

RASIONALITAS KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF ISLAM

Oleh: Iik Syakhabyatin dan Jubaedah

ABSTRAK

Islam adalah agama yang sempurna. Kesempurnaannya meliputi semua pengaturan kehidupan manusia yang mencakup ibadah dan mu'amalah. Salah satu aspek mu'amalah manusia adalah berkaitan dengan konsumsi. Konsumsi seorang muslim memiliki pola dan pendekatan yang berbeda dengan seorang non muslim.

Dari sini, penulis ingin menguak mengenai konsumen rasional dalam perspektif Islam dengan menyingkap teori-teori konsumsi dan mengaitkannya dengan nilai-nilai Islam. Dari situ, dapat dipahami bahwa pola rasionalisasi konsumsinya pun berbeda dengan pola yang dimiliki oleh ekonomi konvensional. Konsumen rasional dalam ekonomi Islam tidak mengenal istilah israf dan tabdzir. Selain itu, orientasi ibadah lillah juga turut mempengaruhi tindak tanduk konsumen muslim. Melalui tulisan ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran komprehensif mengenai konsumsen rasional dan pada akhirnya dapat memberikan sumbangsih pengetahuan bagi umat Islam secara umum bagaimana menjadi seorang konsumen muslim yang rasional.

Kata Kunci : *Rasional, Konsumsi, Islam.*

A. Pendahuluan

Islam adalah agama yang komprehensif dan universal. Komprehensif berarti syariah Islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik yang berkaitan dengan ritual *ibadah* maupun *muamalah* (sosial). Ibadah diperuntukan guna menjaga hubungan dengan Khaliq-nya dan sarana pengingat manusia sebagai khalifah-Nya. Muamalah diturunkan sebagai aturan main manusia dalam kehidupan ini. Sedang, universalitas Islam berkaitan erat dengan

keberlangsungan penerapan syariat yang berlaku di setiap tempat dan waktu hingga hari kiamat.¹

Pembahasan yang terkait dengan muamalah dalam sistem ekonomi islam dapat dikelompokkan menjadi tiga bagian besar, yaitu *siyasi* atau public sector, *Tijari* (private sector) dan *Ijtim'i* (social welfare sector).² Dalam kegiatan ekonomi (*tijari*) mencakup tiga turunan, yaitu produksi, konsumsi dan investasi. Dan salah satu kegiatan ekonomi yang dibahas dalam ilmu ekonomi adalah konsumsi dan tingkah laku konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

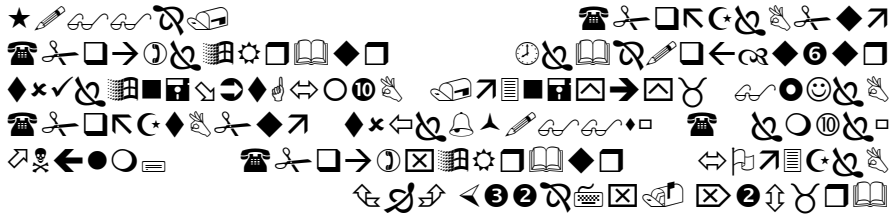
Dalam pandangan teori ekonomi konvensional, konsumsi adalah titik pangkal dan tujuan akhir kegiatan ekonomi masyarakat dengan didasarkan pada kebebasan mutlak dan pembatasan terhadap kebebasan individu, baik oleh individu lain maupun oleh penguasa, adalah kejahatan dan harus ada alasan kuat untuk melakukannya.

Berbeda dengan Islam yang mengajarkan bahwa pola konsumsi yang cukup moderat tidak *israf* (berlebihan) dan *tabzir*. Selain itu, pola konsumsi dalam islam juga tidak bisa dipisahkan dengan keimanan. Artinya, seorang konsumen muslim –dalam hal konsumsi-- tidak hanya mencari kepuasan dari konsumsi barang, perilaku ekonomi konsumen muslim berupaya menggapai kepuasan yang dikehendaki oleh Allah Swt.

