebagai rational man dalam ekonomi konvensional, dan sebagai Islamic man dalam ekonomi islam. Hal ini juga mengakibatkan ada perbedaan antara kebutuhan dan keinginan.

Kata Kunci: Relational Economic Man, Kebutuhan dan Keinginan, Konsumsi, Islam, Islamic Man

Copyright (c) 2023 Dewi Ghitsatul Hisan¹, Siti Haniatunnisa².

✉ Corresponding author : Dewi Ghitsatul Hisan
Email Address : ghitsatulhisandewi@gmail.com

PENDAHULUAN

Kegiatan konsumsi merupakan bagian dari kegiatan ekonomi yang sangat penting. Semua manusia pasti terlibat dalam kegiatan konsumsi, hamper tidak ada satupun yang tidak terlibat. Kegiatan ini mencakup seluruh perilaku konsumen yang berkaitan dengan kegiatan pertukaran, baik yang bersifat pertukaran nilai produk atau pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perilaku konsumen adalah perilaku jangka panjang terhadap alokasi pendapatannya untuk melakukan konsumsi yang meliputi proses membuat keputusan terhadap produk atau jasa yang akan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidup sekaligus mencapai kepuasan.

Namun demikian, kegiatan konsumsi yang dilakukan, dalam praktiknya sering tidak sejalan dengan tujuan-tujuan kesejahteraan sosial. Banyak kegiatan konsumsi yang menimbulkan ketidakadilan dan perilaku-perilaku yang merugikan antar sesama. Hal ini karena perilaku konsumsi sering mengedepankan kepentingan diri sendiri (self interest) untuk mendapatkan kepuasan yang maksimal (utilitarianisme). Konsep self interest tersebut mengandung konsekuensi terhadap perilaku konsumsi yang lebih longgar (mengabaikan kepentingan orang lain) karena ukuran rasionalnya adalah memenuhi self interest. Begitu juga dapat diperoleh meski harus mengorbankan kepentingan pihak lain.

Sikap self interest dan utilitarianisme ini juga semakin dikuatkan dengan paradigma ekonomi konvensional yang mengatakan bahwa kebutuhan manusia relatif tidak terbatas sementara sumber daya yang tersedia sangat terbatas sehingga menimbulkan kelangkaan (scarcity). Akibatnya manusia dalam memenuhi setiap kebutuhannya akan berusaha memilih alternative yang paling menguntungkan bagi dirinya. Maka timbulah perilaku konsumen yang tujuannya untuk memperoleh kepuasan yang maksimal (optimum utility) dengan berusaha mengkonsumsi barang dan jasa sebanyak-banyaknya, dengan pendapatan yang terbatas.

Karena konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan maksimal, maka ia akan memilih mengkonsumsi suatu barang, tergantung pada tingkat kepuasan yang diberikan oleh barang tersebut. Untuk mendapatkan tujuannya, ia akan melihat anggaran yang dimilikinya. Jika cukup, ia akan membelinya, jika tidak, ia tidak membelinya atau membeli barang lain yang kepuasannya maksimal dan terjangkau oleh anggarannya. Dari paradigma yang menekankan optimum utility di atas, ada dua hal yang dapat dikritisi. (1). Tujuan konsumen konvensional adalah mencari kepuasan tertinggi. Penentuan barang atau jasa yang dikonsumsi berdasarkan kriteria kepuasan, bukan manfaat dan kebaikan. Padahal tidak semua barang yang memuaskan identik dengan manfaat dan kebaikan. (2). Batasan atau kontrol konsumsi adalah kemampuan anggaran. Artinya sepanjang ia memiliki pendapatan, maka tidak ada yang bisa menghalanginya untuk mengkonsumsi barang yang diinginkan. Sikap ini menafikan pertimbangan kepentingan orang lain, atau pertimbangan aspek lain seperti kehalalan.

Dalam perspektif Islam perilaku konsumen selalu berpedoman kepada ajaran Islam, diantaranya: (1). Barangnya harus yang halal dan baik (halalan thayyibah), secara zat dan cara memperolehnya. (2). Tidak mengutamakan diri sendiri (self interest) dan mengabaikan orang lain. Dalam Islam seorang muslim wajib membagi makanan yang dimasaknya kepada tetangganya yang merasakan aroma dari makanan tersebut. Seorang muslim diharamkan hidup dalam keadaan serba berkelebihan sementara ada tetangganya yang menderita kelaparan. Penerapan hadis ini juga berarti seseorang harus mampu menahan keinginan diri (hawa nafsu) untuk mencari kepuasan jika itu mengganggu kepuasan orang lain. (3). Membedakan antara kebutuhan (need) dan keinginan (want). (4). Preferensi konsumen muslim berdasarkan prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas. (5). Tujuan konsumsi

dalam Islam adalah maslahah dan falah yang di dalamnya mengandung unsur manfaat dan berkah. Unsur manfaat adalah pemenuhan kebutuhan fisik, psikis dan material yang bersifat duniawi. Sedang berkah adalah pemenuhan kebutuhan spiritual yang bersifat ukhrawi (pahala dan ridha Allah).

Untuk dapat melaksanakan nilai-nilai konsumsi dalam Islam, maka diperlukan pemahaman melalui kajian perilaku konsumen dalam perspektif Islam. Tujuannya untuk mengetahui secara umum penyebab permasalahan yang ditimbulkan dari perilaku konsumen konvensional dan solusi yang ditawarkan oleh Islam.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel atau paper ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menganalisis dan mencari sumber tentang faktor konsumsi dalam islam. Artikel ini menggunakan data sekunder dengan sumber data dari buku-buku, jurnal dan publikasi lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

LANDASAN FILOSOFIS PERILAKU KONSUMEN KONVENTIONAL

Rational Economic Man

Ekonomi konvensional yang cenderung bersifat egoistik adalah dikarenakan landasan-landasan paradigm yang mendasarinya memang mengarah kepada mementingkan diri sendiri. Salah satu landasan tersebut adalah *rasional economic man*. Bahwa perilaku individu adalah rasional jika ia mengutamakan pemenuhan kepentingan diri sendiri secara bebas yang berujung kepada maximisasi kekayaan dan kepuasan tanpa melihat dampaknya kepada kesejahteraan orang lain.

Landasan filosofis tersebut juga melahirkan konsep *homo economicus* (manusia ekonomi) yang menjadikan manusia *materialis hedonis*, sehingga memiliki sifat serakah atau rakus terhadap materi. Dalam perspektif materialisme hedonisme murni, segala kegiatan manusia dilatarbelakangi dan diorientasikan kepada segala sesuatu yang bersifat material. Manusia dianggap merasa bahagia jika segala kebutuhan materialnya terpenuhi secara melimpah. Pengertian kesejahteraan yang materialistik seperti ini seringkali menafikan atau paling tidak meminimalkan keterkaitannya dengan unsur-unsur spiritual ruhaniah. Karena yang terpenting menurut pandangan ini adalah materi. Materi dianggap sebagai penggerak utama perekonomian. Dari sinilah sebenarnya, istilah kapitalisme berasal, yaitu paham yang menjadikan kapital (modal/material) sebagai isme.

