

PERILAKU MUSLIM KONSUMTIF DALAM PERSPEKTIF ETIKA

Oleh: Muhammad Muhlis

Dosen STAI Salahuddin Pasuruan

muhammadmuhlis0511@yahoo.com

Abstrak

Konsumerisme adalah salah satu aspek yang perlu ditangani dalam mencapai tujuan menjadi negara maju. Dalam ekonomi konvensional, perilaku konsumen mengacu pada bagaimana dia mengalokasikan sejumlah uang pada berbagai jenis barang atau jasa untuk memaksimalkan kepuasan mereka. Namun, Islam sebagai cara hidup yang lengkap bertindak untuk mengontrol dan membatasi perilaku konsumtif tersebut demi mencapai kemakmuran, kedamaian dan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Oleh karena itu, kajian ini mencoba untuk menyelidiki etika yang harus dipertimbangkan oleh setiap Muslim dalam memilih, membeli dan menggunakan produk atau jasa apapun yang mengacu pada prioritas kebutuhan, melestarikan dan menjaga maqashid al-syari'ah, sesuai dengan prinsip-prinsip 'halal haram' berdasarkan kualitas, masalah masyarakat dan praktek moderasi. Ada tiga hal yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu: tingkat pendapatan, tingkat kebutuhan, dan lingkungan masyarakat.

Kata Kunci: Perilaku Muslim, Konsumtif, Etika

A. PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama masyarakat muslim. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja muslim di kota-kota besar. Konsumtif merupakan perilaku dimana timbulnya keinginan untuk membeli barang barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi.

Pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari-hari yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang. Kegiatan belanja sebagai salah satu bentuk konsumsi, saat ini telah mengalami pergeseran fungsi. Dulu berbelanja hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi saat ini belanja juga sudah menjadi gaya hidup, sehingga belanja tidak hanya untuk membeli kebutuhan pokok yang diperlukan, namun belanja dapat pula menunjukkan status sosial seseorang, karena belanja berarti memiliki materi. Gaya belanja yang lebih spontan juga dapat diantisipasi untuk sewaktu waktu muncul.

Dampak secara psikologis, individu akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli apa yang diinginkannya. Sedangkan secara

sosial, ia akan terus mengikuti atribut yang banyak digemari tanpa mau menjadi diri sendiri. Karena ingin selalu membeli apa yang diinginkannya tanpa peduli dengan banyaknya uang yang harus dikeluarkan, mereka akan terus meminta kepada orang tua bagaimanapun caranya tanpa peduli etika lagi. Dengan begitu, mereka akan memandang orang tua mereka sebagai mesin uang yang akan memberi mereka uang setiap mereka minta. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk mengkaji perilaku konsumtif ini dengan judul “Perilaku Muslim Konsumtif dalam Perspektif Etika”

B. PEMBAHASAN

Pendapatan yang berlebih tentu pola konsumsinya akan berbeda dengan pendapatan rendah.¹ Kebutuhan mahasiswa tentu berbeda dengan siswa SMA sehingga konsumsinya pun berbeda dan lingkungan masyarakat kota tentu akan beda pola konsumsinya dengan lingkungan masyarakat desa. Oleh sebab itu, perbedaan lingkungan ini mengharuskan pola konsumsi yang terarah dan memanfaatkan sumber keuangan (pendapatan) yang ada lebih efektif dan efisien.

1 Misbahul Munir dan A. Djalaluddin, *Ekonomi Qur'ani Doktrin Reformasi Ekonomi dalam Al-Qur'an* (Malang: UIN Malang Press, 2014). hlm. 107.