Seorang konsumen berpandangan bahwa segala properti yang ia miliki hanyalah titipan Allah, sehingga dalam frame perilaku konsumsi juga harus memperhatikan kehendak Allah. Dan penyimpangan terhadap kehendak Allah dalam hal konsumsi akan berdampak terhadap moral spiritual.

¹ M Syafi'i Antonio. *Bank syariah dari Teorik Praktek*. (Jakarta: Gema Insani Press, 2001) h. 4

² M Syafi'i Antonio. *Bank syariah* h. 6

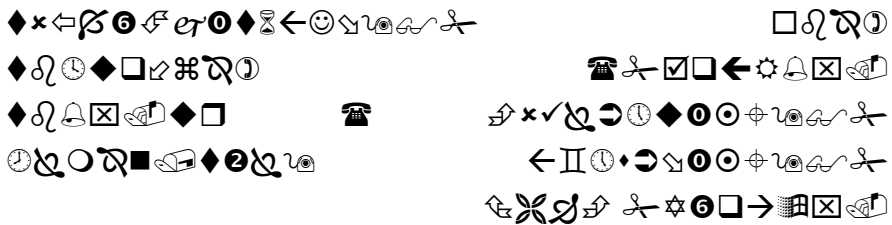


“Berimanlah kamu kepada Allah dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah telah menjadikan kamu menguasainya. Maka, orang-orang yang beriman di antara kamu dan menafkahkan (sebagian) dari hartanya akan mendapatkan pahala yang yang besar”.³

“Seorang pada Hari Akhir nanti akan ditanya tentang empat hal: usianya untuk apa dihabiskan, jasmaninya untuk apa dipergunakan, hartanya dari mana dan untuka apa dipergunakan, serta ilmunya untuk apa dia pergunakan.”

Seorang konsumen muslim mempunyai objek pengeluaran tidak hanya untuk membahagiakan dirinya dan keluarganya, tetapi ia juga memiliki objek pengeluaran dalam membangun tatanan sosial yang sesuai dengan prinsip kemanusiaan, seperti zakat, sedekah, dan infaq. Bahkan, pengeluaran untuk zakat sudah merupakan keharusan yang perlu dilakukan tanpa memandang apakah kepuasan maksimum dapat dicapai atau tidak.

Lebih jauh dengan tegas Al- Quran melarang perbuatan tabdzir dan israf



“Sesungguhnya orang-orang yang memubadzirkan hartanya adalah teman syetan, dan syetan sangat ingkar terhadap Tuhannya.”⁴

³ QS : 57 : 7

⁴ QS. 17 : 27

Al-Qur'an atau ajaran islam secara ekonomi mendorong terciptanya surplus konsumsi dalam bentuk simpanan, untuk kemudian dimanfaatkan dan digunakan dalam membayar investasi baik untuk perdagangan (*trade*), produksi (*manufacture*) dan jasa (*service*). Dalam konteks inilah kehadiran lembaga yang mampu menjadi perantara (*intermediary*) antara unit surplus dengan unit demand sangat diharapkan.

Konsumsi dan produksi adalah bagian penting dan primer dalam kegiatan ekonomi manusia di samping harus memperhatikan faktor ekonomi lainnya, seperti sirkulasi dan distribusi. Namun ada perbedaan cara pandang antara sistem ekonomi konvensional dengan sistem ekonomi Islam dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistik semata dari pola konsumsi konvensional.

Peradaban yang dibangun atas dasar materialistik menjadikan kepuasan materi sebagai ukuran dan tingkat kemajuan masyarakat. Semakin tinggi peradaban seseorang, semakin tinggi pula dorongan kebutuhan psikologis melampaui kebutuhan fisiologis. Cita rasa, keangkuhan dan dorongan-dorongan untuk pamer memainkan peran yang sangat dominan dalam menentukan bentuk yang konkrit dari kebutuhan-kebutuhan fisiologis.