Pandangan konvensional yang materialis melihat bahwa konsumsi merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain tanpa mempedulikan pada dimensi spiritual karena hal itu dianggapnya berada di luar wilayah otoritas ilmu ekonomi. Tidak ada yang dapat menghalangi perilaku *homo economicus* kecuali kemampuan dananya. Tidak ada perasaan apakah konsumsi sekarang akan berpengaruh kepada masa depan dirinya sendiri (misalnya mengkonsumsi alkohol dan merokok), masa depan seluruh umat manusia (misalnya, menguras minyak bumi, menebang hutan, proses industri yang menimbulkan polusi udara dan air) apalagi masa depan kelak di akhirat. Landasan mereka adalah pertimbangan rasionalitas yang mengutamakan keuntungan diri sendiri yang sangat subjektif dan relative.

Asumsi rasionalitas ini sebagaimana yang digambarkan oleh Miller sebagai berikut “*individuals do not intentionally make decisions that would leave them worse off*”, yang artinya “*individu tidak sengaja membuat keputusan yang akan meninggalkan mereka lebih buruk*”. Ini berarti bahwa rasionalitas didefinisikan sebagai tindakan manusia dalam memenuhi keperluan hidupnya yaitu memaksimumkan kepuasan atau keuntungan senantiasa berdasarkan pada keperluan dan keinginan-keinginan yang digerakkan oleh

akal dan tidak akan bertindak secara sengaja membuat keputusan yang bisa merugikan kepuasan atau keuntungan mereka. Bahkan menurutnya, suatu aktivitas atau sikap yang terkadang nampak tidak rasional akan tetapi seringkali ia memiliki landasan rasionalitas yang kuat, maka akan menjadi rasional. Seperti melakukan tindakan-tindakan korup, suap, dan penyimpangan- penyimpangan berdasarkan alasan-alasan yang dibangunnya sendiri.

Rasionalitas merupakan kunci utama dalam pemikiran ekonomi konvensional. Ia menjadi asas aksioma bahwa manusia adalah makhluk rasional. Konsep rasionalitas muncul karena adanya keinginan-keinginan konsumen untuk memaksimalkan utiliti dan produsen ingin memaksimalkan keuntungan, berasaskan pada satu set *constraint*. Yang dimaksud *constraint* dalam ekonomi konvensional adalah terbatasnya sumber-sumber dan pendapatan yang dimiliki oleh manusia dan alam, akan tetapi keinginan manusia pada dasarnya tidak terbatas. Berbeda dengan Ekonomi Islam, bahwa yang dimaksud dengan *constraint* adalah terbatasnya kemampuan manusia baik dari segi fisik maupun pengetahuan untuk mencapai atau mendapatkan sesuatu sumber yang tidak terbatas yang telah disediakan oleh Allah SWT. Berdasarkan pernyataan di atas maka manusia perlu membuat suatu pilihan yang rasional sehingga pilihan tersebut dapat memberikan kepuasan atau keuntungan yang maksimal pada manusia.

Menurut ilmu ekonomi konvensional, sesuai dengan pahamnya tentang *rational economics man*, tindakan individu dianggap rasional jika tertumpu kepada kepentingan diri sendiri (*self interest*). Sebagaimana tergambar dalam ungkapan Adam Smith (1776) “*it is not from the benevolence of the butcher, the brewer, or the baker that we expect our dinner, but from their regard to their own interest*”, yang maksudnya adalah “*bukanlah karena kebaikan dari tukang daging, tukang bir, atau tukang roti kita dapat makan malam, tetapi karena kepentingan mereka sendiri*”. Jadi dalam perspektif kapitalis, tidak ada perbuatan sukarela (*voluntary*) yang tanpa mengharapkan keuntungan ekonomi. Karena perilaku rasional menurut mereka adalah ekuivalen dengan memaksimalkan *utility* termasuk *profit*.

Adam Smith menyatakan bahwa tindakan individu yang mementingkan kepentingan diri sendiri pada akhirnya akan membawa kebaikan masyarakat seluruhnya karena tangan tak tampak (*invisible hand*) yang bekerja melalui proses kompetisi dalam mekanisme pasar.

Pada sisi lain, landasan filosofi sistem ekonomi kapitalis adalah sekularisme, yaitu memisahkan hal-hal yang bersifat spiritual dan material (atau agama dan dunia) secara dikotomis. Segala hal yang berkaitan dengan dunia adalah urusan manusia itu sendiri sedangkan agama hanyalah mengurus hubungan antara manusia dengan Tuhannya. Manusia menjadi pusat dari segala hal kehidupan (*anthropocentrism*), manusia yang berhak menentukan kehidupannya sendiri.

Konsep *rasional economic man* dalam ekonomi konvensional menuai berbagai kritik. Di antara kritik-kritik terhadap rasionalitas dalam ekonomi konvensional adalah sebagai berikut:

- a. Terlalu *demanding*, karena menganggap setiap agen ekonomi pasti memiliki informasi lengkap. Ini tentu anggapan yang tidak realistik. Di samping itu terlalu terbatas, karena memahami *self interest* secara sangat sempit.
- b. Tidak menggambarkan tingkah laku manusia yang sesungguhnya yaitu apa yang diasumsikan oleh ekonomi konvensional tidak mewakili perilaku manusia yang sebenarnya dan mengabaikan sama sekali emosi dan perasaan. Hamilton mengungkapkan bahwa ilmu ekonomi berkaitan dengan kehidupan manusia, sedangkan manusia adalah makhluk yang berperasaan selain berakal. Oleh karena itu ekonomi modern yang mengabaikan perasaan (*moral/etika*) dan *spirituality* merupakan kesalahan yang sangat telak. Memahami sesuatu dengan hanya berdasarkan akal semata merupakan

- pemahaman yang tidak lengkap.
- c. Pilihan perlu konsisten. Individu dianggap rasional jika memilih pilihannya yang senantiasa konsisten dan mengabaikan perbedaan cita rasa individu. Di samping itu, dalam setiap pilihannya, setiap individu tidak hanya mempertimbangkan apakah pilihannya itu memenuhi utilitinya, akan tetapi juga mempertimbangkan mestikah memilih pilihan itu. Misalnya, pertanyaannya bukan hanya, "Dapatkah benda ini dibeli?" Tetapi juga "Haruskah minuman keras ini dibeli?". Oleh karena itu Vanberg menyatakan bahwa karena tidak mungkin mencapai konsisten yang terus menerus dalam pilihan rasional, ia menyatakan perlu ada sebuah teori yang disebut dengan *theory of behavioural adaptation*.
 - d. Terlalu materialistik. Teori ilmu ekonomi konvensional menganggap manusia senantiasa ingin mencapai keuntungan material yang lebih tinggi sedangkan sebenarnya ada batasan dalam kehendak manusia. Dalam kenyataannya keinginan manusia tidak hanya dibatasi oleh *budget constrain/level of income*, tingkat harga, atau tingkat modal yang dipunya, tetapi juga oleh hukum, peraturan perundangan, tradisi, nilai-nilai/ajaran agama, nilai moral, dan tanggung jawab social

LANDASAN FILOSOFIS PERILAKU KONSUMEN MUSLIM

Konsumen Muslim sebagai *Islamic Man*

Secara konseptual terdapat perbedaan mendasar antara ekonomi konvensional dan ekonomi Islam dalam memandang manusia. Ekonomi konvensional mengasumsikan manusia sebagai *rational economic man*, sedangkan ekonomi Islam memandang sebagai manusia Muslim (*Islamic man*) yang dalam al-Qur'an disebut dengan '*Ibadurrahman*'. Ibadurrahman adalah profil hamba Allah yang sangat istimewa dan mendapatkan tempat yang mulia di sisi-Nya karena sifat-sifatnya yang mulia sebagaimana disebutkan dalam Al-Qur'an:

Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan. (Q.S.25:63).