Siddiqi (1979) menyatakan bahwa tujuan aktivitas ekonomi yang sempurna menurut Islam antara lain: 1) memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana. 2) memenuhi kebutuhan keluarga, 3) memenuhi kebutuhan jangka panjang; 4) memenuhi kebutuhan keluarga yang ditinggalkan; 5) memberikan bantuan sosial dan sumbangan menurut jalan Allah.²

Etika Konsumen Muslim sampai sekarang perlu banyak hak yang harus dipertimbangkan. Oleh karena itu, ulama telah membahas nilai-nilai etika dan moral yang didasarkan pada metode penggunaan pendapatan dan penekanan konsumsi dalam transaksi sehari-hari sehingga kebutuhan dasar muslim dapat dipenuhi secara menyeluruh. Sebagaimana dijelaskan dalam ayat berikut:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak

menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

Tahsiniyyat (komplementer) bagi mayoritas ekonom muslim melestarikan dan Menjaga Maqasid Al-Syari'ah dengan membagi tingkat konsumsi menjadi tiga jenis yaitu daruriyyat, hajiyyat dan kamaliyyat. Menurut Ekonomi Islam kepuasan konsumen bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkannya pada rutinitas kegiatan konsumtif. Ajaran agama mengontrol individu dalam perilaku *israf* karena *israf* merupakan sifat boros yang dengan sadar dilakukan untuk memenuhi tuntutan nafsu belaka.³

Wahbah al Zuhaili juga membagi konsumsi dalam katagori daruriyyat dan hajiyyat sementara tahsiniyyat dan kamaliyyat ditempatkan diposisi berikutnya.⁴ Singkatnya, daruriyyat adalah mutlak diperlukan untuk manusia Jika persyaratan dasar tidak ada, maka kehidupan seseorang akan rusak, menyebabkan kekacauan dan perjalanan hidup akan terganggu. Sementara Mustafa Ahmad al-Zarqa menyatakan bahwa daruriyyat adalah suatu tindakan untuk menjaga lima

2 Ika Yuni Fauzia, dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syari'ah*, (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 163. Lihat Juga: A. Muhtadi Ridwan, *Al-Qur'an dan Sistem perekonomian* (Malang: UIN Maliki Pres, 2012), hlm. 62.

3 Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2006), hlm 8.

4 Al-Zuhailiy, Wahbah. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Juz V, Suriah: Dar al-Fikr al-Mu'ashiir, 1418 H./1997 M.

kebutuhan (*daruriyyat al-khams*), yaitu: agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.⁵ Menurut Manan, yang dikutip oleh Muhamad Djakfar, terdapat prinsip konsumsi dalam Islam yaitu: prinsip keadilan, prinsip kebersihan, prinsip kesederhanaan, prinsip kemurahan Hati dan prinsip moralitas⁶

Di sisi lain, *hajjiyyat* adalah sesuatu yang tidak terkait dengan kebutuhan dasar manusia. Jika ini persyaratan tidak hadir, hidup seseorang tidak akan terputus. Namun, hal itu akan menyebabkan kesulitan dan ketidaknyamanan kepada orang lain. Sementara itu, *tahsiniyat* dianggap sebagai pelengkap untuk hidup dan dengan itu, kehidupan manusia akan lebih sempurna. Ketidadaannya tidak akan menjadi ketidaknyamanan bagi kehidupan manusia, tidak menyebabkan kesulitan. Para ulama muslim telah membahas tentang doktrin *maqasid al-syari'ah* tanpa memberikan definisi khusus.

Di sisi lain, haram secara harfiah berarti dilarang. Ulama Islam mendefinisikan dia lebih condong ke

pendapat Maliki dan Shafi'i. haram sebagai sesuatu yang diperintahkan oleh shara' pada Pelestarian *maqasid al-syari'ah* setiap mukallaf untuk menjauhinya khususnya dalam aspek konsumerisme.

Salzalena menyatakan bahwa Islam telah menetapkan dengan jelas apa yang diperbolehkan dalam konsumerisme dan apa yang dilarang sebagai pedoman bagi umat manusia, "*daruriyat al-khams*". Dengan demikian, setiap konsumen Muslim harus berhati-hati serta memilih produk dan jasa yang halal dan tidak melanggar persyaratan dari lima elemen. . Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي
الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
خُطُوتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ
مُبِينٌ

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, 2: 168)

Allah dengan jelas menyebutkan dalam Qur'an melalui kata-kata-Nya;

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا
كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ

5 Mustafa Ahmad al-Zarqa, *alMadkhal al-Fiqh al-'Am*, (cet. I; Beirut: Dar al-Qalam, 1998), hlm. 379-380

6 Muhammad Djakfar, *Etika bisnis Menangkap Spirit Ajaran langit dan pesan Meral Ajaran Bumi*, (Depok: Penebar plus, 2012), hlm. 147-152. Lihat Juga: M.A. Mannan, *Ekonomi Islami Teori dan Praktek*, Terjemah; Potan Arif harahap, (Jakarta: Intermedia, 1992), hlm. 45.