Sekarang ini pola konsumsi masyarakat sangat materialistik. Pemenuhan konsumsi bukan lagi didasarkan kebutuhan tetapi menjadi gaya hidup yang menjangkiti semua kalangan. Nafsu untuk mengejar tingkat konsumsi yang semakin tinggipun bertambah. Islam sangat menentangnya, Oleh karena itu, manusia muslim harus rasional dalam berkonsumsi terhadap segala hal yang diciptakan oleh Allah untuk dimakan manusia. Selanjutnya konsumen muslim dalam membelanjakan atau mengkonsumsi barang atau jasa harus berpihak kepada tindakan yang tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir.

B. Pembahasan

1. Landasan Perilaku Konsumen Islam

Manusia diturunkan Allah sebagai khalifah yang dimaksudkan untuk memakmurkan bumi. Untuk memakmurkan bumi Allah memberikan dua anugerah nikmat utama, yaitu wasilatul hayat (sarana kehidupan) dan minhajul hayat (sistem kehidupan). Islam memandang bahwa bumi dengan segala isinya merupakan sarana yang dipergunakan sebaik-baiknya bagi kesejahteraan bersama. Salah satu pemanfaatan yang telah diberikan kepada khalifah adalah kegiatan ekonomi (umum) dan lebih sempit lagi kegiatan konsumsi (khusus).

Islam juga menyarankan kepada manusia untuk memakai dasar yang benar dan sesuai dengan kaidah hukum islam *minhajul hayat*. Secara spesifik Mannan menyatakan bahwa sumber hukum ekonomi Islam (termasuk di dalamnya dasar hukum perilaku konsumen) ada 4 macam; Alqur'an, sunnah, ijma', qiyas dan ijtihad.⁵ Keempat hukum tersebut di atas menjadi sumber hukum bagi setiap tingkah laku manusia termasuk dalam kegiatan konsumsinya.

2. Ketentuan Islam dalam Konsumsi

Islam adalah agama yang memiliki keunikan tersendiri dalam hal syariah. Berbeda dengan sistem lainnya, Islam mengajarkan pola konsumsi yang moderat, dan tidak berlebihan. Islam tidak menonjolkan standar kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal. Dalam Islam kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi harus berlandaskan pada tuntunan ajaran Islam itu sendiri. Dalam hal ini Muhammad Nejatullah Siddiqi

⁵ Mannan. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995). h. 29

mengatakan, konsumen harus puas akan perilaku konsumsinya dengan mengikuti norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuningkuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.⁶

Al-Qur'an telah menggariskan etika dan prinsip dasar perilaku konsumsi dengan sangat jelas sebagaimana yang tertera dalam Q.S Al-Baqarah (2): 168,⁷

“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.”

Dr. Yusuf Qardhawi menguraikan beberapa prinsip perilaku konsumsi dalam Islam sebagai berikut:⁸

- Dasar pemikiran pola konsumsi dalam Islam adalah hendak mengurangi kelebihan keinginan biologis yang tumbuh dari faktor-faktor psikis buatan dengan maksud membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual.
- Anjuran-anjuran Islam mengenai perilaku konsumsi dituntun oleh prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan hati dan prinsip moralitas.
- Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal, yaitu (a) barang-barang keperluan pokok, (b) barang-barang keperluan kesenangan dan (c) barang-barang

⁶ Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise*, diterjemah oleh Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Cet. ke-2; Jakarta: Bumi Aksara, 1996), h. 95.