Ayat ini menjelaskan sifat-sifat hamba Allah yang mempunyai kedudukan istimewa di mata Allah. Di mana Allah menyifati hamba-hamba khusus-Nya dari ayat 62 sampai 74. Dalam ayat-ayat tersebut disebutkan 12 sifat-sifat khusus dari Ibadurrahman yang terkait dengan sisi akidah, akhlak, sosial dan individu. Di akhir ayat 75 dan 76 Allah memberikan balasan mereka dengan kebahagiaan yang kekal di surga.

Islamic man dianggap perilakunya rasional jika konsisten dengan prinsip-prinsip Islam yang termanifestasikan dari sifat-sifat ibadurrahman yang bertujuan untuk menciptakan masyarakat yang seimbang. Tauhidnya mendorong untuk yakin, Allah-lah yang berhak membuat aturan dan wajib ditatai untuk mengantarkan kesuksesan hidup.

Islamic man dalam mengkonsumsi suatu barang tidak semata-mata bertujuan memaksimumkan kepuasan, tetapi selalu memperhatikan apakah barang itu halal atau haram, *israf* atau tidak, *tabzir* atau tidak, memudaratkan masyarakat atau tidak dan lain-lain. Ketakwaannya kepada Allah dan kepercayaannya kepada hari kiamat membuatnya senantiasa taat kepada *rules* Allah dan Rasul-Nya.

Islamic man tidak materialistik, ia senantiasa memperhatikan anjuran syariat untuk berbuat kebajikan untuk masyarakat, oleh karena itu ia baik hati, suka menolong, dan peduli kepada masyarakat sekitar. Ia ikhlas mengorbankan kesenangannya untuk menyenangkan orang lain.

Mereka bertanya tentang apa yang mereka nafkahkan. Jawablah: "Apa saja harta yang kamu nafkahkan hendaklah diberikan kepada ibu-bapak, kaum kerabat, anak-anak yatim,

orang-orang miskin dan orang-orang yang sedang dalam perjalanan." dan apa saja kebaikan yang kamu buat, Maka Sesungguhnya Allah Maha mengetahuinya. (QS Al-Baqarah, (2): 215).

Yang menafkahkan hartanya (di jalan Allah) untuk membersihkannya, Padahal tidakada seseorangpun memberikan suatu nikmat kepadanya yang harus dibalasnya. (QS. (92): 18-19).

Ayat di atas menjelaskan bahwa motif dalam berbuat kebaikan kepada orang lain, baik dalam bentuk berderma, bersedekah, menyantuni anak yatim, maupun mengeluarkan zakat harta, dan sebagainya, tidak boleh dilandasi motif ekonomi, tetapi semata-mata berharapkeridhaan Allah SWT.

PRINSIP-PRINSIP PERILAKU KONSUMEN MUSLIM

Dalam menjalankan kegiatan konsumsi, seorang konsumen muslim harus memperhatikan prinsip-prinsip dasar sebagai kendalinya. Kegiatan konsumsi dalam islam memiliki 5 prinsip, yaitu :

1. Prinsip Keadilan

Dalam Al-Qur'an perintah adil sering dikaitkan dengan taqwa. Karena keduanya mempunyai keterkaitan yang erat, sehingga tidak bisa dipisahkan. Seseorang tidak bisa dikatakan taqwa jika ia tidak adil, begitu juga ia tidak bisa adil jika tidak taqwa. Karena sikap adil tidak sekedar membagi sesuatu secara kuantitatif dan kualitatif. Tetapi juga bermakna tindakan yang sesuai dengan kehendak (hukum) Allah.

Adapun keterkaitan makna substansi keduanya adalah bahwa taqwa berarti menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangannya, sedang adil berarti melakukan tindakan sesuai dengan aturan dan hukum Allah. Maka menjalankan prinsip keadilan dalam konsumsi artinya selalu menjaga diri untuk melakukan kegiatan konsumsi yang sesuai dengan aturan-aturan Allah. Seperti menghindari hal-hal yang diharamkan, baik haram secara zat (materi) nya, maupun haram secara cara dan proses memperolehnya.

Maka seorang konsumen Muslim yang adil tidak akan memakan harta-harta yang tidak diperkenankan (*ghairu mutaqawwim*) untuk dikonsumsi, seperti bangkai, babi, khamr dan barang haram lainnya. Begitu juga ia tidak akan mengkonsumsi barang walaupun secara zat nya halal secara syara' (*mutaqawwim*) namun cara memperolehnya haram, seperti mengambil yang bukan haknya, riba, korupsi, mencuri, menipu serta praktek-praktek bisnis yang mengandung *gharar* (penipuan) yang dilarang dalam Islam.

Jadi yang dimaksud dengan prinsip keadilan dalam konsumsi adalah mengkonsumsi yang halal (tidak haram) dan baik (tidak membahayakan tubuh), dan menghindari yang haram yang membahayakan baik secara fisik maupun moral dan spiritual.

2. Prinsip Kebersihan

Prinsip kebersihan dalam konsumsi berarti makanan yang dimakan, minuman yang diminum haruslah baik, tidak kotor dan menjijikkan. Begitu juga alat yang digunakan dalam konsumsi harus bersih. Dalam hadis Nabi disebutkan "*Makanan diberkahi jika kita mencuci tangan sebelum dan setelah memakannya*" (HR. Tarmidzi). Nabi juga mengajarkan agar tidak meniup makanan: "*Jika kalian minum maka janganlah mengambil nafas dalam wadah air minumannya.*"(HR. Bukhari). Untuk pakaian dan tempat tinggal, Nabi bersabda "*Allah itu indah dan dia mencintai keindahan*" (HR Muslim). Dalam hadist lain, Nabi bersabda:*"Allah mewajibkan seseorang untuk menciptakan keindahan dalam segala hal"* (HR Muslim).

Dari hadis-hadis di atas dijelaskan bahwa Islam sangat memperhatikan kebersihan dalam konsumsi, pakaian, dan tempat tinggal. Bahkan tidak hanya kebersihan semata tetapi juga keindahan. Karena dampak dari tidak bersih akan

membahayakan keselamatan manusia. Dengan menjaga kebersihan maka akan terjaga makanan, pakaian dan tempat tinggal dari hal-hal yang dapat mengancam keselamatan diri. Sedang keindahan dapat membangkitkan kesenangan dan rasa nyaman dalam jiwa sehingga akan memancarkan energi positif yang sangat diperlukan bagi kesehatan jasmani dan ruhani.

Makna kebersihan yang lain adalah membersihkan harta atau pendapatan sebelum dikonsumsi dengan berzakat. Hal ini menjadi penting, karena jika seseorang memakan harta sampai habis tanpa mengeluarkan zakatnya terlebih dahulu, maka sama artinya dengan memakan harta orang lain yang bukan haknya. Dan dalam suatu riwayat juga disebutkan bahwa zakat itu adalah kotoran orang-orang kaya. Maka kalau seseorang memakan harta yang seharusnya dikeluarkan untuk zakat, sama saja dengan memakan kotoran.

3. Prinsip Kesederhanaan

Kesederhanaan artinya tidak berlebih-lebihan. Dalam al-Qur'an disebutkan "*Makan dan minumlah, tapi jangan berlebihan; Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan*" (Q.S. al-A'raf, 7 : 31). Maksud ayat ini adalah bahwa kurang makan dapat mempengaruhi jiwa dan tubuh, demikian pula bila perut diisi dengan berlebih-lebihan tentu akan berpengaruh pada perut. Di sisi lain, berlebih-lebihan termasuk mengikuti langkah-langkah syetan.

