

ETIKA KONSUMSI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

TAMIMAH & USWATUN HASANAH

STAI Miftahul Ulum Tarate Pandian Sumenep
miming151297@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini agar seseorang berhati-hati dalam menggunakan kekayaan atau berbelanja. Suatu negara mungkin memiliki kekayaan melimpah, tetapi apabila kekayaan tersebut tidak diatur pemanfaatannya dengan baik, maka kesejahteraan akan mengalami kegagalan. Jadi yang terpenting dalam hal ini adalah cara penggunaan yang harus diarahkan pada pilihan (preferensi) yang mengandung masalah (baik dan bermanfaat), agar kekayaan tersebut dimanfaatkan pada jalan yang sebaik-baiknya untuk kemakmuran dan kemaslahatan individu, masyarakat dan rakyat secara menyeluruh.

Keinginan untuk memenuhi kebutuhan hidup merupakan naluri manusia. Sejak kecil, bahkan ketika baru lahir, manusia menyatakan keinginan untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbagai cara, misalnya dengan menangis untuk menunjukkan bahwa seorang bayi lapar ingin minum susu dari ibunya. Semakin besar dan akhirnya dewasa, keinginan dan kebutuhan seorang manusia akan terus meningkat dan mencapai puncaknya pada usia tertentu untuk seterusnya menurun hingga seseorang meninggal dunia.

Jenis penelitian tergolong penelitian kualitatif dengan pendekatan yang digunakan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan kepustakaan, baik buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.

Kata Kunci: Etika, Islam, Konsumsi.

A. PENDAHULUAN

Islam merupakan agama (Al-din) yang rahmah li al alamin, artinya agama menjadi rahmah bagi seluruh alam semesta. Semua sisi dari kehidupan ini telah mendapatkan pengaturannya menurut hukum Allah, sehingga tepat jika dikatakan bahwa Islam bersifat komprehensif dan universal pada hal hukum hukumnya.¹ Islam sebagai agama universal tidak hanya berisi ajaran mengenai hubungan manusia dengan Tuhannya yang berupa ibadah, tetapi juga mengatur hubungan manusia dengan manusia yang disebut muamalah. Masyarakat luas biasanya menyebut istilah muamalah ini dengan sebutan ekonomi Islam, yang mereka artikan sebagai perilaku ekonomi baik yang bersifat

¹ Abdul Ghoful Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)* (Yogyakarta: Gadjah Mada Universal Press, 2010), h. 1.

perorangan, antar sesama manusia, hubungan perorangan dengan Negara atau pemerintah, maupun antar sesama Negara yang berlandaskan pada syariat Islam.² Ekonomi Islam adalah suatu sistem ekonomi yang berlandaskan kepada al-Qur'an dan Hadis, yang menekankan kepada nilai-nilai keadilan dan keseimbangan.

Sejak manusia mengenal hidup bergaul, tumbuhlah suatu masalah yang harus dipecahkan bersama-sama, yaitu bagaimana setiap manusia memenuhi kebutuhan mereka masing-masing, Karena kebutuhan seseorang tidak mungkin dapat dipenuhi oleh dirinya sendiri. Makin luas pergaulan mereka, makin bertambah kuatlah ketergantungan antara satu sama yang lain untuk memenuhi kebutuhan itu.

Ayat ini menjelaskan tentang bagaimana tata cara pola dan perilaku konsumsi dalam Islam yang baik ayat tersebut memberikan penjelasan kepada manusia agar mengonsumsi yang sewajarnya saja dan melarang kita untuk memakan makanan-makanan dengan cara yang berlebih-lebihan. Makanan yang halal adalah makanan yang dihalalkan oleh Allah Swt dan rasul-Nya, baik yang tercantum dalam al-Qur'an maupun hadis. Islam membagi kebutuhan manusia dalam tiga bagian yaitu: Al-Hajjah Al-Dharuriyah, Al-Hajjah Al-Hijiyah, Al-Hajjah Al-Tahsiniah.³

Ada tiga nilai dasar yang menjadi pondasi bagi perilaku konsumsi seorang dan atau masyarakat muslim:⁴

1. 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. Konsumsi untuk ibadah merupakan *future consumption* (karena terdapat balasan surga di akhirat), sedangkan konsumsi duniawi adalah *present consumption*.
2. 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. Kebajikan dan kebenaran dapat dicapai dengan perilaku yang baik dan bermanfaat bagi kehidupan dan menjauhkan diri dari kejahatan.