⁷ M. Arif Mufraeni, *Akuntansi dan Manajemen Zakat—Mengomunikasikan kesadaran dan Membangun Jaringan* (Cet. ke-1 ; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 211

⁸ Yusuf Qardhawi, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlāq fī al-Iqtisād al-Islāmī*, diterjemah oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husim, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Cet. ke-4; Jakarta: Gema Insani Press, 1422 H./2001 M.), h. 352.

keperluan kemewahan. Dalam tiga pengelompokan ini, Islam menggariskan prinsip menurut urutan prioritas kebutuhan yang dikenal dalam *al-maqāṣid al-syarī'ah* dengan istilah *darūriyyah*, *hājjiyyah* dan *taḥsīniyyah*.⁹

- Kunci untuk memahami perilaku konsumsi dalam Islam tidak cukup dengan hanya mengetahui hal-hal terlarang, tetapi sekaligus harus dengan menyadari konsep dinamik tentang sikap moderat dalam pola konsumsi yang dituntun oleh sikap yang mementingkan bersama konsumen muslim yang lain.

Dari hal-hal yang diuraikan diatas dapat dijelaskan bahwa prinsip perilaku konsumsi yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen menurut Islam adalah barang-barang yang dikonsumsi haruslah halal dan suci menurut syariat. Dalam hal perilaku atau gaya harus pula dalam batas wajar dalam arti tidak berlebih-lebihan (*isyraf*) atau boros (*tabzīr*) meskipun seorang konsumen tergolong hidup kaya atau mampu.

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan. Kebutuhan konsumen yang tidak diperhitungkan sebelumnya merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mengakui tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkan. Hal ini berarti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer dan hanya para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami dan menjelaskan prinsip produksi dan konsumsi. Selain itu, minimal ada tiga hal yang menjadi dasar konsumsi dalam Islam, Pertama, Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan akhirat, prinsip ini mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan konsumsi untuk akhirat daripada dunia. Mengutamakan konsumsi untuk ibadah daripada konsumsi duniawi.

⁹ Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Muwāfaqāt Fī Uṣūl al-Syarī'ah*, Juz IV (Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, t.th.), h. 7. Vol. 11, No. 2, Desember 2014: 347-370

Kedua, Konsep sukses dalam kehidupan seorang muslim diukur dengan moral agama Islam, dan bukan dengan jumlah kekayaan yang dimiliki. Semakin tinggi moralitas semakin tinggi pula kesuksesan yang dicapai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam. Ketiga, Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus dijauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar. (QS.2.265)

3. Konsumen Muslim

Konsumsi pada hakikatnya membelanjakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan. Dalam pembelanjaan yang dilakukan, konsumen Muslim dapat dibagi menjadi dua jenis; Pembelanjaan jenis pertama yaitu pembelanjaan dalam rangka memenuhi kebutuhan lahirnya (duniawi) dan keluarga. Pembelanjaan jenis kedua adalah pembelanjaan yang dibelanjakan untuk pemenuhan kebutuhan batiniyah (akhirat). Konsumsi juga sangat terkait erat dengan adanya konsep an-nafs al-muthmainnah (jiwa yang tenang). Jiwa yang tenang ini tentu saja tidak berarti jiwa yang mengabaikan tuntutan aspek material dari kehidupan, sehingga diatur beberapa norma dalam hubungannya dengan ekonomi dalam islam sebagai berikut:

a. Etika Konsumsi dalam Islam

Islam adalah agama yang sarat dengan etika, Nagfi (1985) mengungkapkan bahwa etika dalam Islam dapat dikelompokkan menjadi 6 aksioma pokok, yaitu: tauhid, keadilan, kebebasan berkehendak dan pertanggungjawaban, halal, dan sederhana.¹⁰

¹⁰ Naqvi, Syed Nawab Haidar, *Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islami*

