

# KONSUMSI DALAM ISLAM

**Abd. Ghafur\***

**Abstract:** *Consumption is essentially out something in order to meet the needs. Consumption includes purposes, pleasure and luxury. Pleasure or beauty permitted as long as not excessive. Consumption according to a Muslim is merely intermediaries to add strength to obey God, which has a positive indication in his life. Some one Muslims would not hurt himself in the world and in the Hereafter, that it allows him to obtain and fulfill its consumption at a level beyond the limit, to keep them busy chasing and enjoy the pleasures of the world so as to neglect its primary task in this life. In Islam, the purpose of consumption is not a concept but a benefit unilitas (maslahah). The maslahah attainment is the goal of al-maqasidus-of shari'ah. Unilitas concept is very subjective because it contradicts the fulfillment or wants, and the concept maslahah relatively more objective because contrary to the fulfillment or needs. Maslahah filled based on rational considerations normative and positive, then there are criteria on an economic good that discount maslahah or not. As determined unility more subjective because it differs from one person to another.*

**Keywords:** Islam, Consumption, Moslem

---

\* Dosen Tetap Institut Ilmu Keislaman Zainul Hasan

## **Pendahuluan**

Ada ungkapan yang terkenal dalam sistem ekonomi *Kapitalis* bahwa “konsumen adalah raja”. Ungkapan ini digunakan untuk memberi dorongan agar dalam memberikan pelayanan posisi konsumen ditempatkan sebagai “*Raja*”. Sisi kepuasan konsumen dijadikan perhatian yang utama, sehingga jangan sedikitpun kebutuhannya terabaikan, yang mengakibatkan timbulnya kekecewaan.

Dalam batas tertentu, teori ini mungkin mengandung kebenaran. Akan tetapi bila ditelusuri lebih dalam, konsumsi dalam perspektif ekonomi Konvensional ini dipahami nampaknya sebagai tujuan terbesar dalam kehidupan. Pandangan ini meniscayakan bahwa segala keinginan konsumen ditempatkan sebagai tujuan dan arah segala aktifitas perekonomian. Bahkan boleh jadi melalui teori ini hakikat kebahagiaan manusia tercermin dalam kemampuan mengkonsumsi segala apa yang diinginkan, akibatnya timbullah keserakahan, penipuan, korupsi dan lain sebagainya yang pada gilirannya bermuara kepada terpenuhinya semua keinginan.

Dalam perspektif ekonomi shari’ah, konsumsi bukan hanya sekedar memenuhi kebutuhan individu, sebagai konsumen dalam rangka memenuhi perintah Allah, tetapi lebih jauh berimplikasi terhadap kesadaran berkenaan dengan kebutuhan orang lain. Oleh karenanya dalam konteks adanya keizinan untuk mengkonsumsi rezeki yang diberikan oleh Allah, sekaligus terpikul tanggung jawab untuk memberikan perhatian terhadap keperluan hidup orang-orang yang tidak punya, baik yang tidak meminta (*al-Qan’i*) maupun yang meminta (*al-Mu’tar*), bahkan untuk orang-orang yang sengsara (*al-Bas*) dan fakir miskin.<sup>1</sup>

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan sebagaimana dijelaskan dalam al-Qur’an surah al-A’raf ayat 31 yang berbunyi.<sup>2</sup>:

---

<sup>1</sup> Amiur Nuruddin, *Dari mana Sumber Hartamu (Renungan tentang bisnis Islam dan ekonomi Syariah)* (Sumtra: Erlangga, 2002), 313-315.

<sup>2</sup> Abdul Rahim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw* (Jember: Stain Jember Press, 2013), 92-93.

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

“Wahai anak cucu Adam! pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan. sungguh Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”<sup>3</sup>

Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam menaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya. Seseorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan diakhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini.<sup>4</sup>

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep *utilitas* melainkan kemaslahatan (*maslahah*). Pencapaian *maslahah* tersebut merupakan tujuan dari *al-maqasidus-shari'ah*. Konsep *utilitas* sangat subjektif karena bertolak belakang pada pemenuhan kepuasan atau *wants*, dan konsep *maslahah* relatif lebih objektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau *needs*. Masalah di penuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki masalah ataupun tidak. Adapun *utility* ditentukan lebih subjektif karena akan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya.<sup>5</sup>

Dalam konsumsi mangasumsikan bahwa konsumen memilih barang dan jasa yang memberikan masalah. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa setiap pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang diperolahnya. Keyakinan bahwa ada kehidupan dan pembalasan yang adil di akhirat serta informasi yang berasal dari Allah adalah sempurna akan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kegiatan konsumsi. Demikian pula dalam hal perilaku konsumsi, seorang konsumen akan

<sup>3</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Semarang: Aneka Ilmu Semarang, 2008), 289.

<sup>4</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha* (Bandung: Al-Beta, 2013), 160.

<sup>5</sup> Ika Yunia Fauzia & Abdul Kadir, *Prinsip-Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqasshid al-Syari'ah* (Jakarta: Kencana Premedia Group, 2004), 165-166.

mempertimbangkan manfaat dan berkah suatu kegiatan yang di hasilkan dari kegiatan konsumsinya. Konsumen merasakan adanya manfaat suatu kegiatan konsumsi ketika ia mendapatkan pemenuhan kebutuhan fisik atau psikis atau material. Di sisi lain, berkah akan di perolehnya ketika ia mengonsumsi barang dan jasa yang dihalalkan oleh shari'at Islam.<sup>6</sup>

Islam membolehkan seseorang muslim untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia, tidak seperti sistem kerahiban yang ada dalam ajaran kristiani, sistem pertapaan Persia, ajaran Samsara Hindu dan lainnya yang membekukan kehidupan dan menghambat kemajuan peradaban. Allah berfirman. Q.S al-A'raf [7]: 32

قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ ۖ وَالطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ ءَامَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ ۗ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ ﴿٣٢﴾

*“Katakanlah (Muhammad), “Siapakah yang mengharamkan perhiasan dari Allah yang telah di sediakan untuk hamba-hamban-Nya dan rezeki yang baik-baik?” Katakanlah, “Semua itu untuk orang-orang yang beriman dalam kehidupan dunia, dan khusus (untuk mereka saja) pada hari Kiamat, ” Demikianlah Kami menjelaskan ayat-ayat itu untuk orang-orang yang mengetahui”.*<sup>7</sup>

Namun, ia membatasi pembolehan ini dengan tidak melampaui batas kewajaran yang menjurus kepada pemborosan dan kemewahan. Sesungguhnya pengarahannya pembelanjaan dan konsumsi adalah jalan hidup Islam yang terpuji, baik dalam makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal, maupun dalam aspek apa saja dari berbagai aspek kehidupan.<sup>8</sup> Seluruh aturan Islam yang mengenai aktifitas konsumsi di atas terdapat dalam al-Qur'an. Jika manusia dapat melakukan aktifitas konsumsi sesuai dengan ketentuan al-Qur'an maka ia akan menjalankan konsumsi yang jauh dari hina. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan

<sup>6</sup> Pusat pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta:PT.RajaGrafindo, 2008), 129.