² Al-Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), h, 187.

³ Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), h, 106.

⁴ Nurul Huda, *Perilaku Konsumsi Islami*, Jurnal diskusi bulanan Fak.Ekonomi Univ.Yarsi 26 N0v 2006

3. Kedudukan harta merupakan anugrah Allah dan bukan sesuatu yang dengan sendirinya bersifat buruk (sehingga harus di jauhi secara berlebihan). Harta merupakan alat untuk mencapai tujuan hidup, jika di usahakan dan dimanfaatkan dengan benar karena mengharap ridho Allah akan digantikan berlipat-lipat

Ibnu Katsir mengatakan: "Ayat tersebut menggambarkan kondisi kebun yang senantiasa subur dan tidak pernah tandus/gersang, walaupun tidak turun hujan besar maka hujan rintik sudah cukup menyuburkannya, demikian pula amal seorang mukmin akan selalu di lipat gandakan ganjarannya.⁵

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif.⁶ Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan *library research* (penelitian kepustakaan), yaitu penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan *literatur* (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian dari penelitian terdahulu.⁷

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data yang diperoleh dari data sekunder adalah jurnal penelitian, buku dan artikel yang berkaitan dengan fokus penelitian. Tujuan dari penggunaan penelitian kepustakaan dan jenis penelitian kualitatif adalah untuk memberikan wawasan dan pemahaman tentang anjuran etika masyarakat dalam mengonsumsi sesuai sesuai dengan perspektif ekonomi Islam.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Etika Konsumsi Dalam Islam

Perilaku konsumsi seringkali dipandang sebagai homogenisasi atau heterogenisasi budaya global. Homogenisasi dapat diartikan bahwa budaya lokal akan terkooptasi oleh budaya global atau justru yang terjadi sebaliknya. Budaya lokal akan semakin menunjukkan eksistensinya di tengah berkembangnya budaya global.⁸ Perubahan perilaku konsumsi seringkali dipandang sebagai hal yang negatif, menjadi

⁵ Lihat Ibnu Katsir, Tafsir al Quran al Adhim, surat albaqoroh ayat 265.

⁶ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013). hlm. 79

⁷ M. Iqbal Hasan. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. (Bogor: Ghalia Indonesia, 2002). hlm. 89

⁸ AlFitri, "Budaya Konsumerisme Masyarakat Perkotaan" dalam *Majalah Empirika*, Vol. XI. No. 01, (2007), h.1

kambing hitam dalam beberapa hal termasuk terdegradasinya budaya lokal, budaya bangsa maupun budaya Islam.

Sebagaimana dalam ilmu ekonomi konvensional, bahwa motif perilaku konsumsi dikenal dua macam, yaitu motif internal (dari diri manusia) dan motif eksternal (dari luar diri manusia), demikian juga dalam Islam terdapat apa yang disebut motif internal dan eksternal dalam konsumsi.⁹

a. Motif Internal

Adapun motif internal yang dimaksud adalah motif yang tumbuh dalam diri seseorang muslim dalam bentuk ingin selalu hidup sehat dan kuat. Motif ini didasarkan pada hadis Nabi Saw. Berikut ini:

(أَحْمَدُ رَوَاهُ) - الضَّعِيفُ الْمُؤْمِنُ مِنَ اللَّهِ إِلَى وَأَحَبُّ خَيْرُ الْقَوِيِّ الْمُؤْمِنُ : صَعِمَ اللَّهُ رَسُولُ قَالَ : قَالَ أَنَسٍ عَنْ