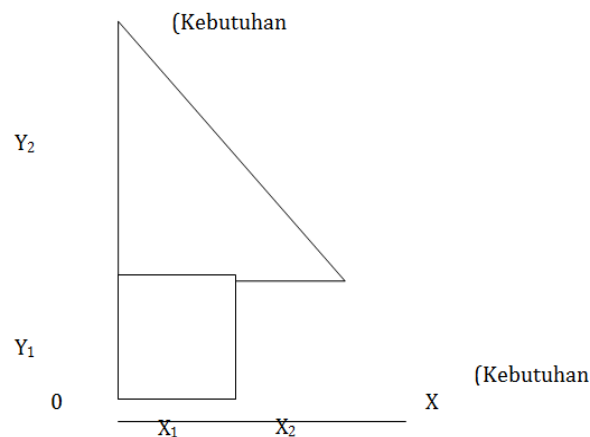
b. Nilai dan Moral pada Konsumen Muslim

Qaradhawi mengatakan bahwa nilai dan moral pada konsumen muslim dapat dijabarkan menjadi beberapa pilar utama:

- 1) Membelanjakan harta dalam kebaikan dan menjauhi sifat kikir.
- 2) Tidak melakukan kemubadziran.
- 3) Menjauhi berutang. setiap muslim diperintahkan untuk menyeimbangkan pendapatan dengan pengeluarannya.
- 4) Menjaga asset yang mapan dan pokok.
- 5) Tidak hidup mewah dan boros.

c. Prioritas Konsumsi

Dalam melakukan konsumsi seorang muslim akan selalu memperhatikan ajaran Islam yang berkaitan dengan aspek-aspek pencapaian kebahagiaan dunia akhirat, maka setiap muslim akan selalu berhati-hati dalam melakukan konsumsi, sekalipun barang yang dikonsumsi adalah barang halal dan bersih menurut Islam, akan tetapi konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang yang ada dengan sama banyak sehingga pendapatannya habis. Tetapi manusia mempunyai kebutuhan jangka pendek (dunia) dan kebutuhan jangka panjang (akhirat) yang harus dipenuhi. Dengan demikian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar (1)

Gambar (1) di atas menggunakan asumsi bahwa Y menunjukkan pendapatan yang dibelanjakan ke jalan Allah dan X merupakan pendapatan yang dibelanjakan untuk kebutuhan duniawi. Cara tersebut juga menunjukkan bahwa permintaan terhadap barang dan jasa untuk kebutuhan duniawi harus memperhatikan kebutuhan akhirat (cause of Allah) dan sebaliknya. Konsumen muslim harus benar-benar mengetahui akan adanya pilihan-pilihan kebutuhan yang harus dipilih, supaya kebutuhan-kebutuhan yang lebih penting dapat terpenuhi terlebih dahulu.

Islam tidak membatasi besar pendapatan yang harus dibelanjakan untuk kepentingan akhirat. Islam mendorong manusia muslim melakukan infaq, shadaqah, dan zakat. Karena di setiap pendapatan atau penghasilan ada bagian yang merupakan hak orang lain maka secara matematis dapat dirumuskan pendapatan seseorang adalah bagian pembayar zakat/muzakki (Y_z) ditambah pendapatan zakat/mustahiq (Y_q), sehingga formulasinya adalah $Y = Y_z + Y_q$.

Pendapatan muzakki (Y_z) merupakan pendapatan yang telah mencapai nisab, dengan demikian pendapatan netto muzakki menjadi $Y_{zn} = Y_z - Z$. adapun pendapatan netto mustahiq (Y_{qn}) adalah pendapatan mustahiq (Y_q) ditambah zakat dari muzakki, sehingga $Y_{zn} = Y_z + Z$. Dari pendapatan netto (setelah zakat) muzakki, akan dianggarkan untuk pengeluaran saat ini dan masa yang akan datang sebagai berikut: $Y_{zn} = K_z + T_z + S$, di mana K_z adalah konsumsi muzakki; T_z adalah tabungan muzakki; dan S adalah shadaqah.

