

PEMIKIRAN MUHAMMAD ABDUL MANNAN

TERHADAP KONSUMSI DAN RELEVANSINYA

TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA

SKRIPSI
Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)



Oleh:

Uzlifatirrohmah
(13110683)

PROGRAM STUDI MUAMALAH FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA
1437 H/2017 M

**PEMIKIRAN MUHAMMAD ABDUL MANNAN
TERHADAP KONSUMSI DAN RELEVANSINYA
TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA**

**SKRIPSI
Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sajana Hukum (SH)**

**Oleh :
Uzlifatirrohmah
13110683**

**Dosen Pembimbing :
Dra. Hj. Muzayyanah, MA**

**PROGRAM STUDI MUAMALAHFAKULTAS SYARIAH
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN (IIQ) JAKARTA
1437 H/2017**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "*Pemikiran Muhammad Abdul Mannan terhadap Konsumsi dan Relevansinya dalam Masyarakat*" yang disusun oleh Uzlifatirrohmah dengan Nomor Induk Mahasiswa: 13110683 telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan ke sidang munaqasyah.

Jakarta, 18 Agustus 2017

Pembimbing



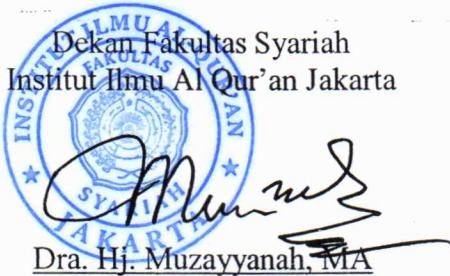
Dra. Hj. Muzayyanah, MA.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Pemikiran Muhammad Abdul Mannan terhadap Konsumsi dan Relevansinya dalam Masyarakat” yang disusun oleh Uzlifatirrohmah dengan Nomor Induk Mahasiswa 13110683 telah diujikan dalam Munaqasyah Fakultas Syariah Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) Jakarta pada tanggal 19 Agustus 2017. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (SH).

Jakarta, 19 Agustus 2017

Dekan Fakultas Syariah
Institut Ilmu Al Qur'an Jakarta



Dra. Hj. Muzayyanah, MA

Sidang Munaqasyah

Ketua Sidang

Sekretaris Sidang

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muzayyanah'.

Dra. Hj. Muzayyanah, MA

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Chandra'.

Chandra, S.Ud

Pengaji I

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'DR. H. Hendra Kholid'.

DR. H. Hendra Kholid, MA.

Pengaji II

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Nur Izzah'.

Dra. Hj. Nur Izzah, MA

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Muzayyanah'.

Dra. Hj. Muzayyanah, MA

PERNYATAAN PENULIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Uzlifatirrohmah

NIM : 13110683

Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 20 Agustus 1995

Alamat : Jl. Masjid III No.16 Cipayung Jakarta
Timur

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul "*Pemikiran Muhammad Abdul Mannan Terhadap Konsumsi dan Relevansinya dalam Masyarakat*" adalah benar-benar hasil karya saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Kesalahan dan kekurangan di dalam karya ini, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Jakarta, 18 Agustus 2017 M



Uzlifatirrohmah

MOTTO

“Sebaik baik manusia adalah yang dapat bermanfaat bagi orang lain”

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam. Shalawat serta Salam pula semoga tercurahkan Kepada Baginda Nabi Saw, keluarga, beserta Sahabatnya. Syukur walhamdulillah yang tak terhingga kepada Allah, karena atas izin-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pemikiran Muhammad Abdul Mannan Terhadap Konsumsi dan Relevansinya dalam Masyarakat”**. Mohon maaf atas segala kekurangan yang ada didalamnya, karena sesungguhnya kebenaran datangnya dari Allah dan kesalahan datangnya dari penulis sendiri.

Tidak lupa, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada semua pihak yang telah mendukung penulis, baik secara moril maupun materil, untuk menyelesaikan skripsi ini. Karena tanpa mereka, penulis belum tentu mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Untuk itu, melalui karya ini penulis ingin menyampaikan rasa trimakasih yang tulus dan mendalam kepada:

1. Prof. DR. Hj. Khuzaemah. T. Yanggo, MA, selaku Rektor Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ).
2. Dra. Hj. Muzayyanah, MA, Dekan Fakultas Syari'ah dan sekaligus sebagai Dosen Pembimbing yang selalu memberikan dorongan, berkenan meluangkan waktu di tengah aktifitas beliau yang padat, senantiasa sabar dalam membimbing penulis, memberikan arahan, petunjuk, saran-saran agar skripsi ini dapat selesai pada waktunya dan sebaik-baiknya kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Segenap Dosen Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) Jakarta yang dengan tulus dan ikhlas mengamalkan ilmunya kepada kami, walaupun terkadang kami lalai.
4. Seluruh instruktur tahfidz yang telah sabar dan membantu saya dalam menyelesaikan hafalan Al-Qur'an.

5. Abah dan Mamah yang selalu mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi, selalu memberikan nasehat dan selalu mendoakan. Terima kasih atas segala pengorbanan yang telah Abah dan Mamah berikan untuk anak mu. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan dan kebahagiaan. Aamin.
6. adik -adikkuyang selalu memberikan dukungan kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi, selalu mendoakan, dan selalu memberikan nasehat.
7. Teman-teeman fakultas syari'ah angkatan 2013 yang telah menemani dan selalu ada dalam suka maupun duka semoga silaturrahmi ini tetap terjaga, semoga kita semua dapat mengamalkan apa yang telah didapat di IIQ dan selalu mendapat lindungan dari-Nya.
8. Teman-teeman asrama Hosen yang selalu menghibur dan mendukung untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

Terima kasih atas segala bantuan dan dukungannya. Semoga semua bantuan yang diberikan kepada penulis akan dibalas oleh Allah dengan sebaik-baik balasan. Akhirnya, penulis dengan senang hati menerima saran serta kritik para pembaca sekalian demi terwujudnya hasil yang lebih baik. Semoga skripsi ini bermanfa'at bagi kita semua. Amin.

Jakarta, 18 Agustus 2017 M
25 Dzul Qa'dah 1438 H

Penyusun

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah penyalinan dengan pangantian huruf dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Dalam penulisan skripsi di Institut Ilmu Al-Qur'an, transliterasi Arab-Latin mengacu pada berikut ini:

1. Konsonan

أ	A	ط	Th
ب	B	ظ	Zh
ت	T	ع	'
ث	Ts	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	H	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Dz	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	,
ص	Sh	ي	Y
ض	Dh		

2. Vokal

Vokaltunggal		Vokalpanjang	Vokalrangkap
Fathah	: a	ī : a	ي...’ : ai
Kasrah	: i	ى : ī	ؤ...’ : au
Dhammah	: u	و : û	

3. Kata Sandang

a. Kata sandang yang diikuti alif lam (ال) *qamariyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *qamariyah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya. Contoh:

البَرَّةُ: *al-Baqarah*

المَدِينَةُ: *al-Madīnah*

b. Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *syamsiyah*

Kata sandang yang diikuti oleh alif lam (ال) *syamsiyah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya. Contoh:

الرَّجُلُ: *ar-Rajūl*; السَّيِّدَةُ: *as-Sayyidah*

الشَّمْسُ: *asy-Syams*; الدَّارُمِيُّ: *ad-Dârimî*

c. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah (Tasydīd) dalam sistem aksara Arab digunakan lambang () , sedangkan untuk alih aksara ini dilambangkan dengan huruf, yaitu dengan cara menggandakan huruf yang bertanda *tasydīd*. Aturan ini berlaku secara umum, baik *tasydīd* yang berada di tengah kata, di akhir kata ataupun yang terletak setelah kata sandang yang diikuti oleh huruf-huruf *syamsiyah*.

Contoh:

أَمَّا بِاللَّهِ: *Âmannâbillâhi*

أَمَّنَ السُّفَهَاءُ: *Âmana as-sufahâ 'u*

إِنَّ الَّذِينَ: *Inna al-ladzîna*

وَالرُّكْعَ: *waar-rukka 'i*

d. *Ta Marbûthah* (٦)

Ta Marbûthah (٦) apabila berdiri sendiri, waqaf atau diikuti oleh kata sifat (*na'at*), maka huruf tersebut dialih aksarakan menjadi huruf “h”. Contoh:

الْأَفْيَدَةُ: *al-Af'îdah*

الجَامِعَةُ الْإِسْلَامِيَّةُ: *al-Jâmi'ah al-Islâmiyyah*

Sedangkan *ta marbûthah* (٦) yang diikuti atau disambungkan (*di-washâh*) dengan kata benda (*ism*), maka dialih aksarakan menjadi huruf “t”. Contoh:

عَامِلَةُ نَاصِيَةٍ: *'Âmilatun Nâshibah*

الْآيَةُ الْكُبْرَى: *al-Âyat al-Kubrâ*

e. Huruf Kapital

Sistem penulisan huruf Arab tidak mengenal huruf kapital, akan tetapi apabila telah dialih aksarakan maka berlaku ketentuan ejaan yang disempurnakan (EYD) bahasa Indonesia, seperti penulisan awal kalimat, huruf awal namat tempat, nama bulan, nama diri dan lain-lain. Ketentuan yang berlaku pada EYD berlaku pula dalam alih aksara ini, seperti cetak miring (*italic*) atau cetak tebal (*bold*) dan ketentuan lainnya. Adapun untuk nama diri yang diawali dengan kata sandang, maka huruf yang ditulis kapital adalah awal nama diri, bukan kata sandangnya. Contoh: ‘Alî Hasan al-‘Aridh, al-’Asqallânî, al-Farmawî dan seterusnya. Khusus untuk penulisan kata Alqur’ân dannama-nama surahnya menggunakan huruf kapital. Contoh: Al-Qur’ân, Al-Baqarah, Al-Fâtihah dan seterusnya.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN PENULIS	v
KATA PENGANTAR	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI	x
DAFTAR ISI	xii
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Permasalahan	
1. Identifikasi Masalah	8
2. Pembatasan Masalah.....	8
3. PerumusanMasalah	8
C. Tujuan & Manfaat Penelitian	9
D. Tinjauan Pustaka	9
E. Metode Penelitian	11
F. Sistematika Penulisan.....	13
BAB II Konsep Konsumsi secara Umum dan Ekonomi Islam	
1. Pengertian konsumsi.....	15
2. Konsumsi dalam Al Qur'an dan Hadist.....	18

3. Macam-macam konsumsi	22
4. Faktor-faktor konsumsi.....	24
5. Jenis kegiatan konsumsi	29
6. Norma dan Etika dalam Konsumsi	31
7. Tujuan Konsumsi	33
8. Teori perilaku konsumen secara konvensional.....	35

BAB III Biografi Muhammad Abdul Mannan dan Perilaku Konsumen

Masyarakat Indonesia

A. 1. Latar Belakang Sosial Muhammad Abdul Manan	38
2. Karya –karya Muhammad Abdul Mannan.....	41
3. Pendapat Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dan Perilaku Konsumen	43
B. Perilaku Konsumen Masyarakat Indonesia	
1. Pengertian Perilaku Konsumen Masyarakat.....	56
2. Faktor Perilaku Konsumen.....	58

BAB IV Analisis terhadap Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang

Konsumsi

A. Analisis terhadap Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi.....	61
B. Analisis terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia	75

C. Relevansi Pemikiran Muhammad Abdul Mannan dengan Pola Konsumsi Masyarakat Sekarang.....	79
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	91
B. Saran-saran	91
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	

ABSTRAK

Uzlifatirrohmah. 13110683. *Pemikiran Muhammad Abdul Mannan terhadap Konsumsi dan Relevansinya terhadap Konsumsi Masyarakat Indonesia.* Skripsi, Program Studi Muamalah, Fakultas Syariah, Institut Ilmu Al Qur'an (IIQ) Jakarta. Jakarta 1438H, 2017 M.

Konsumsi merupakan hal yang sangat urgent didalam kehidupan bermasyarakat, karena itu para pemikir banyak yang merefleksikan tulisan-tulisannya, diantaranya adalah pemikir Muhammad Abdul Mannan tentang prinsip ekonomi Islam yang berbasis nilai materil dan spiritual dengan lima prinsip.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian literatur dengan pendekatan kualitatif. Merupakan data primernya adalah buku karya Muhammad Abdul Mannan yang berjudul : PEMIKIRAN MUHAMMAD ABDUL MANNAN TERHADAP KONSUMSI. Data sekunder adalah kitab, buku , jurnal, dan lainnya yang mendukung data primer, dan lain lain yang relevan dengan tema penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukan bahwa , *Pertama*, menurut Muhammad Abdul Mannan perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu 1. Prinsip keadilan, 2. Prinsip kebersihan, 3. Prinsip kesederhanaan, 4. Prinsip kemurahan hati, dan 5. Prinsip moralitas. Kelima prinsip ini menjadi pegangan dalam aktivitas konsumsi sejalan dengan Maqashidus Syar'iyah. *Kedua*, saat ini Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia lebih mengikuti tren modern seperti gaya hidup seseorang. Faktanya, Menurut survei BPS pertumbuhan konsumsi tersebut berdasarkan dari kegiatan perhotelan, restoran, tempat rekreasi dan lainnya. *Ketiga*, Pada prinsipnya pemikiran Mannan sudah diterapkan di Indonesia melalui kebijakan pemerintah yang dalam hal ini menteri perdagangan dan perindustrian. Salah satu kebijakan antara lain seperti Kebijakan menteri tersebut antara lain: pemerintah mengeluarkan sejumlah peraturan perundang-undangan yang mengatur masalah izin usaha, perdagangan, produksi, undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang lingkungan hidup yang terus diperbarui dengan dirubah dan atau diganti.