<sup>7</sup> Depag, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, 289.

<sup>8</sup> Didin Hafinuddin & Setiawan Budiotomo, *Peran Nilai dan Mural Perekonomian Islam* (Jakarta: Rabbani Press, 1997), 235-236.

ketentuan al-Qur'an akan membawa pelakukunya mencapai keberkahan dan kesejahteraan hidupnya.<sup>9</sup>

Konsumsi merupakan bagian aktifitas ekonomi yang sangat vital bagi kehidupan manusia. Konsumsi adalah fitrah manusia untuk mempertahankan hidupnya. Jika manusia masih berada dalam fitrah yang suci, maka manusia sadar bahwa konsumsi memiliki keterbatasan baik dari segi kemampuan harta maupun apa yang akan dikonsumsi sesuai dengan kebutuhannya.<sup>10</sup>

Konsumsi (*consumtif*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidup yaitu sandang, pangan dan papan. Jika dipandang secara khusus, maka sering kali konsumsi hanya terbatas pada pola makan dan minum. Namun, apabila cakupan konsumsi diperluas ditemukan konsep bahwa konsumsi merupakan segala aktifitas yang dilakukan untuk mendapatkan kepuasan atas penggunaan suatu produk sehingga mengurangi atau menghabiskan daya guna produk tersebut. Ajaran konsumsi pada arti khusus untuk pola makan dan minum ada dalam al-Qur'an yang diambil dari kata *kulu* dan *ishrabu* sebanyak 21 kali. Rangkain kata makan dan minum (*kulu washrabu*) di sebutkan sebanyak enam kali. Sedangkan derivasi dari akar kata akala dan sharaba disebut sebanyak 27 kali.

Pesan moral dalam al-Qur'an ini memberikan pelajaran bahwa pentingnya mengkonsumsi dengan cara yang baik (*halal tayyiban*) sekaligus memberikan pemahaman sebaliknya, yaitu tidak diperbolehkan mengkonsumsi dengan cara yang batil, cara yang batil ini jelas melanggar pesan moral yang ada dalam al-Qur'an<sup>11</sup>.

Dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas sangat perlu untuk menelaah ayat-ayat yang berkenaan dengan konsumsi untuk mengetahui aturan-aturan konsumsi yang telah di sampaikan di dalam al-Qur'an. Oleh karena itu dengan pendekatan tafsir ekonomi al-Qur'an, diharapkan mencapai pemahaman yang proporsional tentang konsumsi. Sebagai sebuah metodologi dalam pemahaman al-Qur'an, memungkinkan sampai pada kontekstualis nilai-nilai ekonomi dalam praktek perekonomian.

---

<sup>9</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004),163.

<sup>10</sup> Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*,158.

<sup>11</sup> Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 160.

## PEMBAHASAN

### Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan / penawaran. Kebutuhan konsumen, yang kini telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan ekonominya sendiri. Mereka tidak hanya menyerap pendapatannya, tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya.

Hal ini mengandung arti bahwa pembicaraan mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami, dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi sajalah, juga dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai distribusi atau hampir setiap cabang lain dari dari subjek tersebut.<sup>12</sup>

Ada beberapa aspek tentang konsumsi dalam perspektif Islam seperti beberapa hal berikut.

#### a. Konsep Islam tentang Kebutuhan

Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak bisa dipisahkan. Di mana setiap individu mempunyai kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginan-keinginan mereka.

Dalam perspektif Islam kebutuhan ditentukan oleh masalah. Pembahasan kebutuhan dalam islam tidak bisa dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *maqashid al-Shari'ah*. Di mana tujuan shari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen.<sup>13</sup>

Konsumsi pada dasarnya dibangun atas dua hal, yaitu kebutuhan (*hajat*) dan kegunaan / kepuasan (*manfaat*). Karena secara rasional seseorang tidak pernah mengkonsumsi suatu barang manakala dia tidak membutuhkannya sekaligus mendapatkan manfaat darinya. Dalam perspektif ekonomi Islam, dua unsur ini mempunyai kaitan yang erat (*interdependensi*) dengan konsumsi itu sendiri.

##### 1) Kebutuhan (*hajat*)

Manusia adalah makhluk yang tersusun dari berbagai unsur, baik

---

<sup>12</sup> M. A. Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: P.T. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 44 .

<sup>13</sup> Muhammad Syarif Chaudhary, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip dasar Fundamental Ekonomcs Sistem* (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2012), 161-162.

badan, hati, ruh dan akal. Unsur-unsur ini mempunyai keterkaitan antara satu dengan yang lainnya. Seperti kebutuhan manusia untuk makan, pada dasarnya bukanlah kebutuhan perut atau jasmani saja, namun selain akan memberikan pengaruh terhadap kuatnya jasmani, makan juga akan berdampak pada unsur tubuh yang lain seperti ruh, akal dan hati. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak selamanya sesuatu yang dikonsumsi dapat memenuhi kebutuhan secara hakiki dari seluruh unsur tubuh.

2) Kegunaan atau Kepuasan (*manfaat*)

Konsep manfaat ini sudah tercetak bahkan menyatu dalam konsumsi itu sendiri. Para ekonom menyebutnya sebagai perasaan rela yang diterima oleh konsumen ketika mengkonsumsi suatu barang. Dalam hal ini Islam memandang manfaat sebagaimana disyaratkan oleh ayat al-Qur'an bahwa manfaat antonim dari bahaya dan terwujudnya kemaslahatan. Sedangkan Dalam pengertian ekonomi, manfaat adalah nilai guna tertinggi pada sebuah barang yang dikonsumsi oleh seorang konsumen pada suatu waktu. Bahkan lebih dari itu, barang tersebut mampu memenuhi kebutuhan dasar hidupnya. Dengan demikian sudah tampak jelas bahwa manfaat adalah terminologi Islam yang mencakup kemaslahatan, faidah dan tercegahnya bahaya. Manfaat bukan sekedar kenikamatan yang hanya bisa dirasakan oleh anggota tubuh manusia, namun lebih dari itu, manfaat merupakan cermin dari terwujudnya kemaslahatan hakiki dan nilai guna maksimal yang tidak berpotensi mendatangkan dampak negatif di kemudian hari.<sup>14</sup>