Meskipun secara hitungan matematis pengeluaran shadaqah (Z) mengakibatkan bertambahnya pendapatan mustahiq, yaitu; $Y_{qs} = Y_{qn} + S$. pendapatan mustahiq ini (Y_{qs}) dianggarkan untuk konsumsi (K_q) dan bila mungkin akan ditabung (T_q), sehingga $Y_{qs} = K_q + T_q$. Sebenarnya diyakini muzakki (Y_z) juga memiliki lipatan

pendapatan dan kepuasan. Dari uraian di atas dapat dipaparkan bahwa sasaran konsumsi (manusia) adalah untuk (1) konsumsi bagi diri sendiri dan keluarga, (2) konsumsi untuk tanggung jawab sosial (3) konsumsi untuk tabungan (4) konsumsi untuk investasi.

4. Kepuasan dan Rasionalitas dalam Konsumsi Perspektif Islam

a. Kepuasan Konsumen Muslim

Teori kepuasan konsumen dalam mengkonsumsi barang atau jasa adalah teori pokok dalam analisis mikro ekonomi. Kepuasan konsumsi merupakan bagian dari teori perilaku konsumen. Seorang konsumen dalam mengonsumsi barang/jasa sehingga memperoleh kepuasan selalu menggunakan kerangka rasionalitas. Sehingga manusia rasional adalah manusia yang berusaha mencapai kepuasan maksimum dalam kegiatan konsumsinya.¹¹Tujuan konsumsi dalam Islam adalah memperoleh masalah terbesar, sehingga ia dapat mencapai kebahagiaan di dunia dan akhirat. Kaidah konsumsi dalam Islam, telah tegas dinyatakan dalam

Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah, dijelaskan bahwa seorang muslim akan mencapai tingkat konsumsi yang baik atau mencapai kepuasan maksimal dalam konsumsi, apabila konsumsi yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam. Beberapa ayat-ayat Al-Qur'an yang dapat dijadikan acuan adalah:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi... (QS: 2: 68).

“Hai orang-orang yang beriman makanlah di antara rizki yang baik-baik yang kami berikan... (QS: 2: 172).

Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging bagi, dan binatang yang (ketika disembelih) menyebut nama selain Allah... (QS: 2: 173).

¹¹ Kahf, Monzer. The Demand Side or Consumer Behavior: an Islamic Perspective, http://monzer.kahf.com/papers/english/demand_side_or_consumer_behavior.pdf

Diharamkan bagimu (makanan) bangkai, darah, daging babi (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas kecuali sempat disembelihnya... (QS: 5: 3).

“... Dan janganlah kamu berlebih-lebihan (dalam berkonsumsi). Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan” (QS: 5: 4).

... Sesungguhnya pemboros-pemboros itu saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar terhadap Tuhan-Nya (QS: 17: 27).

Makanlah dan minumlah, namun jangan berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan (QS: 7: 31).

Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebih-lebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian (QS: 25: 67).

Makanlah di antara rizki yang baik yang telah kami berikan. Dan janganlah melampaui batas kependanya (QS: 20: 21).

Adapun hadits Rasulullah yang memberikan petunjuk dan arahan kepada ummat muslim dalam melakukan konsumsi, di antaranya adalah:

Makanlah, minumlah, berpakaianlah, dan bershadaqahlah tanpa kecongkakan dan berlebih-lebihan karena sesungguhnya Allah suka melihat nikmat-Nya atas hamba-Nya (HR. Ahmad, Nasai, Ibnu Majah, Al-Hakim, dan dihasankan dalam shohih Al-Jami' Ash-Shoghir).

Tidaklah anak Adam (manusia) memenuhi satu kantung pun yang lebih buruk dari pada lambungnya (perutnya). Cukuplah baginya beberapa (suap) makanan yang dapat menegakkan tulang punggungnya, jika memang demikian maka sepertiga (perutnya) untuk makannya, sepertiga untuk minumannya dan sepertiga untuk nafasnya. (HR. Ibnu Majah, Ibnu Hibban. Al-Hakim).

Jauhilah olehmu berfoya-foya karena hamba-hamba Allah (yang ta'at) itu bukanlah orang-orang yang berfoya-foya. (HR. Ahmad dan Baihaqi).