Kata Kunci : Konsumsi, Pemikiran Muhammad Abdul Mannan

Dosen Pembimbing : Dra. Hj. Muzayyanah, MA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pokok persoalan ekonomi yang dihadapi oleh setiap orang dan setiap keluarga dapat dirumuskan yaitu orang ingin hidup layak sebagaimana manusia dan sebagai warga masyarakat. Untuk itu dibutuhkan bermacam-macam barang dan jasa seperti, makanan, pakaian, rumah, obat, sepatu, radio, pengangkutan, dan sebagainya. Ini semua tidak gratis jatuh dari langit, melainkan harus dibeli karena harus diproduksi dahulu. Untuk dapat membeli semuannya itu diperlukan uang, sebab kita harus membayar harganya. Jadi, seorang konsumen atau suatu keluarga di satu pihak berhadapan dengan kebutuhan-kebutuhan hidup yang harus dipenuhi, dan yang menentukan apa dan berapa yang ingin dibeli. Di lain pihak dihadapkan dengan harga yang harus dibayar serta terbatasnya penghasilan yang membatasi apa dan berapa yang dapat dibeli.¹

Selain kebutuhan rutin untuk makan, sandang, transportasi masih ada kebutuhan mendadak yang diluar rencana tetapi harus dipenuhi, seperti bila terjadi kecelakaan, kehilangan anggota keluarga, terkena musibah sakit, terancam PHK. Kemajuan zaman dan hasil-hasil teknologi modern juga terus menerus menciptakan kebutuhan baru yang sulit untuk dielakkan. Selain karena gengsi juga karena barang yang dulu dianggap mewah sekarang sudah sebagian menjadi kebutuhan biasa. TV berwarna sudah bukan barang mewah lagi, kendaraan bermotor sudah menjadi kebutuhan keluarga. Kulkas, radio, jam tangan dan surat kabar sudah menjadi kebutuhan sehari-hari. Idealnya setiap keluarga mempunyai

¹ T. Gilarso, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2003) h, 90

penghasilan yang cukup besar sehingga dapat membiayai semua kebutuhan hidupnya. Namun dalam kenyataan, hal itu masih jauh dari harapan sementara itu, kebutuhan dan keinginan berkembang demikian cepatnya sehingga berapa pun besarnya penghasilan akan selalu tidak cukup untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan tersebut.²

Konsumsi merupakan suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Dalam ilmu ekonomi secara umum, konsumsi adalah perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Dalam teori ekonomi konvensional hal terpenting dalam konsumsi adalah bagaimana konsumen mengalokasikan pendapatan untuk membelanjakan atas produk atau jasa dan menjelaskan keputusan alokasi tersebut dalam menentukan permintaan yang diinginkan.³

Konsumsi adalah permintaan. Konsumsi juga bisa berarti mengambil manfaat atau menggunakan barang-barang jadi dari hasil produksi, kegiatan konsumsi pada hakikatnya adalah kegiatan penyeimbang dari kegiatan produksi, artinya, kegiatan produksi tidak akan mengandung arti apa-apa bagi kegiatan ekonomi manusia bila tidak dibarengi dengan kegiatan konsumsi. Sebab, pada akhirnya kegiatan produksi dilakukan dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumen.⁴

Aturan Islam untuk konsumsi ini lebih diarahkan kepada pihak konsumen dan bukan pihak produsen. Konsumen berhak membelanjakan harta sesuai kebutuhannya tanpa berlebih-lebihan dan menghindari

² T. Gilarsa, *Pengantar Ekonomi Makro*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2003) h. 61

³ *Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam* (P3EI) Universitas Islam Indonesia, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada bekerja sama dengan BI t.t.) h. 9

⁴ M. A. Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995), h. 44

pembelanjaan yang dapat mengakibatkan *tabzir*(pemborosan). Selain itu, Islam juga menganjurkan hidup sederhana dan menjauhi gaya hidup yang mewah.⁵

Aturan konsumsi dalam Islam dilandasi oleh interpretasi bahwa manusia sebagai *khalifatullah fi al-ardh* berkewajiban membelanjakan (menafkahkan) harta yang dimilikinya. Sasaran dari menafkahkan harta bisa diarahkan untuk kepentingan dirinya sendiri dan keluarga, dan bisa juga untuk kepentingan fisabilillah.

Manusia diciptakan oleh Allah sebagai khalifah yang mendiami dan memakmurkan bumi. Untuk tugas itu ia dilengkapi berbagai instrumen dalam dirinnya seperti insting, panca indra, akal pikiran, hati nurani, nafsu, dan sebagainya. Diciptakan pula berbagai kebutuhan mereka di bumi dari mulai yang paling asasi, seperti udara (oksigen) untuk bernapas, berbagai makanan dan minuman yang melimpah, sampai pada kebutuhan yang bersifat aksesoris. Dengan perkataan lain, semua yang ada di bumi diperuntukkan untuk kehidupan manusia sebagaimana dijelaskan dalam firman Nya :

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَى إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ
سَبْعَ سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

“Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu .(Al Baqarah [2] : 29)⁶

⁵ A. Djazuli, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002) h, 35

⁶ Kementerian Agama RI Tahun 2012, *Tafsir Al Qur'an Tematik Pembangunan Ekonomi Umat*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) h, 207

Islam mengatur segenap prilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia beguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Al Qur'an dan al Hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulullah Saw akan menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera.⁷

Ekonomi Islam hadir di dunia sebagai solusi untuk memperbaiki kerusakan perekonomian yang disebabkan oleh eksistensi kapitalisme. Ekonomi Islam hadir untuk memperbaiki moral ekonomi masyarakat dunia serta meluruskan asumsi-asumsi ekonomi dunia kearah asumsi 'ilahiah' yang tidak bebas nilai. Seluruh kegiatan ekonomi dalam Islam bukanlah sebuah tujuan akhir dari kehidupan melainkan hanya merupakan sarana untuk mencapai tujuan yang tinggi, yaitu, *falah*.⁸

Dalam aspek konsumsi, Muhammad Abdul Mannan menyatakan bahwa konsumsi merupakan bagian yang sangat penting dalam kajian ekonomi Islam⁹. Baginya kegiatan konsumsi tidak hanya sekedar bagaimana menggunakan hasil produksi. Lebih dari itu, konsumsi Islami harus dapat menciptakan sebuah distribusi pendapatan dan kekayaan (ekonomi) yang adil. Keberadaan segala bentuk pelarangan konsumsi barang mewah dalam Islam tanpa disertai redistribusi kekayaan dan

⁷ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001) h, 151

⁸ Yusuf Qardhawi, *norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainul Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997), h, 33

⁹ Muhammad Abdul Mannan, *Economic Development and Social Peace in Islam*, (Bangladesh: Bangladesh Social Peace Foundation, 1989), h, 34

pendapatan tidak akan sama sekali menyelesaikan masalah-masalah ekonomi.¹⁰

Secara sederhana, konsumsi dalam perspektif ekonomi diartikan sebagai pemakaian barang untuk mencukupi suatu kebutuhan secara langsung. Mengonsumsi benda-benda yang tersedia di alam ini, baik yang masih natural maupun olahan melalui sentuhan teknologi produksi, boleh-boleh saja sepanjang tidak terdapat unsur-unsur ketidakadilan (perbuatan zalim), *tabzir* (boros, mubazir), *israf* (berlebih-lebihan atau melampui batas). Hal-hal yang berkaitan dengan pola konsumsi inilah yang akan dibahas dalam tulisan ini. Dimulai dari pemaparan tentang kebutuhan manusia, penyelarasan antara pendapatan dan pengeluaran, pembelanjaan pada hal-hal yang baik, menghindari kebakhilan, kemewahan dan kemegahan, serta kemubaziran dan melampui batas.

Dalam hal ini Islam telah menetapkan prinsip-prinsip konsumsi yang seyogyanya menjadi panduan bagi produsen selaku penghasil produk dan bagi konsumen selaku penikmat produk.

Ada lima prinsip konsumsi dalam Islam sebagaimana yang dikemukakan M. Abdul Manan sebagai berikut :

1. Prinsip Keadilan

Artinya, sesuatu yang dikonsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum.

2. Prinsip Kebersihan

Dalam Al Qur'an maupun Sunnah disebutkan bahwa makanan itu harus baik atau cocok untuk dikonsumsi, tidak kotor, ataupun menjijikkan sehingga merusak selera.

3. Prinsip Kesederhanaan

¹⁰ Mannan, *Islamic Economic : Theory and Practice Foundation of Islamic Economic* (England: Hodder and Stoughton Ltd, 1986), h, 18

Artinya, dalam mengonsumsi sesuatu tidak berlebih-lebihan.

4. Prinsip Kemurahan Hati
5. Prinsip Moralitas¹¹

Dalam konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan kebaikan (kehalan) suatu yang akan dikonsumsinya. Oleh karena itu M. Abdul Mannan seorang guru besar di Islamic Research and Training institute, Islamic Development Bank, Jeddah kelahiran Bangladesh 17 November 1939 menyatakan :

The difference between modern and Islamic Economics in respect of consumption lies in its approach towards satisfaction of one's wants. Islam does not recognize the pure materialistic bent of the modern pattern of consumption¹². (perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialis semata-mata dan pola konsumsi modern).¹³

Pemikiran dan gagasan M. Abdul Mannan tersebut telah pula menunjukkan dengan bahwa di dalam Al-Qur'an terdapat ayat-ayat yang memiliki implikasi terhadap munculnya konsep dasar sistem ekonomi Islam yang pada gilirannya dapat menjadi salah satu bidang kajian yang cukup menarik. Dengan demikian penulis melihat tokoh ini layak untuk diteliti karena paling tidak dapat dilihat dari tiga indikator : pertama,

¹¹ Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Terjemah, M. Nastangin (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 197) h, 40

¹² Muhammad Abdul Manan, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: Idarah Adabiah, 1980) h, 79

¹³ Muhammad Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Terjemah, M. Nastangin (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 197) h, 44

integritas tokoh tersebut, karya-karyanya, ketiga, kontribusi(jasa) atau pengaruhnya terlihat atau dirasakan secara nyata oleh masyarakat.

Ketertarikan penulis memilih judul tersebut sebagai objek penelitian yaitu dalam hal ini adalah karena dalam perekonomian ada tiga pelaku penting, yaitu produsen, konsumen dan distributor. Namun dalam ulasan kali ini kita akan membahas tentang satu pelaku yang memiliki peran penting dalam jalannya perekonomian suatu negara yaitu konsumsi. Semua orang dalam kesehariannya melakukan kegiatan konsumsi, seperti kebutuhan pokok, untuk manusia mempertahankan kelangsungan hidupnya. Konsumen adalah pelaku ekonomi yang melakukan kegiatan konsumsi. Dimana mereka membeli atau menggunakan suatu produk baik barang ataupun jasa. Dalam melakukan kegiatan atau aktivitasnya pasti akan nampak tentang perilaku yang dilakukannya, perilaku ini lebih dikenal dengan perilaku konsumen.

Adapun alasan memilih tokoh dan pandangan M. Abdul Mannan adalah karena ia merupakan salah satu seorang pakar ekonomi yang telah mengetengahkan implementasi dari berbagai perintah Islam dalam kaitanya dengan beberapa masalah mendesak yang dihadapi dunia Islam. Ia sangat besar perhatiannya dengan pertumbuhan dan perkembangan laju perekonomian umat Islam.

Berdasarkan pada keterangan tersebut penulis terdorong untuk mengadakan tinjauan lebih mendalam dan menjabarkan dalam tugas akhir dengan judul “PEMIKIRAN MUHAMMAD ABDUL MANNAN TERHADAP KONSUMSI DAN RELEVANSINYA TERHADAP KONSUMSI MASYARAKAT INDONESIA”.

”.

B. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Permasalahan penelitian yang penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut :

- a. Perilaku konsumsi dalam ekonomi konvensional
- b. Perilaku konsumsi masyarakat Indonesia
- c. Pemikiran muhammad abdul mannan tentang konsumsi
- d. Faktor-faktor konsumsi menurut Abdul Mannan tentang Konsumsi
- e. Pemikiran Ekonomi Islam dari tokoh Muhammad Abdul Mannan sangat beragam, yaitu, aspek Produksi, Konsumsi, Politik Ekonomi, Kebijakan Fiskal dan Moneter dan lain sebagainya.

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian pada skripsi ini fokus pada persoalan yang dimunculkan, maka penulis membatasi kajian pemikiran tokoh tersebut, dengan judul “PEMIKIRAN MUHAMMAD ABDUL MANNAN TERHADAP KONSUMSI DAN RELEVANSINYA DALAM MASYARAKAT INDONESIA TERHADAP PERILAKU KONSUMEN”.

3. Perumusan Masalah

- a. Bagaimana Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi ?
- b. Bagaimana Perilaku konsumsi masyarakat Indonesia ?

- c. Apa analisa Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dan bagaimana relevensinya terhadap pola Konsumsi Masyarakat Indonesia ?

C. Tujuan & Manfaat Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi
2. Untuk mengetahui bagaimana Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia
3. Untuk dapat mengetahui analisa Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi terhadap realita Pola konsumsi Masyarakat

Adapun manfaat hasil penelitian ini adalah:

- a. Kegunaan secara akademis, berguna sebagai salah satu persyaratan bagi penulis untuk memperoleh gelar sarjana hukum (SH) di Institut Ilmu Al Quran (IIQ) Jakarta.
- b. Kegunaan teoritis, berguna sebagai pengembangan wawasan ilmu pengetahuan yang selama ini tidak penulis ketahui tentang teori konsumsi menurut Muhammad Abdul Mannan.
- c. Kegunaan praktis, berguna sebagai acuan dan untuk memberikan informasi serta pedoman kepada aktivis ekonomi dan masyarakat umum tentang konsumsi.