## **b. Urgensi dan Tujuan Konsumsi dalam Islam**

1) Urgensi Konsumsi

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menuaikan kewajiban ruhaniyah (*spiritual*) dan maliyah (*material*) tanpa terpenuhinya kebutuhan primer seperti makan, tempat tinggal, maupun keamanan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan elemen kehidupan manusia. Akan tetapi, presentase kebutuhan yang dimiliki manusia sangat beragam. Terkadang muncul tindakan ekstrim dalam mengakses kebutuhan. Ada sebagian orang yang berlebih-lebihan dalam memenuhi kebutuhan sehingga timbul sikap

---

<sup>14</sup> Abdur Rahim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw*, 95-96.

berlebih-lebihan (*israf*). Sebaliknya, kita dapatkan sifat kikir dalam memenuhinya.<sup>15</sup>

Konsumsi memiliki urgensi sangat besar dalam setiap perekonomian, karena tidak ada kehidupan bagi manusia tanpa konsumsi. Oleh karenanya, kegiatan ekonomi mengarah kepada pemenuhan tuntutan konsumsi bagi manusia. Mengabaikan konsumsi berarti mengabaikan kehidupan dan juga penegasan manusia terhadap tugasnya dalam kehidupan.

## 2) Tujuan Konsumsi

### (a) Untuk mengharap Ridha Allah SWT

Tercapainya kebaikan dan tuntunan jiwa yang mulia harus direalisasikan untuk mendapatkan pahala dari Allah SWT. Allah telah memberikan tuntunan kepada para hamba-Nya agar menjadikan alokasi dana sebagai bagian dari amal shaleh yang dapat mendekatkan seorang muslim kepada Tuhan-Nya dan untuk mendapatkan surgadan kenikmatan yang ada didalamnya.

### (b) Untuk mewujudkan kerja sama antar anggota dan tersedianya jaminan sosial

Takdir manusia hidup di dunia berbeda-beda, ada yang ditakdirkan menjadi kaya dan sebaliknya. Di antara mereka ada yang level pertengahan, sementara yang lain adalah golongan atas. Ada juga sekelompok masyarakat yang ditakdirkan untuk memerhatikan kehidupan kaum miskin. .

### (c) Untuk menumbuhkan rasa tanggung jawab individu terhadap kemakmuran diri, keluarga dan masyarakat sebagai bagian dari aktifitas ekonomi

Islam telah memberi kewajiban adanya pemberian nafkah terhadap beberapa kelompok masyarakat yang termasuk dalam katagori saudara dan yang digolongkan sebagai saudara. Kewajiban memberi nafkah akan menumbuhkan rasa tanggung jawab. Pribadi yang dibentuk oleh rasa tanggung jawab akan memenuhi nafkah yang dibebankan itu. Ia dituntut untuk bekerja demi mewujudkan kemakmuran diri dan keluarganya, bahkan masyarakat sekitar melalui usaha dan pencarian rezeki.

---

<sup>15</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam (ditengah Krisis Global)*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2007), 71.

- (d) Untuk meminimalisir pemerasan dengan menggali sumber-sumber nafkah

Media dan sumber nafkah sangat banyak dan beragam. Negara mempunyai kewajiban untuk menjaganya, baik dengan membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan upah, dan juga dengan memenuhi kebutuhan orang-orang yang masih kekurangan.<sup>16</sup>

### 3) Keinginan Manusia dan Pemenuhannya

Maksud kata “*keinginan*” adalah kebutuhan manusia yang dipuaskan. Dalam kenyataannya, semua keinginan itu tidaklah terbatas. Jika dana yang ada cukup untuk memuaskan satu keinginan, maka keinginan yang lain akan muncul, dan jika yang terakhir itu telah terpuaskan juga maka akan muncul yang lainnya lagi, dan dengan demikian hidup akan dipenuhi dengan perjuangan memenuhi rantai keinginan yang tak ada akhirnya itu.

Secara umum, keinginan manusia digolongkan menjadi tiga, yakni: penting, nyaman, dan mewah

- (a) Penting (*necessaries*): penting adalah yang pemuasannya mutlak harus dilakukan, karena jika tidak, maka manusia tidak akan dapat bertahan hidup. Misalnya: makanan, pakaian, tempat tinggal, dan sebagainya, adalah hal-hal yang penting dalam hidup karena jika tidak dipenuhi maka keberadaan manusia menjadi tidak mungkin.
- (b) Nyaman (*conforts*): nyaman, sebagai istilah ekonomi, menunjukkan keinginan yang memberikan rasa nyaman dan kemudahan kepada manusia dan yang gunanya secara umum lebih besar dari pada biayanya. Nyaman berada diatas penting bagi kehidupan, dan pemenuhannya menjadikan hidup lebih mudah dan menyenangkan. Makanan, pakaian, dan tempat tinggal orang biasa itu adalah kebutuhan dasar bagi kelangsungan hidupnya, tetapi makanan yang baik, pakaian yang baik dan rumah yang baik adalah nyaman baginya.
- (c) Mewah (*luxuries*): pembelanjaan yang besar untuk memenuhi keinginan yang tak perlu dan berlebihan.<sup>17</sup>

---

<sup>16</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* (Surakarta: Erlangga, 2012), 87-90.

<sup>17</sup> Syarif Chaudhary, *Sistem Ekonomi Islam*, 40-142.

### c. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Prinsip adalah suatu pernyataan fundamental atau kebenaran umum maupun individual yang dijadikan oleh seseorang/ kelompok sebagai sebuah pedoman untuk berpikir atau bertindak. sebuah prinsip merupakan roh dari sebuah perkembangan ataupun perubahan, dan merupakan akumulasi dari pengalaman oleh sebuah obyek atau subyek tertentu.<sup>18</sup>

Menurut islam, anugrah-anugrah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugrah itu berada ditangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugrah-anugrah itu untuk diri sendiri. Orang lain masih berhak atas anugrah-anugrah tersebut walupun mereka tidak memperolehnya. Dalam ekonomi islam konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip:

#### 1) Prinsip Keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari makanan dan minuman secara halal dan tidak tidak larang hukum.<sup>19</sup>

Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah: darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain nama Allah dengan maksud mempersembahkan sebagai kurban untuk memuja berhala atau tuhan-tuhan lain.<sup>20</sup>

#### 2) Prinsip Kebersihan

Syarat yang kedua harus baik atau cocok untuk dikonsumsi/ makan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera, karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.<sup>21</sup>

#### 3) Prinsip Kesederhaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti jangan makan secara berlebihan<sup>22</sup>.prinsip tersebut tentu berbeda dengan ideologi kapitalisme dalam berkonsumsi yang menganggap konsumsi

---

<sup>18</sup> <http://id.Wikipedia.org/wiki/Prinsip> (oktober, 2015)

<sup>19</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), 92-93.