Orang-orang yang paling buruk dari umatku adalah orang-orang yang dijejaki kenikmatan, mereka yang makan dengan

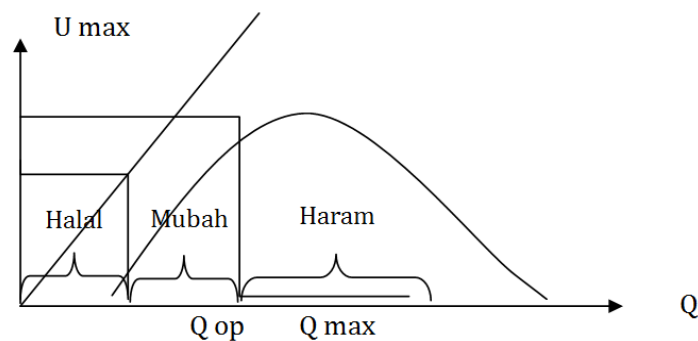
bermacam-macam makanan, berpakaian dengan bermacam-macam busana dan banyak bicara omong kosong. (HR. Ibnu Abid Dunya, Al-Baihaqi, Ath-Thobroni, Tamam dari Abu Umamah).

Seorang muslim makan dalam satu usus sedangkan orang kafir makan dalam tujuh usus. (HR. Muwaffaq Alaih dari Abu Huroiroh).

Ayat-ayat Al-Qur'an dan Hadits Rasulullah di atas dapat dijadikan dasar dan rujukan dalam membangun teori konsumen (secara umum) dan kepuasan konsumsi serta rasionalitas konsumsi (khusus) dalam Islam.

Menurut kerangka Islam, Nata Atmadja menjelaskan, bahwa kepuasan dalam Islam meliputi: kepuasan konsumtif dan kepuasan kreatif. Kepuasan konsumtif akan menghasilkan kepuasan siap kreasi, sebab konsumsi yang dilakukan akan memberikan kekuatan fisiknya; sehingga akan menjadi lebih kreatif; artinya akan memperoleh energi setelah mendapatkan kepuasan konsumtif sehingga siap untuk berkreasi.

Kepuasan optimal dapat diketahui dari perintah (hadits) nabi, yaitu untuk berhenti makan sebelum kenyang. Hal ini disebabkan karena pada saat itulah kondisi kreasi dapat diperoleh. Gambaran kepuasan dan keadaan siap kreasi optimal diperoleh, dapat digambarkan sebagai berikut.¹²



¹² Muhammad., *Ekonomi Makro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE, 2004). h. 96

Pada gambar di atas dapat dilihat bahwa kepuasan optimal yang menghasilkan keadaan siap kreasi maksimal berada pada titik di mana pertambahan kepuasan yang diperoleh atas pertambahan jumlah barang yang dikonsumsi sama dengan harga barang. Dalam Islam ada tiga hukum yang berlaku dalam konsumsi, yaitu halal, mubah, dan haram; halal berlaku pada daerah I (orang wajib makan); mubah berlaku pada daerah II yaitu daerah di mana seseorang harus berhati-hati dalam makan karena telah mencapai kepuasan optimal; dan makan menjadi haram jika telah menempati daerah III yaitu bila seseorang telah mencapai kepuasan maksimum tetapi masih terus menambah barang yang dimakannya: pada saat makan berada di $dU/dQ = 0$ berarti pada saat inilah seseorang telah mencapai kepuasan optimum. Sedangkan bila telah mencapai kepuasan maksimum, maka harus berhenti makan karena bila melebihi batas-batas kemampuan konsumsi barang yang semula halal bisa menjadi haram.

b. Rasionalitas Konsumen Muslim

Berbeda dengan sistem ekonomi konvensional (umum), terkait dengan perilaku konsumen rasional dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumen muslim rasional mencapai maksimum dalam mengkonsumsi sejumlah barang atau membelanjakan pendapatannya untuk amalan sholeh sesuai perintah Allah.¹³ Amalan sholeh tersebut bisa berupa zakat, infaq, dan shadaqah serta pengeluaran untuk saudaranya yang membutuhkan.