D. Tinjauan Pustaka

Sebelum disusun proposal ini, penulis telah berupaya secara maksimal menelusuri penelitian-penelitian terdahulu, sebagai tambahan rujukan atau bahkan memberikan inspirasi dan mendasari dilakukannya penelitian. Dari hasil penelusuran, sudah ada beberapa penelitian yang

menggunakan tokoh M. Abdul Mannan, namun belum ditemukan skripsi yang membahas pandangan M. Abdul Mannan tentang konsumsi dan relevansinya dalam masyarakat. Beberapa penelitian yang membahas tokoh M. Abdul Mannan, diantaranya :

Sabiq (IAIN Walisongo Semarang Tahun 2013) dengan judul *Pandangan M. Abdul Mannan tentang Sistem Ekonomi Berdasarkan Konsep Persaudaraan*. Sebagai perumusan masalah yaitu bagaimana pandangan M. Abdul Mannan tentang sistem ekonomi Islam? Bagaimana pandangan M. Abdul Mannan tentang sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep persaudaraan, relevansinya dengan sistem ekonomi di Indonesia?. Tujuan penelitian ini adalah tentang sistem ekonomi Islam berdasarkan konsep persaudaraan, relevansinya dengan sistem ekonomi di Indonesia.

Temuan penelitian bahwa dalam persepsi Muhammad Abdul Mannan bahwa: a) Prinsip dasar ajaran ekonomi Islam berdasarkan konsep persaudaraan terlihat dan tergambar dalam kewajiban menunaikan shalat lima waktu secara berjama'ah. Shalat ini akan menumbuhkan kasih sayang. Kedermawanan dan persaudaraan bagi yang kaya untuk membantu ekonomi orang-orang yang miskin; b) Landasan Ekonomi Persaudaraan. Landasan ekonomi persaudaraan harus bebas dari bunga dan riba. Bunga dalam pinjaman bertentangan dengan landasan ekonomi persaudaraan karena bunga berlipat ganda tidak bersifat menolong melainkan mematikan bagi yang kecil.

Penelitian Irham Fachreza Anas(2011) tentang *Analisis Komparatif Pemikiran M. Abdul Mannan dan Monzer Kahf dalam Konsep Konsumsi Islam*, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara komprehensif perihal konsumsi Islami berdasarkan pemikiran M.

Abdul Mannan dan Monzer Kahf, mengetahui persamaan dan perbedaan konsep konsumsi Islami dari kedua tokoh ekonomi, membuat perencanaan/stretegi konsumsi Islam bagi masyarakat sebagai upaya mengarahkan perefensi konsumsi menuju pola konsumsi Islami.

Temuan penulis disini menurut hasil perbandingan dengan analisa kualitatif pemikiran kedua tokoh ekonomi Islam terdapat 5 buah konsep konsumsi Islam yang hampir sama dari sisi isi dan pokok pembahasan. Sedang 3 konsep lainnya ternyata berbeda secara isi dan pokok bahasan. Dari pemikiran kedua tokoh tersebut dapat dikembangkan 3 buah konsep baru konsumsi dalam Islam yaitu : 1) Prinsip halal dan Tayyib, 2) Konfigurasi pilihan konsumsi dan 3) Perencanaan konsumsi Islam terdapat 2 faktor yang menyebabkan adanya perbedaan dan persamaan dari pemikiran Muhammad Abdul Mannan dan Monzer Kahf tentang ekonomi Islam khususnya dalam kajian tentang konsep konsumsi, yaitu latar belakang pendidikan dan latar belakang kondisi sosial dan politik.

Perbedaannya dengan skripsi yang lain, yaitu pada skripsi ini Muhammad Abdul Mannan menyimpulkan bahwa konsumsi dalam islam dikendalikan dengan 5 prinsip, yaitu prinsip keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurah hati, dan moralitas yang pada umumnya prinsip ini sangat baik bila diaplikasikan dengan benar.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Secara keseluruhan Jenis Penelitian yang digunaan adalah penelitian kualitatif, yaitu penelitian yang tidak mengadakan perhitungan matematis, statistik, melainkan menggunakan penekanan ilmiah atau penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik

atau dengan cara-cara lain dari kuantifikasi¹⁴. Dan merupakan studi kepustakaan (library research) dimana data dan sumber datanya diperoleh dari penelaahan terhadap literatur-literatur yang sesuai dengan permasalahan.

2. Pendekatan Penelitian

Secara keseluruhan pendekatan penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah pendekatan normatif, yaitu penelitian ekonomi normatif. Bilamana terdapat data-data empiris, maka hal itu dimaksudkan hanya untuk mempertajam analisa dan menguatkan argumentasi penelitian.

3. Sumber Data

Sumber data yang penulis gunakan adalah sumber data Primer dan sekunder. Data Primer pada skripsi ini merujuk pada buku-buku karya Muhammad Abdul Mannan mengenai pola konsumsi masyarakat. Sedangkan untuk data sekunder adalah seluruh literatur yang berhubungan dengan Ekonomi Islam secara umum atau literatur lain yang dapat memberikan informasi tambahan pada judul yang diangkat dalam skripsi ini. yaitu, buku, jurnal, majalah dan lain sebagainya.

4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penulisan ilmiah ini penulisan menggunakan Studi Dokumentasi Naskah (studi pustaka), yaitu pengumpulan data dengan cara mengkaji buku-buku ilmiah, atau semua bahan tertulis lainnya, termasuk karya ilmiah yang diakses dari internet yang berhubungan

¹⁴ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. revisi (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1997), cet. Ke-8, h. 6

dengan Pemikiran M. Abdul Mannan tentang Konsumen dan relevansinya dengan pola konsumsi masyarakat .

5. Teknik Pengolahan Data

Data deskriptif mengenai tokoh yang didapatkan akan disusun ulang hingga dapat menyatu dengan teks-teks atau pembahasan skripsi.

6. Metode Analisa Data

Teknik analisa yang digunakan pada skripsi ini adalah Dekriptif analisis. Deskriptif berarti teknik analisa dengan cara memberikan gambaran-gambaran umum mengenai pemikiran dari Muhammad Abdul Mannan perihal konsep konsumsi.

Setelah itu penulis mencoba mengambil sebuah kesimpulan mengenai konsumsi dalam perspektif Ekonomi Islam yang telah dikaitkan dengan studi empiris mengenai pola konsumsi masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Yaitu meliputi latar belakang masalah, pembatasan dan perumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : Konsep Konsumsi secara Umum dan Ekonomi Islam yang meliputi pengertian konsumsi, konsumsi dalam al-Qur'an dan Hadis, macam-macam konsumsi, faktor-faktor konsumsi, jenis kegiatan konsumsi, norma dan etika dalam

konsumsi, tujuan konsumsi, teori perilaku konsumen secara konvensional, ,

- BAB III** : Biografi Muhammad Abdul Mannan yang meliputi latar belakang sosial Muhammad Abdul Mannan, karyakaryanya, pendapat Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dan perilaku konsumen masyarakat Indonesia.
- BAB IV** : Analisis terhadap pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang konsumsi yang meliputi : analisis terhadap pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang konsumsi,Analisis pola konsumsi masyarakat Indonesia, relevansi pemikiran Muhammad Abdul Mannan dengan pola konsumsi masyarakat sekarang.
- BAB V** : Berisi penutup, kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

Konsep Konsumsi secara Umum dan Ekonomi Islam

A. Pengertian Konsumsi

Definisi konsumsi menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu pemakaian barang hasil produksi (bahan pakaian, makanan, dsb), barang-barang yang langsung memenuhi keperluan hidup kita.¹

Pengertian konsumsi menurut pakar ekonomi Islam antara lain:

1. Menurut Solvay Gerke, yaitu karena miskinnya kelas menengah Indonesia, yang merupakan sesuatu yang ia sebut sebagai *lifestyling*. Konsumsi simbolis demi menentukan batas-batas kelas yang menentukan *the Other-nya* sebagai orang miskin yang tidak mampu menunjukkan bukti-bukti konsumsi yang dilakukan sebagai bagian dari gaya hidupnya².
2. Menurut Yusuf al Qardhawi, konsumsi adalah pemanfaatan hasil produksi yang halal dengan batas kewajaran untuk menciptakan manusia hidup aman dan sejahtera. Yang dimaksud dengan konsumsi disini bukan semata-mata makan dan minum saja. Konsumsi mencakup segala pemakaian dan pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam kehidupan sehari-hari.

¹<http://kbbi.co.id/arti-kata/konsumsi>, diakses pada tanggal, 11/08/2017, pukul 21.06.

²Solvavy Gerke, *Global Lifestyles under Local Conditions : The New Indonesian Middle Class*, dalam Chua Beng-Huat (ed), *Consumptions in Asia. Lifestyles and Identities*, (London: Routledge, 2000) h, 135-158

3. Menurut Monzeer Khaf, teori konsumsi dalam Islam yakni konsumsi agregat merupakan salah satu variabel kunci dalam ilmu ekonomi konvensional. Konsumsi agregat terdiri dari konsumsi barang kebutuhan dasar serta konsumsi barang mewah. Barang-barang kebutuhan dasar (termasuk untuk keperluan hidup dan kenyamanan) dapat didefinisikan sebagai barang dan jasa yang mampu memenuhi suatu kebutuhan atau mengurangi kesulitan hidup sehingga memberikan perbedaan yang ril dalam kehidupan konsumen. Barang-barang mewah sendiri dapat dapat didefinisikan sebagai semua barang dan jasa yang diinginkan baik untuk kebanggaan diri maupun untuk sesuatu yang sebenarnya tidak memberikan perubahan berarti bagi kehidupan konsumen.³

Konsumsi merupakan suatu hal niscaya dalam kehidupan, karena manusia membutuhkan berbagai konsumsi untuk dapat memertahankan kehidupannya. Ia harus makan, hidup, berpakaian untuk melindungi tubuhnya dari berbagai iklim ekstrem dan gangguan lainnya, memiliki rumah untuk tempat berteduh, beristirahat sekeluarga, serta menjaganya dari berbagai gangguan fatal. Demikian juga aneka peralatan untuk memudahkan menjalani kehidupannya bahkan untuk menggapai prestasi dan prestise. Sepanjang hal tu dilakukan sesuai dengan aturan-aturan syarak maka tidak akan menimbulkan masalah. Akan tetapi, ketika manusia memperturutkan nafsunya dengan cara-cara yang tak dibenarkan oleh agama, maka hal itu akan menimbulkan malapetaka berkepanjangan.⁴

³ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Jakarta: Graha Ilmu, 2005), h, 95

⁴ Kementrian Agama RI Tahun 2012, *Tafsir Al Qur'an Tematik Pembangunan Ekonomi Umat*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) h, 205

Pengertian konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen⁵ adalah setiap orang pemakai barang dan/ atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

Umumnya sebuah produk sebelum sampai ke tangan konsumen terlebih dahulu melalui sesuatu proses distribusi yang cukup panjang, mulai dari produsen, distributor, agen, pengecer, hingga akhirnya sampai di tangan konsumen, sehingga dibidang ekonomi dikenal dua jenis konsumen, yaitu konsumen akhir dan konsumen antara. Konsumen akhir adalah pengguna atau pemanfaat akhir dari suatu produk, sedangkan konsumen antara adalah konsumen yang menggunakan suatu produk sebagai bagian dari proses produksi suatu produk lainnya.

Ada dua cara untuk memperoleh barang, yaitu dengan :

- a. Membeli. Bagi orang yang memperoleh suatu barang dengan cara membeli, tentu ia terlibat dalam suatu hubungan kontraktual seperti jual beli, perjanjian kredit, atau sewa menyewa dengan pelaku usaha dan konsumen memperoleh perlindungan hukum melalui perjanjian tersebut.
- b. Cara lain selain membeli, yakni hadiah, hibah dan warisan untuk cara yang kedua ini, konsumsi tidak terbatas dalam suatu hubungan kontraktual dengan pelaku usaha sehingga konsumen tidak mendapatkan perlindungan hukum dari

⁵ Husni Syawali dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung:Mandar Maju, 2000) h, 96

suatu perjanjian. Untuk itu diperlukan perlindungan dari negara dalam bentuk peraturan yang melindungi keberadaan konsumen, dalam hal ini Undang-undang Perlindungan Konsumen.⁶

Berdasarkan pengertian konsumen menurut ketentuan Pasal 1 angka 2 undang-undang Perlindungan Konsumen dapat disimpulkan bahwa syarat-syarat konsumen adalah :

- 1) Pemakai barang dan/atau jasa, baik memperolehnya melalui pembelian maupun secara Cuma-Cuma
- 2) Pemakaian barang dan/atau jasa untuk kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.
- 3) Tidak untuk diperdagangkan.

Dari beberapa pengertian diatas dapat penulis simpulkan bahwa, konsumsi adalah suatu aktifitas memakai atau menggunakan suatu produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh para produsen, disamping itu konsumsi juga merupakan tindakan pemenuhan kebutuhan atau tindakan menghabiskan dan atau mengurangi nilai guna suatu barang atau jasa.

B. Konsumsi dalam Al-Qur'an dan Hadist

Landasan bagi konsumsi dalam Islam di atas memiliki pandangan yang dapat digambarkan sebagai berikut. Semua yang ada di dunia ini adalah Milik Allah sebagai Pemilik mutlak. Namun apa yang dimiliki Allah menjadi anugerah-anugerah yang menjadi milik semua manusia. Dengan demikian semua anugerah tersebut boleh dikelola dan dikonsumsi manusia menurut keinginan manusia

⁶<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-konsumen/>, diakses pada tanggal 07/08/2017, pukul 22.18

tersebut. Namun, hal ini tidak melegitimasi bahwa apa yang dikonsumsi tersebut dibenarkan untuk tujuan apapun dan dengan cara apapun, tanpa memperhatikan aturan dan tuntunan Allah SWT. dengan kata lain bahwa anugerah-anugerah tersebut harus dikonsumsi dengan pilihan dan cara-cara yang baik.

Perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi anugerah yang telah diberikan Allah tersebut dengan cara yang baik dan sesuai dengan tuntunan Allah dianggap sebagai kebaikan. yang demikian dianggap sebagai bentuk ketaatan semua manusia kepada-Nya.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُّوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُو خُطُوفَ الشَّيْطَانِ ه

إِنَّهُ لَكُمْ عَذُونٌ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS. Al-Baqarah:168).

Manusia diciptakan oleh Allah sebagai khalifah yang mendiami dan memakmurkan bumi. Untuk tugas itu ia dilengkapi berbagai instrumen dalam dirinya seperti insting, panca indra, akal pikiran, hati nurani, nafsu, dan sebagainya. Diciptakan pula berbagai kebutuhan mereka di bumi dari mulai yang paling asasi, seperti udara (oksigen) untuk bernapas, berbagai makanan dan minuman yang melimpah, sampai pada kebutuhan yang bersifat aksesoris. Dengan perkataan lain, semua yang ada di bumi diperuntukkan untuk kehidupan manusia sebagaimana dijelaskan dalam firman Nya :

الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَا فِي الْأَرْضِ جَبِيعًا ثُمَّ اسْتَوَى إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ
سَمَاوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ

Dialah (Allah) yang menciptakan segala apa yang ada di bumi untukmu kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit. Dan Dia Maha Mengetahui segala sesuatu .(Al Baqarah [2] : 29)⁷

Islam mengatur segenap prilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia bisa melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia beguna bagi kemaslahatan hidupnya. Islam telah mengatur jalan hidup manusia lewat Al Qur'an dan al Hadits, supaya manusia dijauhkan dari sifat yang hina karena perilaku konsumsinya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan ketentuan Allah dan Rasulullah Saw akan menjamin kehidupan manusia yang lebih sejahtera.⁸

Sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya, konsumsi merupakan keniscayaan dalam kehidupan umat manusia. Untuk mempertahankan kehidupannya, manusia membutuhkan konsumsi. Kebutuhan akan konsumsi ini semakin lama semakin berkembang sejalan dengan pola dan gaya hidup manusia. Semakin maju peradaban manusia, semakin tinggi pula kebutuhannya pada barang-barang yang akan dikonsumsi dengan beragam jenisnya. Rasulullah tidak menisbikan adanya kemungkinan ini, sembari menyatakan bahwa keinginan manusia akan barang-barang (harta) tidak ada

⁷ Kementerian Agama RI Tahun 2012, *Tafsir Al Qur'an Tematik Pembangunan Ekonomi Umat*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012) h, 207

⁸Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001) h, 151

batasnya dan karenanya manusia sendiri yang harus membatasinya⁹.

Rasulullah bersabda :

Dari Mu'adz bin Anas, dari ayahnya ia berkata, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda,

مَنْ أَكَلَ طَعَامًا فَقَالَ الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي أَطْعَمَنِي هَذَا وَرَزَقَنِيهِ مِنْ غَيْرِ حَوْلٍ مِّنِي

وَلَا قُوَّةٌ. عَفِرَ لَهُ مَا تَقَدَّمَ مِنْ ذَنِبِهِ

"Barang siapa yang makan makanan kemudian mengucapkan: "Alhamdulillaahilladzii ath'amanii haadzaa wa rozaqonihi min ghoiri haulin minnii wa laa quwwatin" (Segala puji bagi Allah yang telah memberiku makanan ini, dan merizikkan kepadaku tanpa daya serta kekuatan dariku), maka diampuni dosanya yang telah lalu." (HR. Abu Daud no. 4043, Tirmidzi no. 3458, Ibnu Majah no. 3285 dan Ahmad 3: 439. Imam Tirmidzi, Ibnu Hajar dan ulama lainnya menghasangkan hadits ini sebagaimana disetujui oleh Syaikh Salim bin 'Ied Al Hilali dalam Bahjatun Nazhirin, 2: 50).¹⁰

Namun jika mencukupkan dengan ucapan "alhamdulillah" setelah makan juga dibolehkan berdasarkan hadits Anas bin Malik, Nabi shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda,

إِنَّ اللَّهَ لَيَرْضَى عَنِ الْعَبْدِ أَنْ يَأْكُلَ الْأَكْلَةَ فَيَحْمَدَهُ عَلَيْهَا أَوْ يَشْرَبَ الشَّرْبَةَ

فَيَحْمَدَهُ عَلَيْهَا

⁹ Idris, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 99

¹⁰ (HR. Abu Daud no. 4043, Tirmidzi no. 3458, Ibnu Majah no. 3285 dan Ahmad 3: 439. Imam Tirmidzi, Ibnu Hajar dan ulama lainnya menghasangkan hadits ini sebagaimana disetujui oleh Syaikh Salim bin 'Ied Al Hilali dalam Bahjatun Nazhirin, 2: 50). *Bahjatun Nazhirin Syarh Riyadhis Sholihin*, Abu Usamah Salim bin 'Ied Al Hilali, terbitan Dar Ibnil Jauzi, cetakan pertama, tahun 1430 H.

“Sesungguhnya Allah Ta’ala sangat suka kepada hamba-Nya yang mengucapkan tahmid (alhamdulillah) sesudah makan dan minum” (HR. Muslim no. 2734). Imam Nawawi rahimahullah mengatakan, “Jika seseorang mencukupkan dengan bacaan “alhamdulillah” saja, maka itu sudah dikatakan menjalankan sunnah.” (Syarh Shahih Muslim, 17: 46)¹¹

Jadi kesimpulannya ada tiga do'a setelah makan yang bisa dirutinkan untuk dibaca:

- 1- Alhamdulillahi kastiron thoyyiban mubarakan fiih, ghoiro makfiyyin wa laa muwadda`in wa iaa musiaghnan ‘anhu robbanaa.
- 2- Alhamdulillaahilladzii ath’amanii haadzaa wa rozaqonihi min ghoori haulin minnii wa laa quwwatin.
- 3- Alhamdulillah.

Dari penjelasan Hadist diatas, Rasulullah mengajarkan kita untuk mensyukuri nikmat yang telah diberikan Allah kepada kita. Sbagaimana kita dapat mengonsumsi makanan yang halal dan thoyyib. Cara mensyukurnya yang paling mudah yaitu dengan kalimat tahmid.

C. Macam-macam Konsumsi

Pada dasarnya manusia selalu ingin memenuhi kebutuhan hidupnya baik moral maupun material, baik kebutuhan penting maupun tidak sesuai dengan kemampuan mereka. Kebutuhan pokok atau kebutuhan dasar (*basic human needs*) dapat dijelaskan sebagai kebutuhan yang sangat penting guna kelangsungan hidup manusia, baik yang terdiri dari kebutuhan atau konsumsi individu (makan, perumahan, pakaian) maupun keperluan pelayanan sosial tertentu (air

¹¹ *Al Minhaj Syarh Shahih Muslim bin Al Hajjaj*, Yahya bin Syarf An Nawawi, terbitan Dar Ibnu Hazm, cetakan pertama, tahun 1433 H.

minum, transportasi, kesehatan dan pendidikan)¹². Menurut Suheri, setidaknya ada tiga hal kebutuhan Pokok¹³, yaitu :

1. Kebutuhan Primer

Kebutuhan Primer (barang pokok atau dasar) yaitu nafkah-nafkah pokok bagi manusia yang dapat mewujudkan lima tujuan syari'at, (yakni memelihara jiwa, akal, agama, keturunan dan kehormatan). Tanpa kebutuhan primer kehidupan manusia tidak akan berlangsung. Kebutuhan ini meliputi akan makan, minum, tempat tinggal, kesehatan, rasa aman, pengetahuan dan pernikahan.

Kebutuhan primer adalah kebutuhan manusia yang mutlak diperlukan untuk kelangsungan hidup. Kebutuhan ini bersifat mendesak, artinya bila tidak terpenuhi maka hidupnya akan berakhir. Kebutuhan ini harus mendapat prioritas utama dalam usaha memenuhi kebutuhan manusia. Seperti, makanan, minuman, pakaian, perumahan dan kesehatan.

Dalam hal kebutuhan pokok ini, pemerintah juga telah menetapkan sembilan bahan pokok yaitu beras, ikan asin/teri, minyak goreng, gula pasir, garam, minyak tanah, sabun cuci, tekstil kasar dan batik kasar. Kesembilan bahan pokok ini selalu diawasi tingkat harganya dan djadikan salah satu barometer pengukuran tingkat harga. Pemerintah memandang kesembilan bahan pokok ini sebagai kebutuhan yang penting dan selalu

¹² Mulyanto Sumardi dan Hans-Dieter Evrs. Ed, Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok, (Jakarta : CV. Rajawali dan Yayasan Ilmu-ilmu Sosial (YIIS), 1985), h, 2

¹³ Suheri, Ekonomi Mikro, Perilaku Konsumen, h, 13

dibutuhkan oleh sebagian besar rumah tangga dalam kehidupan sehari-hari.¹⁴

2. Kebutuhan Sekunder

Kebutuhan Sekunder, yaitu kebutuhan manusia untuk memudahkan kehidupan kehidupan, agar terhindar dari kesulitan. Kebutuhan ini tidak perlu dipenuhi sebelum kebutuhan primer terpenuhi. kebutuhan manusia yang bisa terpenuhi apabila kebutuhan pokoknya sudah terpenuhi. kebutuhan ini tidak mendesak harus dipenuhi seperti kebutuhan pokok, sebab kebutuhan ini sifatnya lebih banyak dipengaruhi oleh peradaban manusia. Contohnya : alat-alat kebutuhan rumah tangga seperti, piring, gelas, kursi, meja, tempat tidur dan lain sebagainya.

3. Kebutuhan Tersier

Kebutuhan tersier ialah kebutuhan yang hanya biasa dipenuhi dengan mengkonsumsi benda yang tergolong mewah atau luks. Kebutuhan tersier atau kebutuhan ketiga merupakan tingkat kebutuhan yang paling tinggi.

Kebutuhan tersier muncul setelah kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi, karena itu kebutuhan tersier lebih bersifat prestisius, artinya orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini akan terangkat derajat atau martabatnya. Kebutuhan ini biasanya hanya dapat dipenuhi oleh sebagian kecil masyarakat yang memiliki ekonomi biaya tinggi atau orang-orang kaya. Kebutuhan tersier

¹⁴ Manullang, M. dan Sragian L.D, *Ilmu Ekonomi I*, (Medan: Sinar Harapan, 1997), h. 6

bersifat hiburan atau kesenangan belaka. Kebutuhan ini tidak berpengaruh terhadap kelangsungan hidup manusia.¹⁵

Faktanya saat ini masyarakat lebih mengutamakan kebutuhan tersier daripada kebutuhan pokoknya, tanpa mengukur kemampuan ekonomi yang terkesan memaksakan. Hal ini cukup memprihatinkan dimana yang benar yaitu mengutamakan kebutuhan pokoknya terlebih dahulu untuk kelangsungan hidupnya.

D. Faktor-faktor konsumsi

Kegiatan konsumsi ditentukan atau dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi konsumsi ini dibedakan atas faktor-faktor ekonomi , faktor kependudukan, dan faktor-faktor nonekonomi. Berikut adalah penjelasanya, antara lain:

1. **Faktor-faktor ekonomi** yang menentukan konsumsi banyak macamnya, antara lain tingkat pendapatan, tingkat harga-harga barang dan jasa, serta ketersediaan barang dan jasa.¹⁶
 - a. Tingkat pendapatan. Biasanya, semakin tinggi tingkat pendapatan atau penghasilan, semakin banyak jumlah dan jenis barang dan jasa yang dapat dibeli. Sebaliknya, semakin rendah pendapatan, semakin terbatas jumlah dan jenis barang serta jasa yang dapat dibeli.
 - b. Tingkat harga Barang dan Jasa. semakin tinggi harga barang dan jasa, semakin sedikit jumlah dan jenis barang serta jasa yang dapat dibeli. Sebaliknya, semakin rendah harga barang

¹⁵<http://www.gurupendidikan.co.id/kebutuhan-tersier-pengertian-faktor-contoh/>, diakses pada tanggal 10/08/2017, pukul 23.31

¹⁶ Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006) h, 43

- dan jasa, semakin banyak barang dan jasa yang dapat dibeli dengan sejumlah uang yang sama.
- c. Ketersediaan Barang dan Jasa. ketersediaan barang juga mempengaruhi konsumsi. Kalaupun pendapatan tinggi, tetapi barangnya tidak tersedia, kita tidak bisa mengonsumsi barang tersebut. Misalnya, ingin main sky. Namun, di Indonesia tidak ada salju, sehingga tidak ada orang yang main sky. Jadi, kalau hendak main sky, harus pergi ke negara-negara di Eropa atau Amerika Serikat.
 - d. Kekayaan Rumah Tangga (*Households Wealth*). Tercakup dalam pengertian kekayaan rumah tangga adalah kekayaan riil (misalnya rumah, tanah dan mobil) dan finansial (deposito berjangka, saham dan surat-surat berharga). Kekayaan-kekayaan tersebut dapat meningkatkan konsumsi, karena menambah pendapatan disposable. Misalnya, bunga deposito yang diterima tiap bulan dan deviden yang diterima setiap tahun menambah pendapatan rumah tangga. Demikian juga, rumah, tanah dan mobil yang disewakan. Penghasilan-penghasilan tadi disebut sebagai penghasilan non upah(*non wages income*). Sebagian dari tambahan penghasilan tersebut akan dipakai sebagai konsumsi. Tentunya, hal ini akan meningkatkan pengeluaran konsumsi.
 - e. Tingkat Bunga . Tingkat bunga yang tinggi dapat mengurangi/mengerem keinginan konsumsi, baik dilihat dari sisi keluarga yang memiliki kelebihan uang maupun yang kekurangan uang. Dengan tingkat bunga yang tinggi, maka biaya ekonomi dari kegiatan konsumsi akan semakin mahal. Bagi mereka yang ingin mengonsumsi dengan berutang

dahulu, misalnya dengan meminjam dari bank atau menggunakan fasilitas kartu kredit, biaya bunga semakin mahal, sehingga lebih baik menunda/mengurangi konsumsi. Sama halnya dengan mereka yang memiliki banyak uang. Tingkat bunga yang tinggi menyebabkan menyimpan uang di bank terasa lebih menguntungkan ketimbang dihabiskan untuk konsumsi. Jika tingkat bunga rendah, yang terjadi adalah sebaliknya. Bagi keluarga kaya, menyimpan uang di bank menyebabkan ongkos menunda konsumsi terasa lebih besar. Sementara keluarga yang kurang mampu, biaya meminjam yang yang lebih rendah akan meningkatkan keberanian dan gairah konsumsi¹⁷