<sup>20</sup> Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, 45.

<sup>21</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, 94.

<sup>22</sup> Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, 47.

sebagai suatu mekanisme untuk menggenjot suatu produksi dan pertumbuhan. Semakin banyak permintaan maka semakin banyak barang yang diproduksi. Disinilah kemudian timbul pemerasan, penindasan terhadap buruh agar harus bekerja tanpa mengenal batas waktu guna memenuhi permintaan. Dalam Islam justru berjalan sebaliknya: menganjurkan suatu cara konsumsi yang moderat, adil dan proposional. Intinya dalam islam konsumsi harus diarahkan secara benar, agar keadilan dan kesetaraan untuk semua bisa tercipta.<sup>23</sup>

4) Prinsip kemurahan hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika memakan dan meminum makanan halal yang disediakan oleh Tuhan. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.<sup>24</sup>

5) Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makanan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan berakhirnya, yakni untuk meningkatkan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum makan dan sesudah dan menyatakan terimakasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginana fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.<sup>25</sup>

#### d. Etika Konsumsi dalam Islam

a. *Tauhid* (Uniliy atau kesatuan)

Karakteristik utama dan pokok dalam Islam adalah” *Tauhid*”. Menurut Yusuf Qardawi yang dikutip oleh Muhammad dibagi menjadi dua kriteria, yaitu: *rabbaniyah ghayah* (tujuan) dan *wijhah* (sudut pandang). Kriteria yang pertama menunjukkan maksud bahwa

---

<sup>23</sup> Abdul rahim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw*, 100.

<sup>24</sup> Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, 47.

<sup>25</sup> Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, 94.

tujuan akhir dan sasaran Islam adalah jauh kedepan, yaitu menjaga hubungan dengan Allah secara baik dan mencapai rida-Nya. Sehingga pengabdian kepada Allah merupakan tujuan akhir, sasaran, puncak cita-cita, usaha dan kerja keras manusia dalam kehidupan (*fana*) ini. Kriteria kedua adalah *rabbaniyah masdar* (sumber hukum) dan *manhaj* (sistem). Kriteria ini mempunyai kaitan dengan kriteria pertama. Artinya, kriteria ini merupakan suatu sistem yang ditetapkan untuk mencapai sasaran dan tujuan puncak (*kriteria pertama*) bersumber pada al-Qur'an dan Hadis Rasul.<sup>26</sup>

b. *'Adil* (Equilibrium atau Keadilan)

Islam memperbolehkan manusia untuk menikmati berbagai karunia kehidupan dunia yang telah disediakan Allah swt. pemanfaatan atas karunia Allah tersebut harus dilakukan secara adil sesuai dengan syariah, sehingga di samping mendapatkan keuntungan material, ia juga sekaligus merasakan kepuasan spiritual. Oleh karenanya dalam islam konsumsi tidak hanya barang-barang yang bersifat duniawi semata, namun juga untuk kepentingan di jalan Allah (*fisabilillah*).<sup>27</sup>

c. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Manusia merupakan makhluk yang berkehendak bebas, namun kebebasan ini tidaklah dimengerti bahwa manusia terlepas dari *qahda* dan *qadhar* yang merupakan hukum sebab akibat yang didasarkan pada pengetahuan dan kehendak Allah. Dengan kata lain bahwa qadhadan qadar merupakan bagian dari kehendak bebas manusia.<sup>28</sup> Sehingga kebebasan dalam melakukan aktifitas haruslah tetap memiliki batasan agar jangan sampai menzalimi pihak lain. Hal inilah yang tidak terdapat dalam ekonomi konvensional, sehingga yang terjadi kebebasan yang dapat mengakibatkan pihak lain menjadi menderita.<sup>29</sup>

d. *Amanah* (*Responsibility* atau Pertanggung jawaban)

Manusia adalah khalifah atau pengemban amanat Allah. Manusia diberi kekuasaan untuk melaksanakan tugas kekhalifahan ini dan

---

<sup>26</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* , 168-169.

<sup>27</sup> M. Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar ekonomi Islam* (Solo: PT. Era Adicitra Intermedia, 2011), 142.

<sup>28</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* , 168-169.

<sup>29</sup> M. Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar ekonomi Islam* , 143.

untuk mengambil keuntungan dan manfaat sebanyak-banyaknya atas ciptaan Allah. Dalam hal melakukan konsumsi, manusia dapat berkehendak bebas, tetapi akan mempertanggung jawabkan atas kebebasan tersebut baik terhadap keseimbangan alam, masyarakat, diri sendiri maupun di akhirat kelak. Pertanggung jawaban sebagai seorang Muslim bukan hanya kepada Allah swt. namun juga kepada lingkungan.

e. *Halal*

Dalam kerangka acuan Islam, barang-barang yang dapat dikonsumsi hanyalah barang-barang yang menunjukkan nilai-nilai kebaikan, kesucian, keindahan serta akan menimbulkan kemaslahatan untuk umat baik secara material maupun spiritual. Sebaliknya benda-benda yang buruk, tidak suci (najis), tidak bernilai, tidak dapat digunakan dan juga tidak dapat dianggap sebagai barang-barang konsumsi dalam Islam.<sup>30</sup>

f. *Sederhana*

Kesederhanaan merupakan salah satu etika konsumsi yang penting dalam ekonomi islam. Sederhana dalam konsumsi mempunyai arti jalan tengah dalam berkonsumsi. Di antara dua cara hidup yang “ekstrim” antara paham *materialistis* dan *zuhud*.

Sifat sederhana, antara lain; adanya rasa malu, tenang (dapat mengendalikan hawa nafsu/keinginan), dermawan, puas (tidak berlebihan), loyal (tidak kikir) serta berperilaku mulia.<sup>31</sup>

Etika Islam tentang konsumsi ini lebih diarahkan kepada pihak konsumen bukan pada pihak produsen. Konsumen hendaknya membelanjakan harta sesuai dengan kebutuhannya tanpa berlebihan dan menghindari pembelanjaan yang dapat mengakibatkan *tabdzir* (pemborosan). Selain itu, Islam juga menganjurkan hidup sederhana dan menjauhi hidup yang mewah.<sup>32</sup>

Dengan demikian, nilai dasar yang menjadi fondasi bagi perilaku konsumsi masyarakat muslim terdiri dari tiga macam anatara lain:

- a. Keyakinan akan adanya hari kiamat dan kehidupan ahkirat, yang mengarahkan seorang konsumen untuk mengutamakan

---

<sup>30</sup> M. Nur Rianto al-Arif, *Dasar-dasar ekonomi Islam* , 143-144.