Pengeluaran ZIS dan untuk saudaranya inilah yang diyakini akan memperoleh pahala, imbalan, dan berkah yang lebih besar dan akan memperoleh pahala dunia dan akhirat. Dengan pertimbangan

¹³ QS: 18: 46

perilaku dan keseimbangan konsumen muslim dapat dirumuskan secara matematis fungsi tujuan muslim rasional sebagai berikut:

$$U = a + f(X_i, Y_j, Z_k) \text{ dimana:}$$

U = Total utilitas yang dicapai konsumen karena mengkonsumsi barang X_i dan barang tahan lama Z_j .

X_i = Jumlah barang ke- i yang dikonsumsi pada periode tertentu.

Y_j = Jumlah barang ke- j yang direlakan untuk dikonsumsi saudaranya yang membutuhkan.

Z_k = Jumlah barang tahan lama ke- k yang dikonsumsi pada periode tertentu.

a = Jumlah pengeluaran untuk ZIS dan utilitas yang diterima sebagai akibat dari dikeluarkannya zakat sebagai A .

Pendapatan konsumen muslim tidak dibelanjakan semuanya tetapi sebagian diperuntukan pengeluaran ZIS. Selain itu Islam mengajarkan agar pengeluaran disesuaikan dengan kebutuhan atau keperluan yang memang diperlukan menurut prioritasnya dan dilarang untuk menghambur-hamburkan atau membelanjakannya secara bebas.

C. Kesimpulan

Islam mengajarkan tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi, seorang konsumen muslim hanya dibolehkan mengkonsumsi barang dan jasa yang halal. Bahkan jumlahnya pun dibatasi hanya sebatas keperluan dan bersifat sederhana. Rasulullah menegaskan bahwa pola konsumsi seorang muslim hendaknya sepertiga untuk makanan sepertiga untuk minuman dan sepertiga untuk yang lainnya.

Konsep tujuan konsumen rasional seorang muslim, bahwa seorang muslim dalam melakukan konsumsi pengeluaran harus mempertimbangkan perbuatan israf dan tabzir. Di dalam konsumsi

harus memperhatikan barang yang dikonsumsi pada periode waktu tertentu dan barang tahan lama yang dikuasai dan pengeluaran zakat, infaq, serta shadaqah sebagai bekal di kehidupan akhirat.

D. Daftar Pustaka

- Antonio, M Syafi'i. Bank syariah dari Teorika Praktek. Jakarta: Gema Insani Press, 2001
- Assidqi, Hasan. Al-Iqtishod al-Islami wa Mabadiuhu. Mesir: Darul Fikri, 1998.
- Gilarso, T. Pengantar Ekonomi Bagian Mikro. Jilid 1, Yogyakarta: Kanisius, 1993.
- Kahf, Monzer. The Demand Side or Consumer Behavior: an Islamic Perspective, http://monzer.kahf.com/papers/english/demand_side_or_consumer_behavior.Pdf
- Mufraini, M. Arif. Akuntansi dan Manajemen Zakat– Mengomunikasikan kesadaran dan Membangun Jaringan (Cet. ke-1 ; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006),
- Mannan, MA. Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995.
- Muhammad,. Ekonomi Makro Dalam Perspektif Islam, Yogyakarta: BPFE, 2004
- Naqvi, Syed Nawab Haidar, Etika dan Ilmu Ekonomi, Suatu Sintesis Islami, Bandung: Mizan, 1985.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *The Economic Enterprise*, diterjemah oleh Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Cet. ke-2; Jakarta: Bumi Aksara, 1996).
- Qardhawi, Yusuf. *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlāq fī al-Iqtisād al-Islāmī*, diterjemah oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husim, Norma dan Etika Ekonomi Islam, (Cet. ke-4; Jakarta: Gema Insani Press, 1422 H./2001 M).