مَنْ أَمْسَ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا
 الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
 وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ
 مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
 وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ
 أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: *Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya. QS al-Baqarah, 2: 275)*

Unsur berikutnya adalah Islam hanya melegitimasi boleh mengambil keuntungan melalui perdagangan tetapi melarang riba karena perbuatan tersebut dapat merusak martabat dan keturunan mereka. Ini berarti bahwa setiap individu mampu untuk mengamati perilaku konsumtif mereka yang

didasarkan pada beberapa aspek yaitu: asal-usul diperbolehkannya selama properti yang dibeli adalah suatu hal dibolehkan, kekuatan untuk melegalkan dari sumber yang sah, mematuhi prinsip halal haram.

Untuk pemahaman yang lebih rinci, prinsip-prinsip tersebut dinyatakan dalam maqasid al-syariah dengan pemenuhan lima hal, yaitu: melestarikan dan menjaga kesucian agama, menjamin keselamatan hidup, merawat martabat dan pikiran, mengamankan kehormatan dan martabat diri sendiri serta memastikan kekayaan seseorang.

Menurut Maliki dan Shafi'i, unsur-unsur dalam maqasid al-syariah berada di urutan kepentingan dari yang paling penting yaitu; agama, kehidupan, kecerdasan, keturunan dan kemilikan. Sedangkan menurut Hanafi, urutan prioritas adalah agama, kehidupan, keturunan, akal dan properti. Islam sebagai pedoman hidup tidak menonjolkan standar atau sifat kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi sebagaimana yang dianut dalam ilmu ekonomi konvensional seperti utilitas dan kepuasan marginal, melainkan lebih menonjolkan aspek normatif. Kepuasan dari sebuah perilaku konsumsi menurut Islam harus berlandaskan pada tuntunan ajaran

Islam itu sendiri. Dalam hal ini Muhammad Nejatullah Siddiqi mengatakan, konsumen harus puas akan perilaku konsumsinya dengan mengikuti norma-norma Islam. Konsumen muslim seharusnya tidak mengikuti gaya konsumsi kaum *xanthous* (orang-orang berkulit kekuning-kuningan dan berambut kecoklat-coklatan) yang berkarakteristik menuruti hawa nafsu.⁷

Prinsip, Azzah Kamri juga menyarankan bahwa konsumen Muslim harus menjauhkan diri dari hal-hal yang meragukan dan tidak jelas. Hal ini karena ada berbagai item yang murni dan baik. Selain itu, ia juga menyatakan jenis barang dan jasa yang ditawarkan saat ini mengacu pada ketidakpastian produk yang ekstrim dan gharar. Masalah ini sebagaimana tercantum dalam Al-Quran dan hadits untuk berhati-hati pada hal-hal yang meragukan. Dalam hal ini, Islam memandang kualitas sebagai suatu proses, yang dikisahkan An-Nu'man bin Bashir: Rasul berkata, “Diceritakan Syaddad bin Aws: mengatakan dua hal yang jelas yaitu legal dan ilegal dan diantara keduanya meragukan.