<sup>31</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* , 172-173.

<sup>32</sup> Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, 171.

- konsumsi untuk akhirat dari pada dunia atau mengutamakan konsumsi untuk konsumsi ibadah dari pada konsumsi duniawi.
- b. 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 di capai. Kebajikan, kebenaran dan ketaqwaan kepada Allah merupakan kunci moralitas Islam.
  - c. 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 hiup, jika diusahakan dan dimanfaatkan dengan benar.<sup>33</sup>

Di bidang konsumsi, etika Islam berarti seseorang ketika mengkonsumsi barang-barang atau rezeki harus dengan cara yang halal dan baik. Artinya, perbuatan yang baik dalam mencari barang-barang atau rezeki baik untuk dikonsumsi maupun diproduksi adalah bentuk ketaatan terhadap Allah SWT. Karena itu, orang-orang mukmin berusaha mencari kenikamtan dengan mentaati perintah-perintah-Nya dan memuaskan dirinya sendiri dengan barang-barang dan anugrah-anugrah yang diciptakan Allah untuk umat manusia.

Konsumsi berlebih-lebihan, yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabdhir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). *Tabdhir* berarti mempergunakan harta dengan cara yang salah, yakni, untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang seperti penyuapan, hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tanpa aturan. Setiap katagori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah. Ajaran-ajaran Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang, yakni pola yang terletak di antara kekiran dan pemborosan.<sup>34</sup>

Mengkonsumsi produk-produk haram, baik berupa pangan (makanan dan minuman), obat, dan kosmetika, adalah sesuatu yang

---

<sup>33</sup> Abdur Rahim, *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw*, 98.

<sup>34</sup> Monzer Kahf, *Ekonomi Islam: telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 1979), 28.

harus dihindari oleh setiap muslim. Hal itu karena mengonsumsi produk-produk haram tidak hanya akan membahayakan secara fisik bagi yang bersangkutan, tetapi juga membawa konsekuensi ukhrawi.

Ketika Allah swt menghalalkan hal-hal yang baik kepada kita, tidak ada maksud di balik penghalalan itu kecuali untuk kemaslahatan kita. Dan ketika Allah swt mengharamkan hal-hal yang *khabaits* (buruk) kepada kita, tidak ada maksud di balik pengharaman itu kecuali untuk kemaslahatan kita.

Setiap konsumen punya hak untuk memperoleh jaminan bahwa produk-produk yang dikonsumsi adalah halal. Sementara tidak semua konsumen, seiring dengan rumitnya masalah teknologi pangan yang terus berkembang, dapat mengetahui kehalalan produk makanan.

Di pihak yang lain, MUI, melalui LP-POM dan Komisi Fatwa telah berikhtiyar untuk memberikan jaminan makanan halal bagi konsumen muslim melalui instrumen sertifikat halal. Namun, karena sifatnya suka rela, tidak semua produsen makanan, minuman dan obat-obatan mau melakukan sertifikasi, sebagaimana terlampir.<sup>35</sup>

### e. Standar Hidup

Standar hidup (*standar of living*) pada umumnya merujuk kepada cara hidup dan tingkat kenyamanan yang dinikmati oleh seseorang yang di dalam masyarakat. Tetapi menurut para ahli ekonomi, *standar of living* berarti jumlah minimum kebutuhan dan kenyamanan yang orang anggap mutlak di perlukan dan dia bersedia berkorban apa saja untuk mendapatkannya.

Islam tidak menyebut suatu *standar of living* tertentu dengan batas minimum atau batas maksimum bagi para pemeluknya. Penetapan *standar of living* secara keseluruhan memang terserah kepada kebijaksanaan dan kesadaran individu. Yang merupakan prinsip dasar sistem ekonomi Islam adalah bahwa setiap warga Negara Islam paling tidak mendapatkan kebutuhan dasarnya. Pada dasarnya, Islam memang tidak memperbolehkan hidup bermewah-mewahan bagi setiap setiap Muslim,

---

<sup>35</sup> Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwa se-Indonesia ketiga tahun 2009, 833.

walau ia kaya raya. Kesederhanaan hidup adalah prinsip Islam umum yang tidak boleh hilang dari ingatan dalam memilih suatu gaya hidup.<sup>36</sup>

#### **f. Model Keseimbangan Konsumsi dalam Islam**

Keseimbangan konsumsi dalam ekonomi Islam didasarkan pada prinsip keadilan distribusi. Kepuasan konsumsi seorang muslim bergantung pada nilai-nilai agama yang diterapkan pada rutinitas kegiatannya, yang tercermin pada alokasi uang yang dibelanjakannya.

Dalam Islam, konsumsi tidak dapat dipisahkan dari peranan keimanan. Peranan keimanan menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia. Keimanan sangat mempengaruhi kuantitas dan kualitas konsumsi, baik dalam bentuk kepuasan maupun spiritual. Batasan konsumsi dalam Islam tidak hanya memperhatikan aspek halal-haram, tetapi juga cocok, bersih, tidak menjijikan.<sup>37</sup>

#### **g. Perilaku konsumen Muslim**

Dalam bidang konsumsi Islam tidak menganjurkan pemenuhan keinginan yang tak terbatas. Norma Islam adalah memenuhi kebutuhan manusia secara hiarkisnya, kebutuhan manusia meliputi, keperluan, kesenangan dan kemewahan. Dalam pemenuhan kebutuhan manusia, Islam menyarankan agar manusia dapat bertindak ditengah-tengah (*mudernity*) dan sederhana (*simplicity*)

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Dalam kerangka Islam perlu dibedakan dua tipe pengeluaran yang dilakukan oleh konsumen muslim yaitu pengeluaran tipe pertama dan pengeluaran tipe kedua. Pengeluaran tipe pertama adalah pengeluaran yang dilakukan seorang muslim untuk memenuhi kebutuhan duniawinya dan keluarga (pengeluaran dilakukan untuk memenuhi kebutuhann dunia namun memiliki efek pada pahala di akhirat). Pengeluaran tipe kedua adalah pengeluaran yang di keluarkan semata-mata bermutif mencari akhirat.<sup>38</sup>

---

<sup>36</sup> Syarif Chaudhary, *Sistem Ekonomi Islam*, 156-157.

<sup>37</sup> Sukarno Wibowo, *Ekonomi Mikro Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2013), 229-230.