Dari sisi ekonomi, pengeluaran yang melampaui batas (berlebih lebihan) akan menimbulkan kemalasan, pemberoran, serta tumbuhnya industri-industri yang tidak produktif dan mewah.

Menurut Rahman pemberoran paling tidak mengandung tiga arti: (1) membelanjakan harta untuk hal-hal yang diharamkan, seperti judi, minuman keras, dan lain-lain, (2) Pengeluaran yang berlebih-lebihan untuk barang-barang yang halal, baik di dalam, apalagi diluar batas kemampuan seseorang, (3) Pengeluaran untuk amal shaleh, tapi diniatkan untuk pamer (riya).

Al-Qur'an mengambil jalan tengah dalam mengkonsumsi sesuatu, tidak berlebih-lebihan (materialisme) dan juga tidak berpantang dari kenikmatan yang baik dan suci (asketisme). Asketisme dilarang oleh Rasulullah, ketika beberapa sahabat memutuskan untuk berpuasa sepanjang hari dan tidak tidur pada malam harinya, tetapi Rasulullah mlarang

Kesederhanaan juga bermakna tidak kikir. Kekikiran mengandung dua arti: (1) Jika seseorang tidak mengeluarkan hartanya untuk diri dan keluarganya sesuai dengan kemampuannya; (2) Jika seseorang tidak membelanjakan sesuatu apapun untuk tujuan tujuan yang baik dan amal.

Prinsip kesederhanaan yang tidak berlebih-lebihan dan tidak kikir akan memberikan keseimbangan seorang konsumen dalam membelanjakan hartanya. Karena perilaku pertengahan (*tawassuth*) yang diterapkan dalam konsumsi akan melahirkan akhlak mulia, mudah merasakan kesulitan orang lain, dan menampilkan kemurahan hati dalam bermasyarakat. Dengan kemurahan hati maka bangunan masyarakat yang saling menguatkan dan saling tolong menolong dapat direalisasikan.

4. Prinsip Kemurahan Hati

Allah dengan kemurahan-Nya menyediakan makanan dan minuman untuk manusia (QS. al-Maidah, 5:96). Maka sifat konsumsi manusia juga harus dilandasi dengan kemurahan hati. Maksudnya, jika memang masih banyak orang yang kekurangan maka hendaklah seorang konsumen Muslim mensisisikan rezeki yang ada padanya kemudian diberikan kepada mereka yang sangat membutuhkannya. Contoh, jika pendapatan perbulan adalah Rp 10 juta, dan kebutuhan minimum sebesar Rp 8 juta, maka sisanya Rp 2 juta mestinya diinvestasikan untuk akherat (diinfaqkan). Pengeluaran yang Rp 8 juta ini harus

dibelanjakan untuk barang-barang yang maslahat (berguna) dengan memaksimumkan kemaslahatan pengeluaran tadi. Tindakan ini sangat dimuliakan oleh Allah, dimana Allah menyediakan ganjaran yang besar, menghapuskan dosanya, menghilangkan rasa ketakutan dan kesedihan dari orang yang berinfaq tersebut. (QS. 2:261-274).

Prinsip kemurahan hati dalam konsumsi disamping dapat membantu sesama dengan meringankan beban ekonomi juga dapat membersihkan perilaku dan akhlak yang tercela seperti, egois, kikir, serakah dan lain-lain. Prinsip ini juga merupakan manifestasi dari moralitas Islam yang mengajarkan perilaku mulia dalam dan menghadirkan Allah dalam berkonsumsi. Untuk itu perlu dibahas berikut ini prinsip moralitas dalam konsumsi.

5. Prinsip Moralitas

Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Dalam prinsip moralitas, seorang konsumen Muslim akan selalu terikat hubungannya sangat kuat dengan sang pemberi nikmat, yaitu Allah SWT. Dimana Islam mengajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terimakasih setelah makan, berdoa sebelum memakai pakaian, dan berdoa ketika memasuki rumah. Dengan demikian, ia akan merasa kehadiran Allah ketika memenuhi kebutuhan fisiknya. Hal ini akan memberikan efek yang luar biasa terhadap moralitas konsumen yang tercermin dalam perilakunya.

Sebaliknya jika seorang konsumen terlepas dari ikatan yang menghubungkan dengan Allah, maka dampak moralitasnya juga akan jauh dari nilai-nilai Allah. Salah satu contoh perilaku konsumen yang tidak memperhatikan batasan yang telah ditetapkan oleh Allah, seperti kegemaran minum-minuman keras. Ia akan cenderung mengabaikan moralitas dalam hidupnya seperti mudah terpancing dalam permusuhan, kemaksiatan, dan tentu saja dapat melupakan Allah SWT. Dalam Al-Qur'an ditegaskan:

Sesungguhnya setan itu bermaksud hendak menimbulkan permusuhan dan kebenciandi antara kamu lantaran (meminum) khamar dan berjudi itu, dan menghalangi kamu dari mengingat Allah dan sembahyang; maka berhentilah kamu (dari mengerjakan pekerjaan itu). (Q.S. Al-Maidah: 91).

Dengan lima prinsip konsumsi (keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati dan moralitas) sebagaimana yang telah dibahas di atas, maka seorang konsumen Muslim akandapat mengendalikan perilaku ekonominya agar tetap sesuai dengan norma dan nilai-nilai Islam untuk mencapai hakikat dari tujuan konsumsi dalam Islam, yaitu kebahagian dunia akhirat.

ANTARA KEINGINAN DAN KEBUTUHAN

Secara harfiah, ada perbedaan mendasar antara kebutuhan dengan keinginan. Misalnya, dalam kehidupan sehari-hari, tidak jarang kita menemukan sesuatu yang kita perlukan, tetapi sering kali barang tersebut sebenarnya tidak dibutuhkan, tetapi kita hanya menginginkan saja. Dalam Islam, kedua konsep ini memiliki perbedaan yang jelas. Imam al-Ghazali misalnya menyebutkan dua hal ini dengan istilah yang berbeda, keinginan sebagai raghbah, sedangkan syahwat dan kebutuhan sebagai hajat.

Perbedaan ini membawa konsekuensi besar dalam ilmu ekonomi. Hajat merupakan cerminan kebutuhan asasi manusia dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup dan menjalankan fungsinya sebagai manusia, seperti kebutuhan akan makanan, minuman, pakaian, dan lain sebagainya. Sementara itu, syahwat merupakan dorongan keinginan manusia untuk memperoleh sesuatu dalam rangka pemenuhan kepuasan psikis. Tidak dapat memenuhi hajat dapat berkonsekuensi pada esensi kehidupan manusia, sementara jika syahwat tidak terpenuhi, tidak akan terlalu berpengaruh dalam hal mempertahankan hidup manusia. Ketika seseorang, misalnya,

menginginkan makanan organik untuk gaya hidup sehat, tetapi tidak dapat terpenuhi dengan berbagai sebab, ia masih dapat menundanya. Keinginan akan menjadi kebutuhan ketika mereka diarahkan kepada kepentingan tertentu jika itu menjadi vital bagi kehidupan manusia itu sendiri. Misalnya, ketika seseorang membutuhkan makanan sehat untuk mencegah diabetes yang ia derita yang jika tidak terpenuhi akan berkonsekuensi bagi kehidupan yang bersangkutan.