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

Menurut Ismail Nawawi, terdapat beberapa teori yang menjelaskan tentang perilaku, yaitu: 1) teori insting: ini dikemukakan oleh Mc. Dougall sebagai pelopor psikologi sosial. Menurut Mc. Dougall perilaku disebabkan oleh insting. Insting merupakan perilaku yang *innate* atau perilaku bawaan dan akan mengalami perubahan karena pengalaman; 2) teori dorongan (*drive theory*). Teori ini yang sering disebut dengan teori Hull dalam (Crider, 1983; Hergenhagen, (1976) yang juga disebut dengan *reduction theory*, bertolak dari pandangan bahwa organisme itu mempunyai dorongan atau drive tertentu. Dorongan itu berkaitan dengan kebutuhan yang mendorong organisme untuk berperilaku; 3) teori insentif (*intensive theory*); berpendapat bahwa perilaku organisme disebabkan karena adanya Intensif. Intensif disebut sebagai *reinforcement*. Reinforcement terdiri dari *reinforcement* positif yang berkaitan dengan hadiah dan *reinforcement* negatif yang berkaitan dengan hukuman; 4) teori atribusi. teori ini bertolak dari sebab-sebab perilaku seseorang. Apakah perilaku ini disebabkan disposisi internal (motif, sikap, dsb) atau eksternal; 5) teori Kognitif. Teori ini berdasarkan alternatif pemilihan perilaku yang akan

membawa manfaat yang besar baginya. Dengan kemampuan memilih ini tersebut berarti faktor berpikir berperan dalam menentukan pilihannya; 6) teori kepribadian. teori ini berdasarkan kombinasi yang kompleks dari sifat fisik dan material, nilai, sikap dan kepercayaan, selera, ambisi, minat dan kebiasaan dan ciri-ciri lain yang membentuk suatu sosok yang unik.⁸ Dari beberapa teori tersebut, menjelaskan bahwa terdapat beberapa hal yang melatar belakangi adanya tindakan konsumtif seseorang terhadap pemenuhan kebutuhan hidup baik dalam aspek bawaan, dorongan, intensif, sebab maupun kognitif.

ditinggalkan; 5) memberikan bantuan sosial dan sumbangan menurut jalan Allah yang secara tingkatan dimulai dengan kebutuhan daruriyyat, hajiyyat kemudian kamaliyyat yang dipengaruhi dengan tiga hal yaitu tingkat pendapatan, tingkat kebutuhan dan lingkungan masyarakat.

C. PENUTUP

Dari uraian diatas, kesimpulan yang didapatkan adalah Pendapatan yang berlebih tentu dapat merubah pola konsumsi muslim namun dalam pelaksanaannya perlu memprioritaskan beberapa kebutuhan sesuai dengan tujuan perekonomian Muslim antara lain: 1) memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana. 2) memenuhi kebutuhan keluarga, 3) memenuhi kebutuhan jangka panjang; 4) memenuhi kebutuhan keluarga yang

⁸ Ismail Nawawi, *Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Praktek* (Surabaya: ITS Press, 2007), hlm. 5-7

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad al-Zarqa, Mustafa. 1998. *alMadkhal al-Fiqh al-'Am*. cet. I. Beirut: Dar al-Qalam.
- Al-Zuhailiy, Wahbah. al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh. Juz V. Suriah: Dar al-Fikr al-Mu'ashiir, 1418 H./1997 M.
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika bisnis Menangkap Spirit Ajaran langit dan pesan Meral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar plus.
- Mannan, M.A. 1992. Ekonomi Islami Teori dan Praktek, Terjemah; Potan Arif harahap. Jakarta: Intermasa.
- Muflih, Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Muhtadi Ridwan, A. 2012. Al-Qur'an dan Sistem perekonomian. Malang: UIN Maliki Pres.
- Munir, Misbahul dan Djalaluddin, A. 2014. *Ekonomi Qur'ani Doktrin Reformasi Ekonomi dalam Al-Qur'an*. Malang: UIN Malang Press.
- Nawawi, Ismail. 2007. *Perilaku Administrasi, Paradigma, Konsep, Teori dan Pengantar Praktek*. Surabaya: ITS Press.
- Nejatullah Siddiqi, Muhammad. 1996. *The Economic Enterprise*, diterjemah oleh Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi dalam Isla*. Cet. ke-2. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yuni Fauzia, Ika dan Kadir Riyadi, Abdul. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Al-Syari'ah* Jakarta: Kencana