“Dari Anas, ia berkata, Rasulullah Saw, bersabda: Orang mukmin yang kuat lebih baik dan lebih disukai Allah daripada orang mukmin yang lemah (H.R. Ahmad).”

b. Motif Eksternal

Sedangkan motif eksternal yang dimaksud adalah sebuah motif dari luar diri manusia dalam bentuk ingin memenuhi kebutuhan kenyamanan dari pelakunya dan secara sosiologis ingin mendapatkan penilaian positif (visualitas estetik) dari orang lain atau publik. Motif ini merupakan motif yang secara *syar'i* termasuk absah dan positif.

Seperti dirasakan dan disaksikan dalam kehidupan sehari-hari, bahwa hidup sehat dan kuat mutlak harus ditopang oleh perilaku konsumsi, baik perilaku konsumsi yang berkaitan sandang maupun pangan ataupun papan. Bahkan perilaku konsumsi itu telah diatur dalam Islam sedemikian rupa guna mencapai tingkat kesehatan dan kekuatan yang prima. Demikian juga halnya kehidupan yang ditopang oleh fasilitas yang baik atau bagus, akan mendatangkan perilaku hidup yang baik dan bagus pula, baik perilaku itu bersifat perilaku keagamaan maupun bersifat perilaku keduniaan.

Dalam pandangan Islam, perilaku konsumsi mempunyai tujuan yang berbeda dengan tujuan perilaku konsumsi dalam pandangan ekonomi konvensional (*yang*

⁹ M. Nasri Gamang Naked, *Ekonomi Islam; Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Umat: Pokok-pokok Fiqhiyyah, Landasan Perekonomian, Sejarah dan Manajemen Zakat* (Parepare: LbH Press, 2013), h. 39-43.

materialistik) yang hanya ingin memenuhi kebutuhan jasmaniah lahiriah, melainkan di samping memenuhi kebutuhan rohaniah dan batiniah.

Adapun tujuan spiritual dari perilaku konsumsi dalam pandangan Islam antara lain sebagai berikut: Pertama, Pembentukan jiwa syukur akan karunia Allah. Dalam pandangan seorang konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realisasi rasa syukur kepada Allah. Dalam pandangan konsumen muslim (hamba Allah), setiap perilaku konsumsi sesungguhnya merupakan realisasi rasa syukur kepada Allah. Hal itu dikarenakan adanya tiga faktor; *pertama*, dikaruniakan-Nya kemampuan untuk mencari bahan konsumsi seperti makanan; *kedua*, dikaruniakan-Nya bahan konsumsi yang melimpah; dan *ketiga*, energi yang didapat sesudah mengkonsumsi berbagai bahan makanan, semata-mata dipergunakan untuk mempertebal rasa kesyukurannya kepada Allah. Hal tersebut ditegaskan bahwa seorang konsumen muslim dalam setiap perilaku konsumsinya harus teresap dalam dirinya nilai-nilai syukur.

Kedua, Pembentukan ahli ibadah yang bersyukur. Seorang konsumen muslim yang telah mengonsumsi berbagai barang konsumsi sekaligus mampu merasakannya sebagai nikmat karunia Allah, akan berkontribusi besar dalam mengaksesnya untuk senantiasa menunaikan ibadah dengan berlandaskan atas syukur akan nikmat karunia Allah. Karena Allah mengisyaratkan, bahwa dalam melakukan ibadah-ibadah kepadanya, hendaknya didasarkan atas rasa syukur akan nikmat karunia-Nya.

2. Perilaku konsumsi dalam pandangan ekonomi Islam

Islam sebagai pedoman hidup mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia melalui Al-Qur'an dan Hadis, supaya manusia di jauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulullah Saw. akan menjamin kehidupan manusia lebih sejahtera.¹⁰

¹⁰ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), h. 151.