2. Faktor Kependudukan. Yang tercakup dalam faktor-faktor kependudukan adalah jumlah dan komposisi penduduk.¹⁸

a. Jumlah Penduduk

Jumlah penduduk yang banyak akan memperbesar pengeluaran konsumsi secara menyeluruh, walaupun pengeluaran rata-rata per orang atau per keluarga relatif rendah. Misalnya, walaupun tingkat konsumsi rata-rata penduduk Indonesia lebih rendah daripada penduduk Singapura, tetapi secara absolut tingkat pengeluaran konsumsi Indonesia lebih besar daripada Singapura. Tingkat konsumsi rumah tangga akan sangat besar. Pengeluaran konsumsi suatu negara akan sangat besar, bila jumlah penduduk sangat banyak dan pendapatan per kapita sangat tinggi. Hal ini terjadi dengan

¹⁷ Aang Curatman, *Teori Ekonomi Makro*, (Cirebon: Swagati Press, 2002) h, 55

¹⁸ Aang Curatman, *Teori Ekonomi Makro*, (Cirebon: Swagati Press, 2002) h, 57

Amerika Serikat dan Jepang. Pengeluaran konsumsi penduduk masing-masing negara tersebut puluhan kali lipat penduduk Indonesia. Sebab jumlah penduduknya hampir sama dengan Indonesia, tetapi pendapatan per kapitanya puluhan kali lipat dari Indonesia.

b. Komposisi Penduduk

Komposisi penduduk suatu negara dapat dilihat dari beberapa klasifikasi, diantaranya: usia (produktif dan tidak produktif), pendidikan (rendah, menengah, tinggi), dan wilayah tinggal (perkotaan dan pedesaan).

Pengaruh komposisi penduduk terhadap tingkat konsumsi dijabarkan sederhana seperti di bawah ini.

1. Makin banyak penduduk yang berusia kerja atau usia produktif (15-64 tahun), makin besar tingkat konsumsi, terutama bila sebagian besar dari mereka mendapat kesempatan kerja yang tinggi, dengan upah yang wajar atau baik. Sebab makin banyak penduduk yang bekerja, penghasilan juga makin besar.
2. Makin tinggi tingkat pendidikan masyarakat, tingkat konsumsinya juga makin tinggi. Sebab pada saat seseorang/ suatu keluarga makin berpendidikan tinggi. Sebab pada saat seseorang berpendidikan tinggi, kebutuhan hidupnya makin banyak. Yang harus mereka penuhi bukan lagi sekedar kebutuhan untuk makan dan minum, melainkan juga kebutuhan informasi, pergaulan masyarakat yang lebih baik serta kebutuhan akan pengakuan orang lain terhadap keberadaannya (eksistensinya). Seringkali biaya yang dikeluarkan untuk

memenuhi kebutuhan ini jauh lebih besar dari pada biaya pemenuhan kebutuhan untuk makan dan minum.¹⁹

3. **Faktor-faktor non Ekonomi.** Faktor-faktor nonekonomi itu diantaranya jumlah tanggungan keluarga, tingkat pendidikan, tempat tinggal, serta lingkungan sosial, budaya, agama, dan adat istiadat.²⁰
 - a. Jumlah Tanggungan Keluarga. Semakin banyak jumlah anggota atau tanggungan keluarga, semakin banyak pula jumlah dan jenis konsumsi keluarga yang bersangkutan.
 - b. Tingkat Pendidikan. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, semakin beragam kebutuhan orang tersebut.
 - c. Tempat Tinggal.

Hampir semua faktor diatas sangat mempengaruhi tingkat konsumsi masyarakat, terutama masyarakat kota, yang sangat bersaing dalam hal ekonomi.

E. Jenis Kegiatan Konsumsi

Kegiatan konsumsi dapat dibagi berdasarkan pelaku utama kegiatan konsumsi, yaitu rumah tangga, perusahaan, atau pemerintah, yang masing-masing memiliki jenis dan pola konsumsi yang berbeda sesuai dengan kebutuhannya.

1. Kegiatan konsumsi rumah tangga

¹⁹ Aang Curatman, *Teori Ekonomi Makro*, (Cirebon: Swagati Press, 2002) h, 58

²⁰ Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006) h, 43

Keluarga adalah sekumpulan orang yang tinggal dalam satu rumah sebagai unit terkecil dari masyarakat yang terdiri atas ayah, ibu, dan anak.

Namun, rumah tangga dalam arti ekonomi ialah sekelompok manusia yang hidup dalam norma atau aturan tertentu. Tingkat konsumsi suatu keluarga dapat berbeda dengan keluarga lainnya, karena dipengaruhi oleh faktor tingkat pendapatan keluarga, jumlah anggota keluarga, gaya hidup, dan latar belakang budaya atau tempat tinggal.

2. Kegiatan konsumsi perusahaan

Sebagai satuan unit dari faktor-faktor produksi yang melakukan proses menghasilkan barang atau jasa, perusahaan juga melakukan kegiatan konsumsi untuk dapat menjalankan usahanya. Dengan demikian, perusahaan bertindak sebagai produsen dan konsumen.

3. Kegiatan konsumsi negara

Negara juga bertindak sebagai konsumen dan produsen. Tujuan konsumsi yang dilakukan oleh negara selalu berorientasi untuk melayani pemenuhan kebutuhan masyarakat. Setiap pengeluaran harus direncanakan dan disetujui DPR dalam bentuk RAPBN. Apabila telah disetujui maka pemerintah berkewajiban untuk menjalankannya dalam bentuk APBN.

Semua masyarakat melakukan konsumsi, Dengan banyaknya kegiatan konsumsi maka dikelompokkan jenis kegiatan konsumsi ini menjadi 3. Konsumsi rumah tangga, konsumsi perusahaan, dan negara.

F. Norma dan Etika dalam Konsumsi

Nilai-nilai Islam yang harus diaplikasikan dalam konsumsi adalah :

1. Seimbang dalam konsumsi

Islam mewajibkan kepada pemilik harta agar menafkahkan sebagian hartanya untuk kepentingan diri, keluarga, dan fisiabilillah. Islam mengharamkan sikap kikir. Di sisi lain, Islam juga mengharamkan sikap boros dan menghamburkan harta²¹. Inilah bentuk keimbangan yang diperintahkan dalam Al-Qur'an yang mencerminkan sikap keadilan dalam konsumsi. Seperti yang diisyaratkan dalam Q.S Al Isra' [7]: 29.

وَلَا تَجْعَلْ يَدَكَ مَغْلُولَةً إِلَىٰ عُنْقِكَ وَلَا تَبْسُطْهَا كُلَّ الْبُسْطِ فَتَقْعُدَ مَلُومًا

مُحَمَّداً

“Dan janganlah kamu jadikan tanganmu terbelenggu pada pundakmu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena itu akan menjadikan kamu tercela dan menyesal”.

2. Membelanjakan Harta pada Bentuk yang dihalalkan dan dengan cara yang Baik.

Islam mendorong dan memberi kebebasan kepada individu agar membelanjakan hartanya untuk membeli barang-barang yang baik dan halal dalam memenuhi kebutuhan hidup. Kebebasan itu diberikan dengan ketentuan tidak melanggar batas-batas yang suci serta tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan

²¹ Yusuf al- Qardawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah) h, 217 dalam buku Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 108

kesejahteraan masyarakat dan negara²². Senada dengan hal ini Abu al- A'la al-Maududi menjelaskan, Islam menutup semua jalan bagi manusia untuk membelanjakan harta yang mengakibatkan kerusakan akhlak di tengah masyarakat, seperti judi yang hanya memperturutkan hawa nafsu.

Dalam QS. Al-Maidah[5]:88 ditegaskan :

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيْبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertaqwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya”.

3. Larangan Bersikap Israf (Royal), dan Tabzir (sia-sia)

Adapun nilai-nilai akhlaq yang terdapat dalam konsep konsumsi adalah pelarangan terhadap sikap hidup mewah. Gaya hidup mewah adalah perusak individu dan masyarakat, karena menyibukkan manusia dengan hawa nafsu, melalaikannya dari hal-hal yang mulia dan akhlak yang luhur. Di samping itu, membunuh semangat jihad. Ali Abd ar-Rasul juga menilai dalam masalah ini bahwa gaya hidup mewah (israf) merupakan faktor yang memicu terjadinya dekadensi moral masyarakat yang akhirnya membawa kehancuran masyarakat tersebut²³. Bagi afzalur Rahman, kemewahan (israf) merupakan berlebih-lebihan dalam kepuasan pribadi atau membelanjakan harta untuk hal-hal

²²Afzalur Rahman, *Economic Doktrines of Islam* terj. Soeroyo dan Nastangin Doktrin Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Barma Bakti Wakaf, 1985), jilid II, h. 18-20 Bandingkan dengan Abu al A'la al Maududi, h. 199. Dalam Buku Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h. 108

²³Yusuf al- Qardawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah) h. 187 dalam buku Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h. 109

yang tidak perlu. Dalam QS. Al-A'raf[7]:31, Allah telah memperingatkan akan sikap ini :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِذْ أَنْتُمْ تُحْكُمُونَ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ فَإِذَا مَسَاجِدُنَا كُلُّكُمْ وَكُلُّهُمْ وَأَشْرَبْتُمْ مِّنْ نَعْصَمِنَا وَلَا شَرِفْتُمْ مِّنْ حَرَقَنَا إِنَّمَا يُحِبُّ الْمُسْتَرِفِينَ

“Hai Anak Adam, pakailah pakaian yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah kamu dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.(QS. Al-A'raf[7]:31).

Sikap hidup mewah bisanya diiringi oleh sikap hidup berlebih-lebihan (melampui batas atau israf). Israf atau royal menurut Azalur Rahman ada tiga pengertian yaitu, menghambur-hamburkan kekayaan pada hal-hal yang diharamkan seperti mabuk-mabukan, pengeluaran yang berlebih-lebihan pada hal-hal yang dihalalkan tanpa peduli apakah itu sesuai dengan kemampuan atau tidak, dan pengeluaran dengan alasan kedermawanan hanya sekedar pamer belaka.

G. Tujuan Konsumsi

Manusia mengonsumsi suatu barang pastilah mempunyai tujuan tertentu. Tujuan konsumsi adalah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan itu dapat dikategorikan menjadi 3 kebutuhan pokok, yaitu : Pertama, kebutuhan primer (*dharuriyah*), kedua, kebutuhan sekunder (*hajiyah*), ketiga, kebutuhan tersier (*tahsiniyyah*).

Dalam pemenuhan tiga kebutuhan tersebut, umat Islam tidak semata-mata memperhatikan aspek terpenuhinya salah satu atau

semua kebutuhan itu. Ada aspek lain yang tidak kalah pentingnya, yaitu tujuan utama daripada pemenuhan kebutuhan umat Islam adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Pemenuhan kebutuhan (konsumsi) dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam bingkai ketaatan dan pengabdian kepada Allah akan menjadikannya bernilai ibadah yang berpahala. Sebab hal-hal yang mubah, apalagi wajib, bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, seperti makan, tidur, dan bekerja. Jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdi kepada Ilahi²⁴.

Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan hidup jumlahnya tidak terbatas dengan tujuan memperoleh kepuasan yang maksimal, dengan menggunakan pernghasilan yang jumlahnya terbatas. Islam mengajarkan agar dalam memenuhi kebutuhan itu²⁵ :

1. Barang yang lebih berharga dan lebih bernilai dari barang yang lain sehingga lebih diutamakan.
2. Barang yang tidak bernilai atau tidak berharga bahkan terlarang sehingga harus dihindari dan dijauhi.

Karena itu, pemilihan konsumsi dan pemenuhannya hendaklah memperhatikan hal-hal berikut :

- a. Mengutamakan akhirat daripada dunia.
- b. Konsisten dalam prioritas pemenuhannya, dan
- c. Memperhatikan etika dan norma.

²⁴ Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 112

²⁵ M.B Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2005), h, 133

Dengan demikian, dalam Islam aktivitas konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah dalam rangka mendapatkan kebahagiaan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat (*falah*), baik dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal saleh bagi sesamanya.

H. Teori Perilaku Konsumen secara Konvensional

Pada dasarnya ada dua model atau pendekatan dalam teori yang mau menjelaskan perilaku konsumen, yaitu dikenal dengan nama Marginal Utility dan Indiferensi. Dua-duannya pada dasarnya mencoba menjelaskan hukum permintaan dengan cara menelusuri apa yang ada dibalik kurva permintaan itu (yang tidak/belum dijelaskan dengan income-effect dan substitution effect).