Dari penjelasan di atas, jelas ada perbedaan mendasar antara kebutuhan dengan keinginan. Anehnya, ekonomi konvensional tidak terlalu mempermulasahkan perbedaan ini sehingga dalam berbagai literatur kedua hal ini sering disamakan perlakunya. Konsekuensi dari penyamaan ini berakibat pada tidak terkontrolnya eksploitasi sumber daya alam sehingga menciptakan ketidakseimbangan ekologi yang parah. Ketika itu terjadi, manusia kemudian konsekuensinya dengan bermacam-macam bencana alam. Dalam Islam, konsumsi manusia mempunyai makna dari hanya sekadar memenuhi kebutuhan hidup. Imam al-Ghazali menekankan pentingnya niat dalam melakukan konsumsi sehingga tidak kosong dari makna.

Dalam pandangan Islam, konsumsi merupakan bagian integral dari ibadah manusia kepada Allah SWT. Di sinilah letak perbedaan pandangan ekonomi Islam dengan konvensional. Dalam pandangan konvensional, konsumsi merupakan hal materialis yang merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain dengan mengabaikan dimensi-dimensi spiritual yang dianggap berada di luar domain ilmu ekonomi. Kemampuan dana merupakan satu-satunya penghalang dari perilaku homo economicus untuk mengonsumsi sesuatu. Tidak ada perasaan apakah konsumsi sekarang akan berpengaruh kepada masa depan dirinya sendiri (misalnya mengonsumsi alkohol dan merokok), masa depan umat manusia (misalnya, menguras minyak bumi, menebangi hutan, proses industri yang menimbulkan polusi udara dan air) apalagi masa depan yang lebih jauh lagi di akhirat kelak.

Dari paparan di atas terlihat perbedaan yang jelas antara kebutuhan dan keinginan. Perbedaan tersebut tidak hanya pada tataran harfiah, tetapi juga pada tataran filosofisnya. Untuk lebih jelas, tabel berikut menggambarkan perbedaan karakteristik antara kebutuhan dan keinginan.

Tabel 1. Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan

Indikator	Kebutuhan	Keinginan
Sifat	Objektif/ perlu/ mengikat	Subjektif/ tidak harus
Hasil	Manfaat	Kepuasan
Ukuran	Fungsi	Selera/preferensi
Sumber	Fitrah manusia	Hasrat manusia

Dalam dunia bisnis dan ekonomi, perbedaan-perbedaan tersebut memberikan konsekuensi terhadap kelangsungan usaha atau sifat konsumtif konsumen. Jika bertindak sebagai konsumen, seorang individu juga akan mempertimbangkan kualitas dan kuantitas barang yang dikonsumsi.

Samuelson dan Nordhaus menyebutkan salah satu tujuan ekonomi adalah untuk menjelaskan dasar-dasar perilaku konsumen untuk mengetahui kecenderungan mereka dalam memilih barang atau jasa yang kemudian melahirkan hukum permintaan. Dengan mendasari pada teori ekonomi sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, dasar pemikiran dari perilaku konsumsi konsumen adalah nilai guna atau utility. Jika kepuasan terhadap suatu benda semakin tinggi, maka semakin

tinggi pula nilai gunanya, sebaliknya jika kepuasan terhadap suatu benda semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya.

Dari penjelasan di atas terlihat bahwa kepuasan konsumen terhadap suatu benda merupakan sesuatu yang bersifat subjektif. Oleh karena itu, secara esensi ketika hal itu terpenuhi belum tentu dapat meningkatkan kesempurnaan fungsi manusia atau sesuatu. Misalnya, cat, interior, ataupun desain yang baik adalah keinginan manusia dalam membangun rumah. Jika hal itu terpenuhi belum tentu dapat menambah fungsi bangunan rumah, tetapi hanya memberikan kepuasan pemiliknya. Dari penjelasan di atas terlihat bahwa konsumsi dalam ekonomi konvensional ditentukan oleh keinginan (want), dan keinginan ditentukan oleh nilai guna (utility).

Pola konsumsi ekonomi konvensional



Dalam ekonomi Islam, kepuasan dikenal sebagai mashlahah dalam artian terpenuhinya kebutuhan baik yang bersifat fisik dan non-fisik (spiritual). Oleh karenanya, konsumsi dipandang sebagai upaya penuhan kebutuhan akan barang/jasa yang memberikan kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri (mashlahah). Mashlahah duniawi akan terpenuhi dengan tercukupinya kebutuhan dasar manusia seperti sandang, pangan, papan, dan lain sebagainya. Sementara itu, maslahat akhirat akan tercapai jika kebutuhan duniawi tadi digunakan dan diniatkan juga untuk melaksanakan ibadah kepada Allah SWT, seperti makan dan minum agar mempunyai energi untuk salat, haji, dan aktivitas ibadah lainnya. Berpakaian untuk menutupi aurat sebagaimana yang diwajibkan atas umat Islam. Punya kesehatan dan pendidikan yang baik agar dapat dipergunakan untuk mencari rezeki dan menebar kebaikan kepada orang lain. Islam menganjurkan manusia untuk menganut pola konsumsi moderat (di tengah-tengah), artinya manusia tidak boleh berlebih-lebihan (israf), tetapi juga tidak boleh terlalu apa adanya. Menurut al-Ghazali, pola hidup yang sangat sederhana akan mengganggu proses ibadah manusia kepada Allah SWT, sedangkan hidup yang berlebih-lebihan akan menyebabkan kemubaziran. Banyak larangan bagi konsumen di antaranya israf/berlebih-lebihan dan tabdzir/mubazir.

Di samping manusia harus mengendalikan konsumsinya, agama Islam pun menganjurkan pengeluaran untuk orang lain, terutama fakir miskin yakni dalam

bentuk zakat. Selain itu, Islam juga menganjurkan pengeluaran sukarela untuk kepentingan sesama dalam bentuk infak, sedekah, dan wakaf.

Pola Konsumsi Ekonomi Islam



Tabel ini menjelaskan bahwa pemenuhan kebutuhan dalam Islam merupakan upaya yang memberikan kebaikan dunia dan akhirat bagi konsumen itu sendiri (maximum mashlahah). Pemenuhan kebutuhan tersebut didasarkan pada nafsu yang terkendali dan rasionalitas Islami. Artinya, Islam tidak melarang manusia untuk memenuhi kebutuhannya selama hal tersebut mendatangkan mashlahah, bukan mafsadah. Konsep kebutuhan dalam Islam tidak bersifat statis, tetapi dinamis merujuk pada tingkat konsumsi masyarakat. Dapat saja pada tingkat ekonomi tertentu sebuah barang dikonsumsi karena motivasi keinginan. Kemudian, pada tingkat ekonomi yang lebih baik barang tersebut menjadi kebutuhan. Laptop, misalnya, dalam tingkatan tertentu ia dikonsumsi karena keinginan, tetapi pada tingkatan lainnya ia menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang karena tuntutan pekerjaan atau pendidikan tertentu. Jadi, parameter kebutuhan dalam hal ini bisa fleksibel tergantung pada tuntutan pekerjaan, pendidikan, atau kondisi ekonomi seseorang.