<sup>38</sup> Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam*, 167-168.

## **h. Unsur-unsur penentu preferensi konsumen**

### 1) Rasionalitas

Dalam membahas teori perilaku konsumen dalam berkonsumsi, di asumsikan bahwa seorang konsumen merupakan sosok yang cerdas. Dalam artian, konsumen tersebut mengetahui secara detail tentang income dan kebutuhan yang ada dalam hidupnya serta pengetahuan terhadap jenis, karakteristik dan keistimewaan komoditas yang ada.

### 2) Kebebasan Berekonomi

Dalam ekonomi Islam, seorang konsumen diberi kebebasan untuk melakukan tawar-menawar dan menentukan kesepakatan dalam sebuah transaksi, tetapi tidak bersifat mutlak. Kebebasan dalam sistem ekonomi Islam merupakan kebebasan yang diwarnai oleh nilai-nilai agama yang bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan individu dan masyarakat.<sup>39</sup>

## **i. Karakteristik Konsumsi Dalam Islam**

Karakteristik adalah suatu cirikhas tertentu yang ada dalam hal tertentu, Ada beberapa karakteristik konsumsi dalam Islam:

1. Konsumsi bukanlah aktifitas tanpa batas, melainkan juga terbatas oleh sifat kehalalan dan keharaman yang telah digariskan oleh syara.
2. Konsumen yang rasional senantiasa membelanjakan pendapatan pada berbagai jenis barang yang sesuai dengan kebutuhan jasmani maupun rohaninya. Cara seperti ini dapat mengantarkannya pada keseimbangan hidup yang memang menuntut keseimbangan kerja dari seluruh potensi yang ada, mengingat, terdapat sisi lain di luar sisi ekonomi yang juga butuh untuk berkembang.

Islam sangat memberikan penekanan tentang cara membelanjakan harta, dalam Islam sangat dianjurkan untuk menjaga harta dengan hati-hati termasuk menjaga nafsu supaya tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan Rasionalnya konsumen akan memuaskan konsumsinya sesuai dengan kemampuan barang dan jasa yang dikonsumsi serta kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa tersebut. Dengan demikian kepuasan dan perilaku konsumen dipengaruhi oleh hak hak sebagai berikut:

---

<sup>39</sup> Said Sa'ad Marthon, *Ekonomi Islam*, 74-81.

- a) Nilai guna *utility* barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen
  - b) Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dari income konsumen dan ketersediaan barang dipasar
  - c) Kecenderungan Konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama dan adat istiadat
3. Menjaga keseimbangan konsumsi dengan bergerak antara ambang batas bawah dan ambang batas atas dari ruang gerak konsumsi yang diperbolehkan dalam ekonomi Islam (*mustawa al-kifayah*). *Mustawa al-kifayah* adalah ukuran, batas maupun ruang gerak yang tersedia bagi konsumen muslim untuk menjalankan aktifitas konsumsi. Dibawah *mustawa kifayah*, seseorang akan masuk pada kebakhilan, kekikiran, kelaparan hingga berujung pada kematian. Sedangkan di atas *mustawa al-kifayah* seseorang akan terjerumus pada tingkat yang berlebih-lebihan (*mustawa israf dan taraf*) Kedua tingkatan ini dilarang di dalam Islam.
  4. Memperhatikan prioritas konsumsi antara *da ruriyat*, *hajiyyat*. *Da ruriyat* adalah komoditas yang mampu memenuhi kebutuhan paling mendasar konsumen muslim, yaitu, menjaga keberlangsungan agama (*hifdu ad-Din*), jiwa (*hifd an-Nafs*), keturunan (*hifd an-Nasl*), hak kepemilikan dan kekayaan (*hifd al-Mal*), serta akal pikiran (*hifd al-Aql*). Sedangkan *Hajiyyat* adalah komoditas yang dapat menghilangkan kesulitan dan juga relatif berbeda antara satu orang dengan yang lainnya, seperti luasnya tempat tinggal, baiknya kendaraan dan sebagainya. Sedangkan *Takmiliyat* adalah komoditi pelengkap yang dalam penggunaannya tidak boleh melebihi dua prioritas konsumsi diatas.<sup>40</sup>

## **j. Karakteristik Manfaat dan Berkah dalam Konsumsi**

Ketika konsumen membeli suatu barang, maka ia akan mendapatkan kepuasan dan atau masalah. Kepuasan akan diperoleh jika berhasil memenuhi keinginannya dan keinginan ini bisa berwujud kebutuhan

---

<sup>40</sup> Halim, *Analisis konsep Konsumsi dalam pandangan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*, 41-43.

ataupun sekadar kebutuhan semu. Kebutuhan semu ini muncul karena mengandung penyedap rasa yang sebenarnya cukup membahayakan bagi tubuh manusia.

Di sisi lain, *masalah* dalam konsumen muncul ketika kebutuhan riil terpenuhi, yang belum tentu dapat di rasakan sesaat setelah melakukan konsumsi. Inilah masalah yang bisa di rasakan langsung di dunia, yaitu berupa *masalah fisik* atau *material*. Masalah yang di peroleh konsumen ketika membeli barang dapat terbentuk satu di antara hal berikut:

- 1) *Manfaat material*, yaitu berupa di perolehnya tambahan harta bagi konsumen akibat pembelian suatu barang/jasa. Manfaat material ini bisa berbentuk murahnya harga, discount, murahnya biaya transportasi dan searching, dan sebagainya.
- 2) *Manfaat fisik* dan *psikis*, yaitu berupa terpenuhinya keutuhan fisik atau psikis manusia
- 3) *Manfaat intelektual*, yaitu berupa terpenuhinya kebutuhan akal manusia ketika ia membeli barang/jasa.
- 4) Manfaat terhadap lingkungan (*intra generation*), yaitu berupa adanya eksternalitas positif dari pembelian suatu barang/jasa atau manfaat yang bisa dirasakan oleh selain pembeli pada generasi yang sama.
- 5) Manfaat jangka panjang, yaitu terpenuhinya kebutuhan duniawi jangka panjang atau terjaganya generasi masa mendatang terhadap kerugian akibat dari tidak membeli suatu barang/jasa.