Seorang muslim dalam berkonsumsi didasarkan atas beberapa pertimbangan: *Pertama*, Manusia tidak kuasa sepenuhnya mengatur detail permasalahan ekonomi masyarakat atau Negara, bahkan manusia tidak dapat memaksakan cara pemenuhan hidup orang lain kepada dirinya ataupun sebaliknya

Ketiga, Perilaku konsumsi dalam pandangan Islam akan melihat bagaimana suasana psikologi orang lain. Dengan konsep ini maka Islam menjamin terbangunnya pembangunan masyarakat yang berkeadilan, terhindar dari kesenjangan sosial atau diskriminasi sosial.

Ilmu ekonomi menjelaskan bahwa kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Jika kepuasan semakin tinggi maka semakin tinggi pula nilai gunanya, dan sebaliknya bila kepuasan semakin rendah maka semakin rendah pula nilai gunanya. Oleh karena itu kepuasan seorang muslim tidak didasarkan atas banyak sedikitnya barang yang bisa di konsumsi, akan tetapi lebih dikarenakan apa yang dilakukannya sebagai ibadah dengan memenuhi apa yang diperintahkan Allah SWT dan menjauhi segala larangan-Nya. Tindakan-tindakan yang merugikan, seperti pemborosan dilarang Allah.

Allah SWT, juga menganjurkan hidup dalam keseimbangan sebagaimana tersebut dalam Q.S, al-Furqan (25):67¹¹

مَا قَوْا ذَلِكَ بَيْنَ نَ وَكَأَ يَفْتُرُوا وَلَمْ يُسْرِفُوا لَمْ أَنْفَقُوا إِذَا لَذِينَ وَ

"Dan (termasuk hamba-hamba Tuhan Yang Maha Pengasih) orang-orang yang apabila menginfakkan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, di antara keduanya secara wajar,"

Dari beberapa uraian di atas dinyatakan bahwa memperturutkan kepuasan yang tidak terbatas akan merusak diri, bukan berarti seorang muslim tidak boleh mendapat kepuasan dari konsumsinya terhadap sejumlah barang, akan tetapi kepuasan seorang muslim dibatasi.

Jika hukum nilai guna marginal semakin menurun maka penambahan yang terus menerus dalam mengkonsumsi suatu barang tidak akan menambah kepuasan dalam berkonsumsi, tetapi lama-kelamaan tingkat kepuasan atau barang semakin menurun. Misalnya seorang berbuka puasa dengan segelas es buah akan mendapat kepuasan,

¹¹ Ibid. h. 366

kepuasan akan bertambah bila ditambah satu gelas yang kedua dan sampai gelas ketiga. Kalau ditawarkan gelas keempat, orang tersebut akan menolak karena merasa puas. Orang tersebut menolak karena sudah merasa lebih puas minum tiga gelas es buah dari pada minum empat gelas. Hal ini bermakna nilai guna total dari meminum empat gelas adalah lebih rendah dan nilai guna yang diperoleh dari meminum tiga gelas.

Demikian sebagai upaya dalam mendapatkan kepuasan dalam konsumsi dari setiap barang, ada baiknya setiap muslim akan berusaha memaksimalkan nilai guna dari tiap barang yang di konsumsi dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

D. KESIMPULAN

Dari beberapa uraian pembahasan di atas penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, perilaku konsumsi semestinya dapat memperhatikan aspek-aspek yang tergolong kebutuhan primer (*dharuriyyat*) kemudian sekunder (*hajjiyah*) dan trisler (*tahsiniyyat*) sesuai dengan semangat *al-maqashid asy-syari'ah*, sehingga dalam memenuhi kebutuhan seorang konsumen lebih mengedepankan aspek kebutuhan daripada aspek keinginan demi membatasi kebutuhan dan keinginan manusia sifatnya senantiasa tidak terbatas.