KAPAN NEED & WANTS DIGUNAKAN

Sebenarnya konsep *need* dan *want* tetap mengajarkan untuk kaya namun mau berbagi dengan sesama bahkan menganjurkan untuk hidup sederhana sebagai wujud dari dua pemahaman tersebut. Jika melihat jejak rekam Rosulullah SAW. Kita akan mengetahui bahwa ia adalah seorang bisnismen dan kaya raya, begitu juga dengan Abu Bakar, Umar Bin Khattab, Usman Bin Affan, Ali Bin Abi Tholib, Abdur Rahman Bin Auf dan sahabat-sahabat lain. mereka semua adalah mukmin-mukmin yang mempunyai banyak harta bahkan dalam kepemimpinannya sebagai khalifah. Namun dengan kekayaan yang dititipkan Allah tersebut, mereka menjadi lebih gemar bersedekah, menyantuni sanak saudara, membebaskan hamba sahaya dan ringan tangan membiayai kebutuhan-kebutuhan jihad fii sabillah dengan harta pribadinya. Kemudian mereka lebih memilih hidup sederhana dengan keperluan secukupnya. Bagi para rasul dan sahabat hidup sederhana adalah pilihan dan kemuliaan.

Keperluan hidup setelah tahapan pertama (pemenuhan kebutuhan dasar) akan dilakukan ketika memang secara kolektif keperluan kebutuhan dasar sudah pada posisi yang aman. Artinya masyarakat luas sudah terpenuhi kebutuhan dasarnya, sehingga tidak akan ada implikasi negatif yang nanti muncul akibat pemenuhan kebutuhan dasar kolektif tadi yang belum sempurna terwujud. Jadi diperlukan peran suatu otoritas atau negara dalam memastikan itu semua, perlu diingat bahwa memang ada beberapa mekanisme dalam sistem ekonomi Islam yang tidak akan berjalan efektif jika tidak ada campur tangan negara.

Konsep *need* yang bersifat terbatas dan *want* yang bersifat unlimited sesungguhnya adalah metode yang diberikan Allah kepada manusia agar tetap berkeinginan kaya namun rela berbagi dan memilih hidup sederhana. Dengan konsep ekonomi Qurani tersebut maka ke depannya tidak akan terjadi ketimpangan sosial dan kriminalitas, akan tetapi terwujud keadilan dan kemakmuran.

TEORI PERMINTAAN

Menurut Ibnu Taimiyah, permintaan suatu barang adalah hasrat terhadap sesuatu, yang digambarkan dengan istilah *raghbah fi al-syai'*. Diartikan juga sebagai jumlah barang yang diminta. Secara garis besar, permintaan dalam ekonomi Islam sama dengan ekonomi konvensional, namun ada prinsip-prinsip tertentu yang harus diperhatikan oleh individu muslim dalam keinginannya. Islam mengharuskan orang untuk mengkonsumsi barang yang halal dan *thayyib*. Aturan islam melarang seorang muslim memakan barang yang haram, kecuali dalam keadaan darurat dimana apabila barang tersebut tidak dimakan, maka akan berpengaruh terhadap muslim tersebut. Di saat darurat seorang muslim dibolehkan mengkonsumsi barang haram secukupnya. Selain itu, dalam ajaran islam, orang yang mempunyai uang banyak tidak serta merta diperbolehkan untuk membelanjakan uangnya untuk membeli apa saja dan dalam jumlah berapapun yang diinginkannya. Batasan anggaran (*budget constrain*) belum cukup dalam membatasi konsumsi. Batasan lain yang harus diperhatikan adalah bahwa seorang muslim tidak berlebihan (*israf*) dan harus mengutamakan kebaikan (maslahah).

Islam tidak menganjurkan permintaan terhadap suatu barang dengan tujuan kemegahan, kemewahan dan kemubadziran. Bahkan islam memerintahkan bagi yang sudah mencapai nisab, untuk menyisihkan dari anggarannya untuk membayar zakat, infak dan shadaqah. Sedangkan dalam teori ekonomi konvensional, permintaan adalah sejumlah barang yang akan dibeli atau yang diminta pada tingkat harga tertentu dalam waktu tertentu. Sedangkan pengertian penawaran adalah sejumlah barang yang dijual atau ditawarkan pada suatu harga dan waktu tertentu. Contoh permintaan adalah di pasar tradisional yang bertindak sebagai permintaan adalah pembeli sedangkan penjual sebagai penawaran. Ketika terjadi transaksi antara pembeli dan penjual maka keduanya akan sepakat terjadi transaksi pada harga tertentu yang mungkin hasil dari tawar menawar yang cukup lama. Masyarakat selaku konsumen harus membeli barang atau jasa keperluannya di pasar. Keadaan ini mengandaikan bahwa barang atau jasa itu memiliki tingkat harga tertentu. Adanya berbagai macam harga di pasar selanjutnya mengandaikan adanya kondisi yang mempengaruhi. Adapun unsur-unsur yang terdapat pada permintaan yakni barang atau jasa, harga dan kondisi yang mempengaruhi.

Jadi permintaan adalah jumlah barang atau jasa yang dibeli dalam berbagai situasi dan tingkat harga. Model permintaan digunakan untuk menentukan harga dan kuantitas yang terjual di pasar. Model ini sangat penting untuk melakukan analisa ekonomi mikro terhadap perilaku para pembeli dan penjual, serta interaksi mereka di pasar. Ia juga digunakan sebagai titik tolak bagi berbagai model dan teori ekonomi lainnya. Model ini memperkirakan bahwa dalam suatu pasar yang kompetitif, harga akan berfungsi sebagai penyeimbang antara kuantitas yang diminta oleh konsumen

dan kuantitas yang ditawarkan oleh produsen, sehingga terciptalah keseimbangan ekonomi antara harga dan kuantitas. Model ini mengakomodasi kemungkinan adanya faktor-faktor yang dapat mengubah keseimbangan, yang kemudian akan ditampilkan dalam bentuk terjadinya pergeseran dari permintaan atau penawaran.

Hukum Permintaan

Hukum permintaan adalah hukum yang menjelaskan tentang adanya hubungan yang bersifat negatif antara tingkat harga dengan jumlah barang yang diminta. Apabila harga naik jumlah barang yang diminta sedikit dan apabila harga rendah jumlah barang yang diminta meningkat, karena pada hakikatnya makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut. Sebaliknya, makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut.

Dari hipotesa di atas dapat disimpulkan, bahwa:

1. Apabila harga suatu barang naik, maka pembeli akan mencari barang lain yang dapat digunakan sebagai pengganti barang tersebut, dan sebaliknya apabila barang tersebut turun, konsumen akan menambah pembelian terhadap barang tersebut.
2. Kenaikan harga menyebabkan pendapatan riil konsumen berkurang, sehingga memaksa konsumen mengurangi pembelian, terutama barang yang akan naik harganya.

Pada hukum permintaan berlaku asumsi ceteris paribus. Artinya hukum permintaan tersebut berlaku jika keadaan atau faktor-faktor selain harga tidak berubah (dianggap tetap/ ceteris paribus). Kemudian dalam hukum permintaan terhadap barang halal sama dengan permintaan dalam ekonomi pada umumnya, yaitu berbanding terbalik terhadap harga, apabila harga naik, maka permintaan terhadap barang halal tersebut berkurang, dan sebaliknya, dengan asumsi cateris paribus.

Elastisitas dalam Permintaan (Elasticity of Demand)

Konsep elastisitas memiliki peranan penting dalam menganalisa masalah-masalah bisnis. Banyak keputusan bisnis yang diambil dengan keputusan elastisitas, seperti elastisitas permintaan. Selama hukum permintaan berlaku bagi produk yang dihasilkan, maka jika perusahaan menentukan harga barang terlalu tinggi, maka perusahaan itu akan kesulitan mencapai tingkat penjualan tinggi. Menurut hukum permintaan, semakin tinggi harga, maka jumlah permintaan akan barang tersebut akan sedikit.