Di samping itu, kegiatan konsumsi terhadap barang/jasa yang halal dan bermanfaat (*tayibah*) akan memberikan berkah bagi konsumen. Berkah ini hadir jika seluruh hal berikut di lakukan dalam konsumsi:

- (a) Barang/jasa yang di konsumsi bukan merupakan barang haram.
- (b) Tidak berlebih-lebihan dalam jumlah konsumsi
- (c) Diniatkan untuk mendapatkan rida Allah.<sup>41</sup>

## **k. Prioritas Konsumsi**

Islam mengajarkan bahwa manusia selama hidupnya akan mengalami tahapan-tahapan dalam kehidupan. Secara umum tahapan kehidupan dapat dikelompokkan menjadi dua tahapan yaitu: dunia dan akhirat. Oleh karena itu Islam mengajarkan kepada umatnya untuk selalu mencapai

---

<sup>41</sup> P3EI, Ekonomi Islam, 142-145.

kebahagiaan di dunia dan akhirat. Hal ini berarti pada saat seseorang melakukan konsumsi harus memiliki nilai dunia akhirat. Dengan demikian maka yang lebih diutamakan adalah konsumsi untuk dunia atau konsumsi untuk akhirat.

## **I. Masalah dalam Komsumsi**

Dalam menjelaskan komsumsi. Kita mengasumsikan bahwa konsumen cenderung untuk memilih barang dan jasa yang memberikan masalah maksimum. Hal ini sesuai dengan rasionalitas Islam bahwa pelaku ekonomi selalu ingin meningkatkan masalah yang di perolehnya. Seorang konsumen akan mempertimbangkan manfaat dan berkah yang di hasilkan dari kegiatan komsumsinya, berkah akan di perolehnya ketika ia mengomsumsi barang/jasa yang di halalkan oleh syariat Islam.

### **1) Masalah dan Kepuasan**

Jika dilihat kandungan masalah dari suatu barang dan jasa yang terdiri dari manfaat dan berkah maka di sini seolah tampak bahwa manfaat dan berkah adalah identik. Sebagai contoh adalah dua orang, Zaid dan Hindun yang dalam keadaan yang sama (rasa lapar dan kesukaan yang sama) sama- sama mengomsumsi daging sapi. Zaid tidak mempermasahkan kehalalan daging sapi sehingga dia mengomsumsi daging sapi yang tidak halal. Sementara itu, Hindun adalah orang yang sangat mematuhi perintah Allah, dia hanya memakan daging sapi yang halal. Di asumsikan di sini bahwa sapi yang di komsumsi kedua orang tersebut mempunyai kualitas fisik yang tepat sama. Di sini akan bisa di lihat bahwa manfaat yang di terima oleh zaid tetap sama dengan manfaat yang di terima oleh Hindun. Namun, masalah yang di terima Hindun lebih besar dari pada masalah yang di terima oleh Zaid. Hal ini mengingat bahwa masalah tidak saja berisi manfaat dari barang yang di komsumsi saja, namun juga terdiri dari berkah yang terkandung dalam barang tersebut.

Berbeda dengan kepuasan yang bersifat *individual*, masalah tidak hanya bisa di rasakan oleh dindividu. *Maslahah* bisa juga di rasakan oleh selain konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa dalam kegiatan muamalah dimungkinkan diperoleh manfaat sekaligus berkah

- 2) Penentuan dan Pengukuran Masalah bagi Konsumen besarnya berkah yang di peroleh berkaitan langsung frekuensi kegiatan konsumsi yang di lakukan. Semakin tinggi frekuensi kegiatan yang ber-maslahah, maka semakin besar pula berkah yang akan diterima oleh pelaku konsumsi. Dengan demikian, dapat di tafsirkan bahwa *masalahah* yang di terima merupakan perkalian antara pahala dan frekuensi kegiatan tersebut. Demikian dalam konsumsi, besarnya berkah yang diterima oleh konsumen tergantung frekuensi konsumsinya. Semakin bannyak barang *halal-tayyib* yang di konsumsi, maka akan semakin besar pula berkah yang di terima.<sup>42</sup>

## Penutup

Konsumsi pada hakikatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan. Konsumsi bagi seorang muslim hanya sekedar perantara untuk menambah kekuatan dalam menaati Allah, yang ini memiliki indikasi positif dalam kehidupannya. Seseorang muslim tidak akan merugikan dirinya di dunia dan diakhirat, karena memberikan kesempatan pada dirinya untuk mendapatkan dan memenuhi konsumsinya pada tingkat melampaui batas, membuatnya sibuk mengejar dan menikmati kesenangan dunia sehingga melalaikan tugas utamanya dalam kehidupan ini. Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep *unilitas* melainkan kemaslahatan (*masalahah*). Pencapaian *masalahah* tersebut merupakan tujuan dari *al-maqasidus-shari'ah*. Konsep *unilitas* sangat subjektif karena bertolak belakang pada pemenuhan kepuasan atau *wants*, dan konsep *masalahah* relatif lebih objektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau *needs*. Masalahah di penuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki masalahah ataupun tidak. Adapun *unility* ditentukan lebih subjektif karena akan berbeda antara satu orang dengan orang lainnya.

Ada beberapa aspek tentang konsumsi dalam perspektif Islam seperti konsep islam tentang kebutuhan, urgensi dan tujuan konsumsi dalam islam, prinsip konsumsi dalam islam, etika konsumsi dalam islam,

---

<sup>42</sup> P3EI, *Ekonomi Islam* , 129-135.

standar hidup, model keseimbangan konsumsi dalam islam, perilaku konsumen muslim, unsur-unsur preferensi konsumen, karakteristik konsumsi dalam islam, karakteristik manfaat dan berkah dalam islam dan prioritas konsumsi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aziz, Abdul. 2013. *Etika Bisnis Perspektif Islam: Implementasi Etika Islam untuk Dunia Usaha*. Bandung: Al-Beta.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Ash-Shabuny, Muhammad. Ali. 2000. *Cahaya al-Qur'an*. Jakarta: Pustaka al-Kausar.
- Al-Hafidz, Ahsin. W. 2008. *Kamus Ilmu Al-Qur'an*. Jakarta: Amzah.
- Azra, Azyumardi. 2008. *Kajian Tematik al-Qur'an Tentang Kemasyarakatan* Bandung: Angkasa.
- al-Arif, Rianto, M. Nur. 2011. *Dasar-dasar ekonomi Islam*. Solo: PT. Era Adicitra Intermedia.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Azzubaidi, Ahmad. Zaenuddin. 1986. *Terjemah Hadits Shahih Bukhari*, Ter. Muhammad Zuhri Semarang: CV. Toha Putra.
- al-Nawawi, Sarifu ad-Din. Yahya. *al-Arba'in al-Nawawiyah*. Surabaya: al-Miftah.
- al-Arid, Ali Hasan. 1992. *Sejarah dan Metodologi Tafsir*, ter. Ahmad Karom Jakarta: Rajawali Press.