Kedua, dalam pandangan Islam perilaku konsumsi harus menghindari perilaku *israf* dan *tabzir* dalam menggunakan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidup, sebagai rambu-rambu dalam konsumsi pangan semestinya manusia secara umum dan muslim secara khusus untuk senantiasa menjaga unsur ke-halal-an dan ke-tayyiban-an dalam konsumsi sebagai langkah untuk menjaga kesehatan jasmani dan rohani.

Ketiga, perilaku konsumsi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk tercapainya aspek materil dan aspek spiritual dalam konsumsi, kedua aspek tersebut akan tercapai dengan menyeimbangkan antara nilai guna total (*total utility*) dan nilai guna marginal (*marginal utility*) dalam konsumsi. Sehingga setiap muslim akan berusaha memaksimumkan nilai guna dari tiap barang yang di konsumsi, yang akan menjadikan dirinya semakin baik dan semakin optimis dalam menjalani hidup dan kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Ghoful Anshori, *Hukum Perjanjian Islam di Indonesia (Konsep, Regulasi, dan Implementasi)* (Yogyakarta: Gadjah Mada Universal Press, 2010)
- Abdul Mannan. *Teori dan Praktek dasar dasar Ekonomi Islam.*
- Abu Ishaq al-Syatibi, *al-Munafaqat Fi Usul al-Syari'ah*, Juz IV (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, t,th)
- Al-Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004)
- AlFitri, "Budaya Konsumenisme Masyarakat Perkotaan" dalam *Majalah Empirika*, Vol. XI. No. 01, (2007)
- Departemen Agama RI, *Al Hidayah Al-Qur'an dan Terjemahannya*
- Dominick Salvatore, *Theory and Problems of Microeconomics*, diterjemah oleh Rudy Sitompul, *Teori Mikroekonomi* (Cet, ke-3; Jakarta:Erlangga 1995)
- Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam; Suatu Pengantar* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002)
- Ibnu Katsir, *Tafsir al Quran al Adhim*
- Jaribah bin Ahmad Al-Haritsi, *Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab*, Jakarta: Khalifa, 2006
- Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, (Jakarta, Erlangga, 2012)
- M. Arif Mufraini, *Akuntansi dan Manajemen Zakat-Mengomunikasikan Kesadaran dan Membangun Jaringan* (Cet. ke-1 ; Jakarta: Kencana Perdana Media Group, 2006)
- M. Iqbal Hasan. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. (Bogor: Ghalia Indonesia. 2002)
- M. Nasri Gamang Naked, *Ekonomi Islam; Zakat Ajaran Kesejahteraan dan Keselamatan Umat: Pokok-pokok Fiqhiyyah, Landasan Perekonomian, Sejarah dan Manajemen Zakat* (Parepare: LbH Press, 2013)
- Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise*, diterjemah oleh Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Cet, ke-2; Jakarta: Bumi Aksara, 1996)
- Nurul Huda, *Perilaku Komsumsi Islami* ,Jurnal diskusi bulanan Fak.Ekonomi Univ.Yarsi 26 N0v 2006
- Richard G. Lipsey, Steiner, O. Peter dan Purvis D. Douglas, *Economics*, diterjemah oleh Jaka Wasana dan Kirbandoko dengan judul, *Pengantar Mikroekonomi*, Jilid 1 (Edisi VIII; Jakarta: Erlangga, 1987)

Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi* (Jakarta: Rajawali Press, 2014)

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2013)

Sulistyo, *Pengantar Ekonomi Makro* (Cet, ke-3; Jakarta: Karunia Universitas Terbuka, 1986)

Winardi, *Manajemen Perilaku Organisasi* (Cet, ke-1; Bandung: Mandar Maju, 2003)

Yusuf Qardhawi, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami*, diterjemah oleh Zainal Arifin dan Dahlia Husim, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, (Cet, ke-4; Jakarta: Gema Insani Press, 1422 H./2001 M)