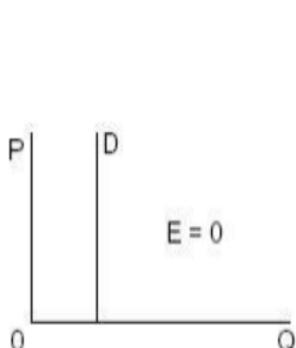
Dalam menentukan kebijakan harga pokok produk yang dihasilkan, perusahaan tersebut harus mampu mengenali karakteristik permintaan harga pasar terhadap barang produk yang dihasilkan. Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan:

1. Harga produk. Konsumen mau dan mampu membeli produk dengan jumlah yang banyak pada tingkat harga yang lebih rendah.
2. Harga produk lain yang berhubungan. Perubahan harga produk lain yang memiliki hubungan saling mengganti mempengaruhi permintaan pasar produk dengan arah yang berlawanan.
3. Penghasilan konsumen. Kenaikan penghasilan konsumen mengakibatkan daya beli konsumen meningkat dan selanjutnya akan meningkatkan permintaan pasar terhadap barang produk.
4. Selera dan preferensi konsumen. Peningkatan selera dan preferensi konsumen terhadap suatu produk akan meningkatkan permintaan pasar terhadap produk tersebut.
5. Harapan. Konsumen mempunyai harapan bahwa masa yang akan datang akan terjadi kenaikan harga, atau kenaikan pendapatan konsumen, atau

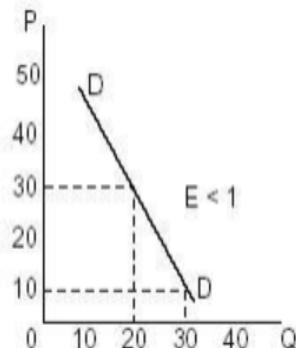
kelangkaan produk tersebut dipasar akan mendorong konsumen membeli produk tersebut akan lebih banyak.

6. Jumlah konsumen. Permintaan pasar merupakan penjumlahan dari permintaan individual. Dengan demikian, semakin banyak konsumen, akan jumlah permintaan pasar terhadap barang produk tersebut akan semakin banyak pula.

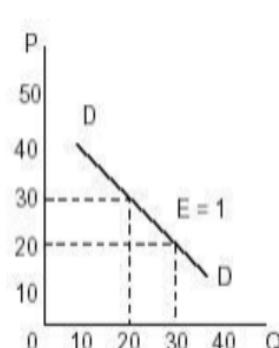
Adapun bentuk-bentuk elastisitas permintaan di antaranya adalah:



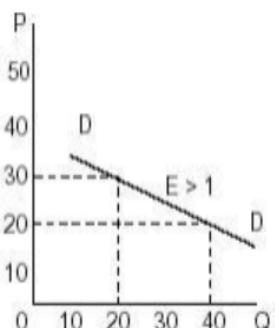
Inelastis Sempurna



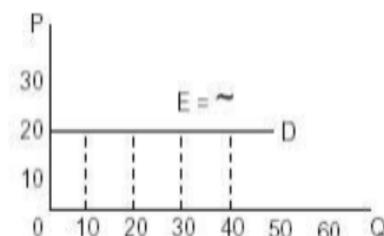
Inelastis



Elastis uniter



Elastis



Elastis sempurna

1. **Permintaan Inelastis Sempurna ($E = 0$)**. Permintaan inelastis sempurna terjadi bilamana perubahan harga yang terjadi tidak ada pengaruh nya terhadap jumlah permintaan $E = 0$, artinya bahwa perubahan sama sekali tidak ada pengaruhnya terhadap jumlah permintaan. Contoh: obat-obatan pada waktu sakit. Pada kurva in elastisitas sempurna, kurvanya akan sejajar dengan sumbu Y atau P.
2. **Permintaan Inelastis ($E < 1$)**. Permintaan inelastis terjadi jika perubahan harga kurang berpengaruh pada perubahan permintaan $E < 1$, artinya perubahan harga hanya diikuti perubahan jumlah yang diminta dalam jumlah yang relatif lebih kecil. Contoh: permintaan terhadap beras.
3. **Permintaan Elastis uniter ($E = 1$)**. Permintaan elastis uniter terjadi jika perubahan permintaan sebanding dengan perubahan harga $E = 1$, artinya perubahan harga diikuti oleh perubahan jumlah permintaan yang sama. Contoh: barang-barang elektronik.
4. **Permintaan Elastis ($E > 1$)**. Permintaan elastis terjadi jika perubahan permintaan lebih besar dari perubahan harga $E > 1$, artinya perubahan harga diikuti jumlah permintaan dalam jumlah yang lebih besar. Contoh: barang mewah.
5. **Permintaan Elastis sempurna ($E = \infty$)**. Permintaan elastis sempurna terjadi jika perubahan permintaan tidak berpengaruh sama sekali terhadap perubahan

harga. Kurvanya akan sejajar dengan sumbu Q atau X. E = ~ artinya bahwa perubahan harga tidak diakibatkan oleh naik-turunnya jumlah permintaan. Contoh: bumbu dapur.

KEWAJARAN DAN PEMBOROSAN DALAM KONSUMSI

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, bahwa dalam islam terdapat batasan-batasan dalam kegiatan konsumsi, salah satunya terkait konsumsi barang halal dan tayyib. Hal yang membedakan dengan konsep konsumsi konvensional yang membolehkan semua barang dikonsumsi tanpa batasan apapun. Salah satunya terdapat dalam surat al-baqarah ayat 178.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ الشَّيْطَنِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ
١٦٨

Artinya : *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.* (QS. Al-Baqarah : 168)

Muhammad 'Abduh dalam tafsir al-Manār memaknai ayat itu bahwa apabila semuanya selain dari yang terlarang di ayat itu adalah mubah dengan syarat ṭayyib (baik atau tidak) kotor atau bernajis. Dan imam al-Jalalu menafsirkan ṭayyib dengan halal, hanya saja ṭayyib itu penguatan atau nikmat, maksudnya. Pertama tidak ada penetapannya sedangkan penetapan lebih diutamakan dari pada penguatan. Kedua tidak jelas ikatan bolehnya secara umum ketika di bumi atau di tanah.

Ada beberapa makna yang dikandung dalam kalimat perintah pada ayat tersebut. Ibn 'Arafah berkata bahwa perintah bisa jadi berarti wajib makan dan minum sampai kadar dapat menguatkan badan dan bertahan hidup, wajib makan dan minum sesuatu yang halal, atau bisa juga berarti sunnah dan boleh. Namun Sayyid Ṭanṭawī mengatakan bahwa itu kalimat perintah yang bermakna ibāḥah.

Jadi makanan halal adalah makanan yang baik yang boleh dimakan menurut ajaran Islam , yaitu sesuai dalam al-Qur'an dan al-Hadis. Sedangkan pengertian makanan yang baik yaitu segala makanan yang dapat membawa kesehatan bagi tubuh, dapat menimbulkan nafsu makan dan tidak ada larangan dalam al-Qur'an maupun hadis. Tetapi dalam hal yang lain diperlukan keterangan yang lebih jelas berdasarkan ijma' dan qiyas (ra'y atau ijtihad) terhadap sesuatu nas yang sifatnya umum yang harus digali oleh ulama agar kemudian tidak menimbulkan hukum yang syubhat (menimbulkan keraguan). Maka dari itu halal adalah penetapan dari ṭayyib dan ṭayyib adalah penguatan dari halal.