Teori Utility berpangkal dari “hasil” yang diperoleh konsumen bila ia membelanjakan uangnya untuk membeli barang dan jasa, yaitu terpenuhinya kebutuhan karena utility atau manfaat barang yang dikonsumsikan. Menurut teori ini, seorang konsumen yang bertindak secara rasional akan membagi-bagikan pengeluaran atas bermacam ragam barang sedemikian rupa sehingga tambahan kepuasan yang diperoleh per rupiah yang dibelanjakan itu sebesar mungkin.

Teori Indiferensi merupakan penyempurnaan dari teori utility, tetapi mendekati pokok persoalan yang sama dengan cara yang sedikit berbeda. Menurut teori ini seorang konsumen akan membagi-bagi pengeluarannya atas berbagai macam barang sedemikian rupa sehingga ia mencapai taraf pemenuhan kebutuhan yang terbaik (maksimal atau optimal) yang mungkin dicapainya sesuai dengan penghasilan yang tersedia dan harga-harga yang berlaku. Situasi yang

paling cocok (*equilibrium*) tercapai kalau penilaian subjektif konsumen terhadap barang itu sesuai dengan harga objektif yang berlaku.²⁶

Dalam menganalisis prilaku konsumen, para ahli ekonomi biasanya mengandaikan²⁷ :

1. Bahwa para konsumen sudah mengetahui sendiri apa yang dibutuhkan dan apa yang mau dibelinya.
2. Bahwa konsumen dapat mengatur (membanding-bandingkan dan mengurutkan kebutuhan-kebutuhannya menurut penting atau mendesaknya).
3. Bahwa para konsumen berusaha mencapai taraf pemenuhan kebutuhan yang sebaik mungkin (optimal) atau setinggi-tingginya (maksimal).
4. Bahwa barang yang satu, sampai batas tertentu, dapat mengantikan barang yang lain (substitusi).

Dengan kata lain diandaikan bahwa seorang konsumen bertindak secara rasional, meskipun kita sadar bahwa dalam kenyataan para konsumen belum tentu selalu bertindak rasional. Bertindak rasional disini diartikan bahwa pendapatan yang terbatas akan mendorong orang untuk ekonomis dan memilih/memutuskan untuk membeli barang yang satu (bukan barang yang lain) atau membeli lebih banyak dari barang yang satu (bukan barang lain) berdasarkan pertimbangan mana yang paling sesuai akan dapat memenuhi kebutuhan/keinginannya.

²⁶ T. Gilarso, Pengantar Ekonomi Mikro, (Yogyakarta : Penerbit Kanisium, 2003), h, 90

²⁷ . T. Gilarso, Pengantar Ekonomi Mikro, (Yogyakarta : Penerbit Kanisium, 2003), h, 91

Teori teori mengenai konsumsi yang sudah dipaparkan dalam bab ini. yang seharusnya dapat diaplikasikan dengan baik didalam kegiatan konsumsi masyarakat sehari hari. Konsumsi juga diatur oleh al qur'an hadist. Kita sebagai masyarakat muslim sudah sepatutnya mengetahui cara mengkonsumsi dengan baik menurut al qur'an dan hadist. Banyak pendapat para ulama/tokoh ekonomi kontemporer yang mempunyai asumsi tersendiri mengani konsumsi menurut penelitiannya. Seperti salah satunya yaitu Muhammad Abdul Mannan. Adapun biografinya akan dijelaskan pada bab selanjutnya.

BAB III

Biografi Muhammad Abdul Mannan

A. Latar Belakang Sosial Muhammad Abdul Mannan

Muhammad Abdul Mannan dilahirkan di Bangladesh pada 17 November 1938. Sesudah menerima gelar Master di bidang Ekonomi dari Universitas Rajshahi pada 1960, ia bekerja di berbagai kantor ekonomi pemerintah di Pakistan. Pada 1970, ia pindah ke Amerika Serikat dan di sana ia mendaftarkan diri di Michigan diri di Michigan State University untuk program MA (Economics). Pada 1973 ia lulus program doktor dari universitas yang sama, dalam bidang minat beberapa bidang ekonomi seperti Ekonomi Pendidikan, Ekonomi Pembangunan, Hubungan Industrial dan Keuangan. Pengungkapannya atas ekonomi Barat, terutama ekonomi ‘mainstream’, adalah bukti bahwa ia memakai pendekatan ekonomi ‘mainstream’ di dalam pemahamannya terhadap ekonomi Islam.

Mannan menikah dengan seorang wanita bernama Nargis Mannan yang bergelar master di bidang ilmu politik¹. Ia merupakan seorang tokoh ekonomi Islam yang menjadi menganjurkan pembentukan Bank Dunia Islam Muslim World Bank, lima tahun sebelum pembentukan sesungguhnya dari Islamic Development Bank (IDB) pada tahun 1975 di Jeddah, Arab Saudi

Sesudah mendapatkan doktornya, Mannan mengajar di Papua Nugini dan pada 1978 ia ditunjuk sebagai Professor di International Centre for Research in Islamic Economics di Jeddah (kini berganti nama menjadi *Centre for Research in Islamic Economics*).

¹ Muhammad Abdul Mannan, *Economic Development and Social Peace in Islam*, (Bangladesh: Bangladesh Social Peace Foundation, 1989), h, 126

Selama periode tersebut, ia juga bertindak sebagai Visiting Profesor di Muslim Institute, London, dan di Universitas Georgetown, Amerika Serikat. Selanjutnya ia bergabung dengan Islamic Development Bank, Jeddah, di tahun 1984 dan sejak itu menjadi Ahli Ekonomi Senior di sana.

Selama 30 tahun kariernya, Mannan telah banyak sekali berperan dalam sejumlah besar organisasi pendidikan dan ekonomi. Pada 1970, ia menerbitkan buku utamanya yang pertama, yakni *Islamic Economics Theory and Practice*. Buku ini dipandang oleh kebanyakan mahasiswa dan sarjana ekonomi Islam sebagai 'buku teks' pertama ekonomi Islam. Buku tersebut mendapatkan pengakuan internasional dan telah diterbitkan sampai 15 kali, direvisi pada 1986, serta telah diterjemahkan kedalam bahasa Arab, Turki, benggali, dan Malaysia (dan Indonesia, pent.). Untuk sumbangannya bagi pengembangan ekonomi Islam². Mannan dianugerahi '*Highest Academic Award of Pakistan*' pada 1974 yang bagi Manan, setara dengan hadiah Pulitzer. Pada 1970, ekonomi Islam berada dalam tahapan pembentukan berkembang dari pernyataan-pernyataan tentang prinsip ekonomi secara umum dalam Islam, hingga uraian yang lebih 'saksama' mengenai kerangka dan ciri khusus ekonomi Islam yang lain. Haruslah dicatat bahwa pada saat itu tidak ada satu universitas pun yang mengajarkan ekonomi Islam seperti sekarang, yakni suatu zaman ketika *Fiqh mu'amalat* (hukum bisnis) masih dipandang sebagai ekonomi Islam.

Seiring dengan berlalunya waktu, ekonomi Islam telah berkembang, baik mengenai kedalamannya maupun ruang lingkupnya, ditandai oleh banyaknya buku yang ditulis orang dan diajarkannya ekonomi Islam ini ditingkat universitas. Hal ini mendorong Mannan untuk menerbitkan dua

² Mannan, *Economic Development*, h, 126

buku lagi ditahun 1984, yakni *The Making of Islamic Society dan The Frontiers of Islamic Economics*.

Sebagai seorang ilmuwan, ia mengembangkan ekonomi Islam berdasarkan pada beberapa sumber hukum yaitu :

1. Al Qur'an
2. Sunnah Nabi
3. Ijma'
4. Ijtihad atau Qiyyas
5. Prinsip hukum lainnya ³

Mannan, pada dasarnya adalah sosok neo-klasik, pencerminan dari output. Pendidikan ekonomi konvensional yang ia terima. Mannan memilih metode elektik dalam pandanannya, dan bahkan "meminjam" gagasan dari mazhab-mazhab di dalam tradisi ekonomi barat yang lebih radikal dan terisolasi. Berbeda dengan pakar ekonomi Islam lainnya seperti, Siddiqi dan Kahf yang terlihat lebih suka menggabungkan fiqh dengan pendekatan neo-klasik. Pendekatan neo-klasik berbasis fiqh dapat digolongkan sebagai aliran mainstream dalam peikiran ekonomi Islam⁴.

Pendekatan neo-klasik berbasis fiqh dapat digolongkan sebagai aliran mainstream dalam pemikiran ekonoi Islam. Salah satu sosok pemikir ilmu ekonomi modern, professor Robbins dalam Halim menyatakan, ilmu ekonomi adalah ilmu pengetahuan yang mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara mempelajari perilaku manusia sebagai hubungan antara tujuan dan sarana langka yang memiliki kegunaan-kegunaan alternatif⁵. Maka tidak diragukan lagi bahwa ilmu ekonomi

³ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta : LPPI, 2001) h, 53

⁴ Kahf Monzer, *Ekonomi Islam telaah analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995) h, 48

⁵ M. Nipan Abdul Halim, *Ekonomi Islam Kontemporer* (Yogyakarta : Mira Pustaka, 2000), h, 34

Islam adalah bagian dari sosiologi, tetapi ilmu pengetahuan sosial dalam arti yang terbatas. Karena dalam hal ini kita tidak mempelajari sikap individu sosial yang meyakini nilai-nilai hidup Islam. Perbandingan ekonomi Islam dan ekonomi modern dalam pandangan Abdul Mannan dapat dilihat pada beberapa komponen dasar ekonomi.

Selanjutnya, mannan menegaskan ekonomi Islam merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang berazaskan norma dan nilai-nilai dasar Islam⁶. Hal tersebut sangat bertentangan terhadap definisi modern ilmu ekonomi yang merupakan suatu ilmu tentang umat manusia dalam usaha kehidupan yang biasa dan menekankan aspek-aspek keuntungan fenensial.

B. Karya-karya M. Abdul Mannan

Karya Muhammad Abdul Mannan sebagai berikut⁷.

- 1) Islamic Economics, Theory and Practice, 386 halaman, diterbitkan oleh : Sh. Muhammad Ashraf, Lahore, Pakistan, 1970, (memperoleh best-book Academic Award dari Pakistan Writers' Guild, 1970) cetak ulang 1975 dan 1980 di Pakistan. Cetak ulang di India, 1980.

Buku ini bagi sebagian besar mahasiswa dan sarjana Ekonomi Islam dijadikan sebagai buku teks pertama Ekonomi Islam. Buku tersebut mendapat pengakuan Internasional dan telah diterbitkan 12 kali, direvisi pada tahun 1986. Buku Islamic Economics, Theory and Practice, menjadikan karya utama Muhammad Abdul Mannan sebagai salah satu rujukan, dan kesuksesannya yang demikian jelas haruslah dilihat di dalam konteks dan periode penulisannya.

⁶ Kahf Monzer, *Ekonomi Islam*, h, 49

⁷ Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Terjemah, M. Nastangin*, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997), h, 411

- 2) *The Making of Islamic Economics Society. Islamic Dimensions in Economic Analysis*, diterbitkan oleh International Association of Islamic Banks, Cairo dan International Institute of Islamic Banking and Economics, Kibris (Cyprus Turki) 1984.

Buku ini menurut Muhammad Abdul Mannan dapat dipandang sebagai upaya yang lebih serius dan terperinci dalam menjelaskan buku yang pertama. Sebagai seorang ilmuwan, ia mengembangkan ekonomi Islam berdasarkan pada beberapa sumber hukum, yaitu Al Qur'an, Sunnah Nabi, Ijma' dan atau Qiyas, Sumber hukum lainnya.

- 3) *The Frontiers of Islamic Economics*, diterbitkan oleh Idarath Ada'biyah, Delhi, India, 1984. Buku ini lanjutan dari karya Mannan sebelumnya, buku ini memberikan uraian yang luas dan terperinci tentang ekonomi Islam serta membantu dalam menegakkan amanah ekonomi Islam.⁸
- 4) *Economic Development in Islamic Framework*
- 5) *Key Issues and Questions in Islamic Economics, Finance, and Development*
- 6) *Abstracts of Researches in Islamic Economica* (diedit, KAAU, 1984).
- 7) *An Introduction to Applied Economy* (Dhaka:1963)
- 8) *Economic Problem and Planning in Pakistan* (Lahore:1968)
- 9) *The Frontier of Islamic Economics* (India: 1984)
- 10) *Economic Development and Social Peace in Islam* (UK: 1989)
- 11) *Management of Zakah in Modern Society* (IDB: 1989)
- 12) *Developing a System of Islamic Financial Instruments* (IDB : 1990)
- 13) *Understanding Islamic Finance : A Study of Security Market in an Islamic Framework* (IDB:1993)

⁸ Muhamad Aslam Haneef, *Pemikiran ekonomi Islam Kontemporer, Analisa Komparatif Terpilih*, (Surabaya: Airlangga University Perss, 2006), Cet. Ke-1, h. 15

- 14) International Economic Relation from Islamic Perspectives (IDB:1992)
- 15) Structural Adjustments and Islamic Voluntary sector with special reference to Bangladesh (IDB: 1995)
- 16) The Impact of Single Euroean Market on OIC Member Countries (IDB: 1996)
- 17) Financing Development in Islam (IDB: 1996)

Dengan banyaknya karya Muhammad Abdul Mannan, maka Muhammad Abdul Mannan dikenal dengan Tokoh Ekonomi Kontemporer, pemikiranya yang sudah tercantum dalam karyanya dapat menjadi rujukan atau pertimbangan akan masalah masalah ekonomi yang terjadi di Indonesia.