- al-Qaththan, Manna Khalil. *Mabahis Fiy 'Ulum al-Quran*. Beirut: Mansyurat al-Ashr al Hadis, tt.
- Amrullah, Abdul Malik. Abdul Karim. 1983. *Tafsir Al-Azhar* juz II, Jakarta: PT.Pustaka Panjimas.
- al-Hasyimi, Sayyid Ahmad. 1995. *Mukhtarul Ahadist An-Nabawiyah* ter. Mahmud Zaini Jakarta: Pustaka Amani.
- Asqalani , Ibn Hajar. Al-Hafiz. *Bulughu al-Maram*. Surabaya: al-Hidayah.
- Baihaki, Wazin. 2011. Teori Konsumsi (Analisis Kritis Tentang Konsumsi Dalam ekonomi Konvensional dan Ekonomi Islam). *Tazkiya Jurnal Keislaman, kemasyarakatan dan Kebudayaan*. Vo. 12 No.(2).
- Zakariya, Abi. 1987. *Riadhush Shalihin*, ter. Bahreisi Bandung: PT. Al-Ma'arif Bandung.
- Chaudhary, Syarif. Muhammad. 2012. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar* (Fundamental Economic System). Jakarta: kencana prenda grup.
- Dahlan, H.A. & Alfari, M.Zaka. 2000. *Asbabun Nuzul* cet, 2. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Departemen Agama Republik Indonesia. 2008. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: Aneka Ilmu.
- Fauzia, Ika Yunia & Riyadi, Abdul Kadir. 2014. *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*. Jakarta: Kencana Premedia Group.
- Hafinuddin, Didin & Budioto, Setiawan. 1997. *Peran Nilai dan Mural Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Press.
- Halim, Abdul. 2014. *Analisis konsep Konsumsi dalam pandangan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: Fakultas Syariah Uin Sunan Ampel.
- Hindawi, Abdul Hamid. 2006. *Tafsir al-Qur'an Al-Aisar*, ter. Abu Bakar Jabir Al-Zairi Jakarta: Darus Sunah Pres.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam* . Surakarta: Erlangga.

- Hadi, Amirul & H. Haryono. 1998. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Hakim, Abdul. 2010. Keterkaitan Konsumsi dan produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam. At-Tahrir Stain Ponorogo. 1(1).
- Hasan Nassar, Muhammad Mahmud. Mahmud. 1971. *Sunan Ibnu Majah* Juz 4. Beirut: Dar-al-Kutub al-Alamiyah.
- Hamzah, Kariman. 1993. *Al-Lu'lu' Wal Marjan (Koleksi Hadis yang disepakati oleh Al-Bukhari Dan Muslim )* ter, Muslich Shabir Semarang: Al-Ridha.
- Hindawi, al-Hamid. 2004. *Jami' al-Bayan fi-Tafsir al-Qur'an*. Lebanon: Dar al-Kutub al-'Alamiyah Bairut.
- Ibn 'Alwi, Abdullah. *Rislatu al-Mu'awanah*. Surabaya: al-Hidayah.
- Ibn al-Hajjaj, Muslim. Abil Husain. *al-Jami' as-Sahih*. Dar al-Fikri: Beirut-Lebanun.
- Kaelan. 2010. *Metode Penelitian Agama Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: Paradikma.
- Kahf, Monzer. 1997. *Ekonomi Islam: Telaah Analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Keputusan Ijtima' Ulama Komisi Fatwase-Indonesia ketiga tahun 2009.
- Kurnia, Aulia, Dzikriyati. 2010. *Teori Konsumsi dalam Ekonomi Mikro; Analisis Kritis dalam Perspektif Ekonomi Islam*, Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Syariah UIN Malang.
- Kuntowijoyo. 2003. *Metodologi Sejarah, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Manan, A. M. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: P.T. Dana Bhakti Prima Yasa.
- Muhammad. 2004. *Ekonomi Mikro Dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta.

- Mudhafier, Fadlan & Wibisono. 2004. *Makanan Halal (Kebutuhan Umat & Kepentingan usaha)*. Jakarta: Zakla Press.
- Mustafa, al-Maroghi. Ahmad. 1946. *Tafsir al-Maroghi juz 2* .Maktabah: Mostafa al-Bani al-Jalabi wa al- audalah.
- Marathon, Said Sa'ad. 2007. *Ekonomi Islam ditengah Krisis Global*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Muhammad ibn Muhammad , al-Ghazali. Abi Hamid. *ihya' 'Ulum al-Din Jus II edisi revisi . ma'had al-Islami al-salafi*.
- Nurmawan, Imam. 2000. *Teori Makro Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Metodologi penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University press.
- Nuruddin,Amiur. 2002. *Dari mana Sumber Hartamu (renungan tentang bisnis Islam dan ekonomi Syariah)*. Sumatra: Erlangga
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam. 2008. *Ekonomi Islam*. Jakarta: PT.RajaGrafindo.
- Qardawi, Yusuf, al. 2001. *Dawru al-Qiyam wa- al-'akhlaq fi-al-iqtisadi al-islami* .an-Nashir:maktabah wahbah.
- Rahman, Abdur. 2012. *Konstruksi Teori Konsumsi al-Ghazal*. Disertasi tidak diterbitkan. Surabaya: Program Studi Ilmu ke-Islaman Pasca Sarjana IAIN Sunan Ampel Surabaya.
- Roshidi, Suherman. 2009. *Pengantar Teori Ekonomi (Pendekatan kepada Teori Ekonomi Mikro dan Makro)*. Jakarta: P.TGrafindo Persada.
- Rahim, Abdur Rahim. 2013. *Ekonomi Islam Perspektif Muhammad saw* . Jember: Stain Jember: Press.
- Rahman, Afzalur. 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Dana Bhakti Prima Yasa.
- Suwikno, Dwi. 2010. *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Saha, Ishom, el. & Hadi, Saiful. 2005. *Sketsa Al-Qur'an* (tempat, Tokoh, Nama dan Istilah dalam Al-Qur'an). Jakarta: Lista Fariska Putra.
- Siswantoro. 2004. *Metode Penelitian Sastra: Analisis Psikologis*. (Suarakarta: Sebelas Maret University Press.
- ar-Rifa'I, Nasib. Muhammad. 1999. *Kemudahan dari Allah: Ringkasan tafsir Ibnu Katsir Jilid II ter*. Syihabullah Jakarta: Press.
- Shihab, Umar, "Ensiklopedi" (*Metodologi al-Qur'an*) *ekonomi & Indeks* PT: Kalam Publika.
- Supriyitno, Eko. 2005. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Wibowo, Sukarno. 2013. *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zakariya, Sayyid. *Tafsir an-nasafi*. an-Nashir: Maktabah nazar Mustafaal-baz.