Sebagai pembantu dan penjelas Muhammad 'Abduh juga mengungkapkan maksud dari ṭayyib di ayat 172 dan 173 Qs. Al-Baqarah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ إِيمَنُوا كُلُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَآشْكُرُوا اللَّهَ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانًا تَعْبُدُونَ
إِنَّمَا حَرَمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ
الْخِنْزِيرِ وَمَا أَهْلَكَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغِ وَلَا عَادٍ فَلَا إِنْتَمْ عَلَيْهِ
إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah; 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. (Qs. Al-Baqarah/2: 172 dan 173)

Muhammad 'Abduh mengungkapkan di dalam ayat itu bahwa yang dimaksud dengan ṭayyib yaitu apa yang baik-baik ketika didapatkan dan dari hal-hal yang halal serta harus tidak ada keharaman dan di larang berhutang untuk mengasa jiwa. Semua makanan yang diharamkan sebagaimana dijelaskan di atas berlaku ketika dalam keadaan normal. Sedangkan bila dalam keadaan darurat maka dimaafkan atau dibolehkan mengkonsumsinya, akan tetapi tidak mengubah keharaman zatnya, dalam hal itu makanan tersebut tetap haram. Darurat dalam masalah ini misalnya apabila tidak memakannya bisa menimbulkan kematian, karena tidak ada lagi makanan selain itu, atau karena diintimidasi jika tidak memakannya akan dibunuh. Lamanya boleh makan dalam keadaan darurat sebagian ulama berpendapat sehari semalan. Imam Malik memberikan suatu pembatas yaitu sekedar kenyang dan boleh menyimpannya sehingga mendapatkan makanan yang lain. Ahli fiqih yang lain berpendapat tidak boleh makan melainkan sekedar dapat mempertahankan sisa hidupnya.

Selanjutnya islam juga mengatur tentang bagaimana pengalokasian pendapatan yang tepat agar tidak terjadi pemborosan. Menurut Hidayat (2010 : 73), bahwa harta sebagai salah satu titipan Allah yang harus dikelola dengan baik dan profesional berdasarkan pengetahuan. Al- Quran telah menegaskan dalam surat An-Nisa ayat 5

وَلَا تُؤْتُوا الْسَّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيمًا وَأَرْزُقُوهُمْ فِيهَا وَأَكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا

مَعْرُوفًا

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

Perencanaan keuangan bagi setiap muslim merupakan suatu keharusan. Pembahasan terdahulu tentang perintah Islam mengenai makanan dan urutan prioritas dalam konsumsi memberikan beberapa pandangan yang menarik kepada kita untuk dapat memahami sifat perilaku konsumen dalam Islam. Dibutuhkan penentuan apakah tingkatan konsumsi yang berlaku dalam suatu masyarakat berada di bawah atau di atas tingkat sederhana. Konteks masyarakat Muslim sekarang ini, naif bila menganggap bahwa tekanan Islam pada sikap sederhana berarti menurunkan tingkatan konsumsi yang sudah rendah tersebut.

Ajaran agama Islam, pada hakikatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah-perintah mengenai makanan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi dengan mengurangi pemborosan yang tidak perlu, Islam menekankan perilaku mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu pihak konsumen. Sikap moderat dalam perilaku konsumen ini kemudian menjadi logik dari gaya konsumsi Islam, yang sifatnya nisbi dan dinamik. Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah untuk mengurangi kelebihan keinginan fisiologik sekarang ini yang timbul dari faktor-faktor psikologik buatan dengan tujuan membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual. (Mannan, 1997:50).

KESIMPULAN

Perilaku konsumen Muslim berbeda dengan konsumen konvensional. Perilaku konsumen konvensional mengutamakan self interest dan utilitarianisme yang bertujuan memaksimalkan kepuasan dan mengabaikan kepentingan orang lain. Sedang perilaku konsumen Muslim dilandasi oleh filsafat Islamic man yang dalam al-quran disebut 'ibadurrahman, yaitu hamba-hamba Allah yang diistimewakan oleh Allah karena sifat-sifat istimewanya. Konsep Islamic man menempatkan manusia sebagai hamba Allah yang bertugas untuk beribadah dan sebagai khalifatullah yang harus mengemban amanah dalam melaksanakan kegiatan memakmurkan (imarah) bumi sebagai aktivitas duniawi. Maka kegiatan konsumsi yang merupakan bagian dari aktivitas duniawi harus masuk ke dalam bagian tugas seorang Muslim secara keseluruhan. Sehingga tidak ada pemisahan antara urusan duniawi dan ukhrawi, antara ekonomi dan agama. Hal ini mencerminkan keseimbangan yang menjadi prinsip mendasar dalam ajaran Islam.

Dalam islam juga memandang jelas perbedaan antara kebutuhan dan keinginan, sehingga keduanya akan berdampak pada pola konsumsi yang dilakukan oleh manusia sesuai dengan syariat. Tidak berlebih-lebihan dan tidak melakukan pemborosan serta mengkonsumsi barang barang yang halal merupakan salah satu ciri utama dari konsumsi dalam persepektif ekonomi islam.

DAFTAR PUSTAKA

- M.A. Mannan, *Ekonomi Islam: Teori dan Praktek* (terj.), (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1993)
- Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam, terj. Soeroyo*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995)
- Arif Hoetoro, *Ekonomi Islam, Pengantar Analisis Kesejarahan dan Metodologi*, (Malang: BPFEUnibraw, 2007), h. 258
- M. B. Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonesia, 2003), h. 353.
- Moh. Arifin, *Spiritual Konsumsi dalam Ekonomi Islam: Pendekatan Filsafat dan Al Qur'an*, Iqtisadie: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy.
- Kurniati, *Teori Peilaku Konsumen Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia, Volume VI, No. 1:45-52.
- Al Arif, M Nur Rianto dan Amalia, Euis. *Teori Mikroekonomi Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Pujiyono, Arif, *Teori Konsumsi Islami, Dinamika Pembangunan Vol. 3 No. 2/ Desember 2006.*
- Abdillah, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ekonomi Syariah*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 6. No. 2, 2007
- Ahmadiano, *Islamisasi Ilmu Pengetahuan dalam bidang Ekonomi (Studi atas Gagasan Islamisasi Ilmu Pengetahuan al-Faruqi dan Relevansinya dalam bidang Ekonomi, dalam Anatalogi Kajian Islam, Juli 2003*
- Aldila Septiana, *Analisis Perilaku Konsumsi dalam Islam*, DINAR, Vol. 1 No. 2 Januari 2015
- Elvan Syaputra, *Perilaku Konsumsi Masyarakat Modern Perspektif Islam: Telaah Pemikiran Imam Al-Ghazali dalam Ihya' Ulumuddin*, FALAH Jurnal Ekonomi Syariah.
- Mohammad Lutfi, Konsumsi dalam Perspektif Imu Ekonomi, Madani Syari'ah Vol. 2, Agustus 2019
- Melis, *Prinsip dan Batasan Konsumsi Islami*, ISLAMIC BANKING Volume 1 Nomor 1 Edisi Perdana Agustus 2015

Jenita dan Rustam, Konsep Konsumsi dan Perilaku Konsumsi Islam, JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)-Volume 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017.