C. Pandangan M. Abdul Mannan terhadap Konsumsi dan perilaku konsumen

Dalam Islam tampaknya belum dikonkretkan secara definitif, siapakah sebenarnya konsumen itu ?mengutip pendapat M. Abdul Mannan secara sempit menyinggung bahwa konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntun secara ketat dengan sederetan larangan (yakni: makan daging babi, minum-minuman keras, mengenakan pakaian sutera dan cincin emas untuk pria, dan seterusnya).⁹

Apa yang dikemukakan Mannan di atas jelas bukanlah sebuah rumusan pengertian dari sebuah definisi konsumen. Namun, hanya menggambarkan secara sederhana mengenai prilaku yang harus dipatuhi oleh seorang konsumen muslim. Oleh karena itu, sebagai

⁹ Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, h 50

gambaran, yang dimaksud konsumen menurut penulis adalah “setiap orang atau badan pengguna produk, baik berupa barang maupun jasa dengan berpegang teguh pada ketentuan-ketentuan yang berlaku.” Bagi konsumen muslim dalam mengonsumsi sebuah produk bagaimanapun harus yang halal dan baik. Oleh karena itu, di sinilah arti pentingnya produsen melindungi kepentingan konsumen sesuai dengan nilai etis yang bersumber dari ajaran keyakinan yang mereka anut tanpa mengabaikan aturan perundangan yang berlaku.¹⁰

Dihadapkan pada masalah “kelangkaan” bagi Mannan, sama saja artinya dengan kelangkaan dalam ekonomi Barat. Pilihan individu terhadap alternatif penggunaan sumber daya itu saling berbeda dan dipengaruhi oleh keyakinannya terhadap nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, yang membedakan sistem ekonomi Islam dari sistem sosio-ekonomi lain adalah sifat motivasional yang memengaruhi pola, struktur, arah dan komposisi penduduk, distribusi, dan konsumsi.¹¹

Dengan demikian, tugas utama ekonomi Islam adalah menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi asal-usul permintaan dan penawaran sehingga dimungkinkan untuk mengubah keduanya kearah distribusi yang lebih adil. Tahapan-tahapan yang ditawarkan oleh Mannan cukup konkret dan realistik.

Ia berangkat dari pandangannya bahwa dalam melihat ekonomi Islam tidak ada perbedaan antara aspek normatif dengan aspek positif. Asumsi ini diharapkan oleh beberapa ekonomi Muslim , untuk mencoba untuk mempertahankan perbedaan antara ilmu positif dengan normatif untuk membangun analisa ilmu ekonomi Islam

¹¹ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1987) h, 34

dalam kerangka pemikiran barat. Sedangkan ekonomi yang lain seperti Teleghani dan Sadr mewakili para ahli hukum (Sy'i'ah) di bidang ekonomi Islam, secara sederhana bahwa ilmu Ekonomi Islam adalah ilmu normatif.

Dalam ilmu ekonomi Islam, aspek-aspek positif dan normatif dari ilmu ekonomi Islam saling terkait. Memisahkan kedua aspek ini akan menyesatkan dan menjadi *counter productive*. Dalam mengembangkan ilmu ekonomi Islam, maka langka atau putusan yang harus diambil adalah menentukan basic *economic functions* yang secara sederhana meliputi tiga fungsi yaitu konsumsi, produksi dan distribusi.

1. Prinsip Konsumsi dalam Islam

Konsumsi adalah permintaan sedangkan produksi adalah penyediaan, kebutuhan konsumen, yang kini dan yang telah diperhitungkan sebelumnya, merupakan insentif pokok bagi kegiatan-kegiatan ekonominya sendiri. Mereka mungkin tidak hanya menyerap pendapatannya tetapi juga memberi insentif untuk meningkatkannya. Hal ini mengandung arti bahwa pembicaraan mengenai konsumsi adalah primer, dan hanya bila para ahli ekonomi mempertunjukkan kemampuannya untuk memahami, dan menjelaskan prinsip produksi maupun konsumsi sajalah, mereka dapat dianggap kompeten untuk mengembangkan hukum-hukum nilai dan distribusi atau hampir setiap cabang lain dari subyek tersebut.

Perbedaan antara ilmu ekonomi modern dan ekonomi Islam dalam hal konsumsi terletak pada cara pendekatannya dalam

memenuhi kebutuhan seseorang. Islam tidak mengakui kegemaran materialistik semata-mata dari pola konsumsi modern¹².

Semakin tinggi kita menaiki jenjang peradaban, semakin kita terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis. Cita rasa seni, keangkuhan, dorongan-dorongan untuk pamer semua faktor ini memainkan peran yang semakin dominan dalam menentukan bentuk lahiriah konkret dari kebutuhan-kebutuhan fisiologik kita. Peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan akan kebutuhan-kebutuhan ini. peradaban materialistik dunia Barat kelihatannya memperoleh kesenangan khusus dengan membuat semakin bermacam-macam dan banyaknya kebutuhan kita. Pandangan terhadap kehidupan dan kemajuan ini sangat berbeda dengan konspirasi nilai Islami. Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa sekarang ini, untuk menghasilkan energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya. Sekarang ini, kemajuan, berarti semakin tingginya tingkatan hidup yang mengandung arti meluasnya kebutuhan-kebutuhan, yang menambah perasaan ketidakpuasan dan kekecewaan akan hal-hal sebagaimana adanya, sehingga nafsu untuk mengejar tingkatan konsumsi yang semakin tinggi pun bertambah. Maka, dari segi pandangan modern, kemajuan suatu masyarakat dinilai dari sifat kebutuhan materialnya.¹³

Dalam kehidupan, manusia tidak akan mampu untuk menunaikan kewajiban ruhiyah (spiritual) dan malihah (material), tanpa terpenuhinya kebutuhan sekunder, seperti makan dan tempat

¹²Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995) h, 43

¹³ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995) h, 45

tinggal maupun kemanan. Kebutuhan-kebutuhan tersebut merupakan elemen kehidupan manusia. Dalam ekonomi Islam, pemenuhan kebutuhan tersebut harus dilandasi nilai-nilai spiritualisme, dan adanya keseimbangan dalam pengelolaan harta kekayaan. Selain itu, kewajiban yang harus dipenuhi oleh manusia dalam memenuhi kebutuhannya harus berdasarkan batas kecukupan, baik atas kebutuhan pribadi maupun negara.¹⁴

Berikut ketentuan Islam dalam hal konsumsi yang terdapat pada surat Al- A'raaf ayat 31 :

يَا أَيُّهُ الْأَنْبَيْتِ إِذْ أَخْرَجْنَاكُمْ مِّنْ بَيْتِكُمْ لَا يُحِبُّ
مُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. (Q.S al-A'raaf : 31)

Pemenuhan kebutuhan barang dan jasa haruslah bermanfaat secara materi. Dalam melakukan konsumsi nilai utility yang diterima harus sebanding dengan apa yang telah dikeluarkan (dibelanjakan), sehingga terjadi keseimbangan antara apa yang diberikan dan yang didapat. Maka dalam hal ini kita perlu memasang niat semata-mata karena Allah SWT, agar apa yang kita niatkan terwujud dengan penuh keridhaan-Nya.

2. Ketentuan Islam mengenai Makanan

¹⁴ Said Sa'ad Marthon, *Al Madkhal li Al Fikri Al Iqtishaad fi Al Islam*, Alih Bahasa Ahmad Ikrom dan Dimyauddin, (Jakarta ; Zikrul Hakim, 2004), h. 64

Dengan keterangan umum ini, kita dapat meneruskan analisis selanjutnya tentang perintah Islam mengenai konsumsi yang dikendalikan oleh lima prinsip.¹⁵

Perilaku konsumsi seseorang dipengaruhi oleh kebutuhannya sendiri yang secara umum kebutuhan manusia terdiri dari *necessities*, *comfort* dan *luxuries*. Lima prinsip fundamental yang disebutkan harus menjadi perhatian dan pijakan penentuan pengembangan ekonomi Islam yaitu :

1. Prinsip keadilan (mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum).
2. Prinsip kebersihan (baik, cocok dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan).
3. Prinsip kesederhanaan (tidak berlebih-lebihan, sesuai kebutuhan).
4. Prinsip kemurahan hati (ketidakterpaksaan, yang tidak berlebihan demi kelangsungan hidup).
5. Prinsip moralitas (prilaku akhlak dalam mengkonsumsi).¹⁶

Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal yakni keperluan, kesenangan, dan barang-barang mewah. Produksi dan konsumsi barang-barang mewah tanpa disertai rencana pembagian kembali kekayaan dan pendapatan tidak akan memecahkan permasalahan ekonomi. Tetapi penting ditegakkan adalah pemerataan dalam sistem masyarakat berdasarkan hukum Islam. Kunci untuk memahami perilaku konsumen dalam Islam tidak terletak dengan hanya mengetahui hal-hal yang terlarang. Tetapi juga

¹⁵M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dhana Bhakti Wakaf, 1995), h, 45

¹⁶Khiyar Abu Yusuf, *Landasan Pengembangan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2000) h, 37

dengan menyadari konsep dinamik tentang konsep moderat dalam konsumsi yang dituntun oleh perilaku yang mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu seorang konsumen muslim. Larangan-larangan Islam mengenai makanan dan minuman harus dipandang sebagai usaha untuk memperbaiki perilaku konsumen.

3. Kebutuhan dan Urutan Prioritas dalam Islam

Mengenai urutan prioritas, ajara Islam tentang makanan dan minuman harus merupakan asas tuntunan seperti yang telah dibicarakan dengan agak terinci. Persoalan kedua, adalah apakah suatu negara Islam harus mendorong produksi barang-barang mewah dalam kerangka sosial kapitalistik negara-negara Muslim sekarang ini, jawaban kita tentunya akan mempunyai keshahihan yang nisbi. Suatu mazhab pemikiran berpendapat bahwa negara-negara Islam sekalipun selalu berada di bawah keadaan sekarang ini, tidak bisa didorong untuk memproduksi barang-barang mewah semata-mata karena konsumsi barang-barang mewah dipandang dari segi ekonomi akan sia-sia, dan pemakaiannya tidak menambah efisiensi seseorang, bahkan mungkin memperkecilnya pada keadaan-keadaan tertentu.

Mereka berkata bahwa dipandang secara positif, dari segi sosial hal ini merugikan, karena menyerap banyak faktor produksi dalam pekerjaan sia-sia yang sekiranya mereka dibebaskan dari pekerjaannya sekarang ini mungkin akan banyak sekali membantu menambah arus barang dan jasa yang berguna.

Tetapi garis penalaran diatas pun, tidaklah sekuat apa yang tampak. Hal ini mengabaikan kenyataan penting tidak semua pekerjaan tergantung pada “permintaan yang efektif” dan tidaklah mungkin untuk menambah arus kebutuhan dan kesenangan yang ada

kecuali bila terlebih dulu diambil langkah untuk mengalihkan daya beli yang sekarang berada dalam tangan segelintir orang kaya, ke dalam saku kaum miskin yang banyak jumlahnya. Dengan hanya melarang produksi dan konsumsi barang-barang mewah tanpa disertai oleh pola pembagian kembali kekayaan dan pendapatan, rupanya tidak sama sekali akan meredakan persoalan ekonomi massa¹⁷.

Pada hakikatnya konsumsi dalam Islam adalah suatu pengertian yang positif. Menurut Mannan konsumsi merupakan permintaan . Islam tidak mengakui kegemaran materialis, khususnya dalam konsumsi modern.¹⁸

Semakin tinggi sebuah peradaban, maka masyarakat semakin terkalahkan oleh kebutuhan fisiologik karena faktor-faktor psikologis. Cita rasa, keangkuhan, motivasi untuk pamer, dan sebagainya merupakan variabel yang dominan dalam menentukan bentuk konkret dari kebutuhan fisiologik. Dalam suatu masyarakat primitif, konsumsi sangat sederhana, karena kebutuhan juga sangat sederhana. Tetapi peradaban modern telah menghancurkan kesederhanaan manis akan kebutuhan-kebutuhan ini. peradaban materealistik dunia Barat telah menghancurkan kesederhanaan dari kebutuhan konsumsi masyarakat. Peradaban mereka telah membuat semakin luasnya macam dan bentuk kebutuhan konsumsi dalam mencapai kesejahteraan. Kesejahteraan bagi peradaban materialis Barat diukur didasarkan sifat kebutuhan yang diusahakannya untuk memenuhi suatu kepuasan khusus (*self service*). Pandangan kehidupan dan kemajuan peradaban

¹⁷ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dhana Bhakti Wakaf, 1995), h. 48

¹⁸ Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice Foundation of Islamic Economics*, Alih Bahasa Drs. M. Nastangin (Yogyakarta: PT. Dhana Bhakti Wakaf, 1993), h. 44

materealistik Barat, sangat berbeda dengan konsepsi nilai Islam. Etika Ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material manusia yang luar biasa untuk menghasilkan energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya. Perkembangan batiniah yang bukan perluasan lahiriah, telah dijadikan cita-cita tertinggi manusia dalam hidup. Tetapi semangat modern dunia Barat, sekalipun tidak merendahkan nilai kebutuhan akan kesempurnaan batin, namun rupanya telah mengalihkan tekarnar ke arah perbaikan kondisi-kondisi kehidupan material¹⁹.

Sistem ekonomi Islam menganut paham keseimbangan dalam berbagai aspek, termasuk konsumsi yang dijalankan oleh seorang muslim tidak boleh membedakan antara kenikmatan dunia dan akhirat. Karena, konsumsi dalam Islam berimplikasi pada dua tujuan, yaitu dunia dan ukhrawi. Dan memaksimalkan pemuasan (kebutuhan) tidaklah diperlukan dalam Islam selama kegiatan tersebut tidak melibatkan hal-hal yang merusak²⁰.

Menurut penulis larangan terhadap konsumsi barang mewah dalam sistem ekonomi Islam tidaklah diperlukan hanya karena tidak ada orang yang akan beranggapan bahwa barang-barang demikian itu perlu dibuat karena tidak ada pasarnannya.

4. Hakikat Perilaku Konsumen

Perilaku Konsumen, menurut J. Paul Peter dan Jerry C. Oslo, adalah: “*Interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku dan*

¹⁹ Muhammad Abdul Mannan, *Islamic Economics, Theory and Practice Foundation of Islamic Economics*, Alih Bahasa Drs. M. Nastangin (Yogyakarta: PT. Dhana Bhakti Wakaf, 1993), h, 45

²⁰ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam : Telaah Analitik terhadap Fungsi dan Sistem Ekonomi Islam*. Terj. Machnul Husein, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1997) h, 28

kejadian di sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.

Sedangkan menurut James F. Engel, perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusul tindakan ini.²¹

Ada tiga jenis definisi mengenai perilaku konsumen, yaitu :

1. Perilaku konsumen adalah dinamis, menekankan bahwa seorang konsumen, kelompok konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu.
2. Prilaku konsumen melibatkan interaksi, menekankan bahwa untuk mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, kita harus memahami yang dipikirkan (kognisi), dirasakan(pengaruh), dan dilakukan (perilaku) oleh konsumen.
3. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, menekankan bahwa konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini juga berkaitan dengan pertukaran.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi perilaku konsumen, yaitu faktor sosial budaya yang terdiri atas kebudayaan, budaya khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi serta keluarga. Faktor yang lain adalah faktor psikologis yang terdiri atas motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap. Selanjutnya

²¹Freddi Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), h, 59

perilaku konsumen tadi sangat menentukan dalam proses pengambilan keputusan membeli yang tahapnya dimulai dari pengenalan masalah yaitu berupa desakan yang membangkitkan tindakan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhannya. Selanjutnya tahap mencari informasi tentang produk atau jasa yang dibutuhkan yang dilanjutkan dengan tahap evaluasi alternatif yang berupa penyeleksian. Tahap berikutnya adalah tahapan keputusan pembelian dan diakhiri dengan perilaku sesudah pembelian dimana membeli lagi atau tidak tergantung dari tingkat kepuasan yang didapat dari produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan dengan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya untuk menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan. Kegiatan penjualan terdiri atas variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti diler dan grosir). Pelayanan setelah penjualan terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi serta berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.²²

²² Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) h, 50

Kepuasan dibagi menjadi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologika. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi suatu produk yang dimanfaatkan sedangkan kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak terwujud dari produk. Selanjutnya, pelanggan pun dapat dibagi atas dua macam, yaitu pelanggan eksternal dan pelanggan internal. Pelanggan eksternal udah diidentifikasi karena mereka ada diluar organisasi, sedangkan pelanggan internal merupakan orang-orang yang melakukan proses selanjutnya dari pekerjaan orang sebelumnya. Berbagai cara dapat dilakukan perusahaan untuk membentuk harapan pelanggan. Pertama, melalui promosi yang tidak mengecewakan konsumennya agar terjadi komunikasi yang terkendali antara perusahaan dengan konsumen. Kedua, melalui sikap yang baik dari para petugas yang lebih profesional.²³

Dalam rangka menganalisis perilaku konsumen, seseorang bisa saja berpandangan sempit dan statik dengan mengatakan bahwa konsumen dalam suatu masyarakat Islam hanya dituntut secara ketat dengan sederetan larangan (yakni: makan daging babi, minum minuman keras, mengenakan pakaian sutera dan cincin emas (untuk pria), dan seterusnya). Karena dalam syariat semua larangan-larangan itu pasti mempunyai keabsahan yang pasti, maka para konsumen Muslim janganlah memperturutkan hati untuk makan makanan yang terlarang demi disiplin sosial, persatuan islam, dan arti penting spiritual. Tetapi penulisan cenderung untuk berpandangan lebih luas mengenai “sikap tidak berlebihan” dalam hal konsumsi yang dituntut

²³ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) h, 52

oleh perilaku para konsumen Muslim yang mengutamakan kepentingan orang lain.

Dalam Islam, pada hakikatnya konsumsi adalah suatu pengertian yang positif. Larangan-larangan dan perintah-perintah mengenai makanan dan minuman harus dilihat sebagai bagian usaha untuk meningkatkan sifat perilaku konsumsi. Dengan mengurangi pemborosan yang tidak perlu, Islam menekankan perilaku mengutamakan kepentingan orang lain yaitu pihak konsume. Sikap moderat dalam perilaku konsumen ini kemudian menjadi logik dari gaya konsumsi Islam, yang sifatnya nisbi dan dinamik.²⁴

Islam tidak mengakui kecendrungan materialistik semata-mata dari pola konsumsi modern. Mannan melihat konsep pola konsumsi fisiologik buatan dengan tujuan membebaskan energi manusia untuk tujuan-tujuan spiritual. Bahwa ekonomi Islam itu berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi barang jasa dalam kerangka masyarakat Islam yang didalamnya jalan hidup Islami ditegakkan sepenuhnya. Ekonomi Islam adalah sebuah studi tentang masalah-masalah ekonomi yang memiliki terhadap nilai-nilai ajaran dasar Islam untuk mengatur kehidupan Islami yakni *homo Islamicus*.²⁵

Oleh karena itu, yang dibutuhkan adalah menentukan apakah tingkatan konsumsi yang berlaku dalam suatu masyarakat berada dibawah atau diatas tingkat sederhana. Dalam konteks masyarakat muslim sekarang ini, naiflah untuk menganggap bahwa tekanan Islam

²⁴ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT Dana Bhakti Wakaf, 1995) h, 50

²⁵ Muhammad Abdul Mannan, *Teori dan Praktek ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT Amanah Bunda Sejahtera, 19987) h, 33

pada sikap sederhana berarti berarti menurunkan tingkatan konsumsi yang sudah rendah itu.

B. Perilaku Konsumsi Masyarakat Indonesia

1. Pengertian Perilaku Konsumen Masyarakat

Adalah dinamis, menekankan bahwa seorang konsumen, kelompok konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergeser sepanjang waktu.

Pola konsumsi dapat dikenali berdasarkan alokasi penggunaannya. Untuk keperluan analisis, secara garis besar alokasi pengeluaran konsumsi masyarakat digolongkan dalam dua kelompok penggunaan, yaitu pengeluaran untuk makanan dan pengeluaran untuk non-makanan.

Perbandingan besar pengeluaran per kapita penduduk perkotaan terhadap penduduk pedesaan cenderung konstan tahun demi tahun. Pengeluaran rata-rata orang kota selalu dua kali lipat pengeluaran orang desa. Perbandingan pola pengeluarannya juga demikian. Alokasi pengeluaran untuk makanan di kalangan orang desa lebih besar dibandingkan orang kota. Walaupun demikian, selama kurun waktu 1984-1993, alokasi pengeluaran untuk makanan di kedua kelompok penduduk ini sama-sama berkurang. Disamping itu semua, kenaikan pengeluaran orang kota sedikit lebih cepat / tinggi dibandingkan kenaikan pengeluaran orang desa. Diukur atas dasar harga yang berlaku atau secara nominal, sepanjang periode 1984-1993 pengeluaran penduduk perkotaan naik rata-rata 36,63% per tahun. Angka sejenis untuk penduduk perdesaan adalah 35,76%. Apabila diyakini pendapat umum bahwa tingkat harga di perkotaan biasanya naik lebih cepat daripada di daerah perdesaan, maka secara

riil sesungguhnya kenaikan pengeluaran orang desa justru lebih tinggi daripada orang kota.²⁶

Lebih tingginya kenaikan pengeluaran penduduk perdesaan dibandingkan penduduk perkotaan harus dipahami secara hati-hati. Hal ini tidak berarti bahwa dibandingkan orang kota, orang desa menjadi lebih boros, kian konsumtif, atau semakin makmur. Mengingat jumlah pengeluaran yang menjadi basis pehitungan nilainya jauh lebih rendah untuk penduduk perdesaan, kenaikan pengeluaran yang lebih tinggi itu sesungguhnya arulah sekedar menggambarkan capaian orang-orang desa dalam upayanya untuk dapat hidup lebih baik. Capaian itu sendiri belum mampu mensejajarkan dengan posisi kemakmuran orang kota. Penafsiran semacam ini masih tergolong sebagai penafsiran yang bernada optimistik. Kenaikan lebih tinggi pengeluaran penduduk perdesaan tadi dapat pula ditafsirkan dengan nada pesimistik. Yakni bahwa hal itu disebabkan karena orang-orang desa harus mengeluarkan lebih besar untuk mempertahankan tingkat hidup subsistennya, berkenaan dengan suku niaga (*terms of trade*) yang semakin buruk yang menimpa produk-produk primer dari desa (hasil bumi) dibandingkan dengan produk-produk sekunder dari kota (hasil industri).²⁷

Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Darmin Nasution mengatakan saat ini masyarakat sedang masuk pada tahap di mana pola konsumsinya mulai berubah. Yang dianggap sesuatu yang penting adalah hal lain yang mungkin hubungannya dengan rekreasi dan gaya hidup, yang berbeda dengan beberapa tahun yang lalu. Deputi Bidang Neraca dan Analisis Statistik Badan Pusat Statistik, Sri

²⁶ Sumarwan, Ujang. *Perilaku Konsumen.* (Bogor:2004) , Ghilia Indonesia, h, 21

²⁷ Sudarsono, *Pengantar Ekonomi Mikro.* (Jakarta:1995), LP3ES, h, 20

Soelistyowati, mengatakan perubahan pola konsumsi masyarakat ditunjukkan dengan pertumbuhan yang lebih tinggi di level konsumsi untuk kegiatan waktu luang (*leisure activities*).

Konsumsi *leisure* melonjak ketika ada sedikit pelambatan di *non-leisure*.

BPS sendiri menggolongkan komoditas yang termasuk dalam kegiatan waktu luang antara lain hotel, restoran, tempat rekreasi, dan kegiatan kebudayaan. Bersenang-senang, jajan, menginap di hotel, berwisata, itu kami sepakat yang namanya leisure. Dari data BPS memang pertumbuhan lebih tinggi di sisi leisure.²⁸

Demikian Pola konsumsi masyarakat dapat dikenali berdasarkan alokasi penggunaannya. Untuk keperluan analisis, secara garis besar alokasi pengeluaran konsumsi masyarakat digolongkan ke dalam dua kelompok besar yaitu, pengeluaran untuk makanan dan pengeluaran untuk non-makanan. Pengeluaran masyarakat Indonesia banyak pada makanan. Akan tetapi terdapat ketimpangan dalam hal pengeluaran konsumsi antara penduduk pedesaan dan penduduk perkotaan, misalkan dari besarnya pengeluaran dan juga pola konsumsinya. Perbandingan besar pengeluaran antara penduduk pedesaan dan penduduk perkotaan cenderung konstan tahun demi tahun.

2. Faktor Perilaku Konsumen

a. Faktor kebudayaan

Faktor ini mempunyai pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur, dan kelas sosial pembeli.

²⁸ <http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/08/14/ounti5-darmin-pola-konsumsi-masyarakat-indonesia-mulai-berubah>, diakses 17/11/17, pukul 16.13

Kultur yaitu faktor penentu paling pokok dari keinginan dan perilaku seseorang. Makhluk yang lebih rendah umumnya dituntun oleh naluri. Sedangkan manusia, perilakunya biasanya dipelajari dari lingkungan sekitarnya. Sehingga nilai, persepsi, prefensi, dan perilaku antara seorang yang tinggal pada daerah tertentu dapat berbeda dengan orang lain yang berada di lingkungan yang lain pula.

Subkultur adalah seperti kelompok kebangsaan yang bertempat tinggal pada suatu daerah mempunyai citarasa dan minat etnik yang khas. *Kelas sosial* adalah susunan yang relatif permanen dan teratur dalam suatu masyarakat yang anggotanya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama.

B. Faktor Pribadi

Keputusan seorang Pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.²⁹

C. Faktor Psikologis

Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenik maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus, dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri, atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama yaitu motivasi, persepsi, proses belajar, serta kepercayaan, dan sikap³⁰.

²⁹ Simamora, Bilson, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta:2000), PT Gramedia Pustaka Utama, h, 10

³⁰ Simamora, Bilson, Panduan Riset Perilaku Konsumen, (Jakarta:2000), PT Gramedia Pustaka Utama, h, 11

Konsumsi merupakan faktor vital yang mendasari munculnya aktifitas produksi dan distribusi. Konsep konsumsi pada sistem ekonomi kapitalis secara langsung telah menyebabkan perilaku konsumsi masyarakat dunia lebih cenderung kepada pemuasan keinginan dengan memaksimalkan penggunaan barang dan jasa yang cenderung bebas nilai, padahal konsep konsumsi yang baik dan benar telah diatur dalam konsep konsumsi ekonomi Islam. Para pemikir ekonom muslim telah merumuskan bahwa konsep konsumsi telah diatur sedemikian rupa sesuai dengan norma, etika, dan prinsip dalam konsumsi. Salah satu tokoh ekonom muslim tersebut adalah Muhammad Abdul Mannan yang ikut mengatur konsep konsumsi supaya perilaku konsumen muslim terhindar dari pengaruh konsumsi ekonomi barat (kapitalis). Sudah jelas disini bahwa Muhammad Abdul Mannan adalah tokoh ekonomi kontemporer yang sudah berpengalaman banyak dibidang ekonomi.

Pada Bab ini prinsip yang dikemukakan oleh Muhammad Abdul Mannan sangat cocok dan mudah untuk diaplikasikan pada masyarakat pada umumnya untuk kegiatan konsumsi. Prinsip yang sudah diringkas menjadi 5 kesatuan apabila diaplikasikan dengan benar, sangat baik untuk kestabilan kegiatan konsumsi di Indonesia.

BAB IV

Analisis Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dalam Islam

A. Analisis Pemikiran Abdul Mannan tentang Konsumsi dalam Islam

Berdasarkan pemikiran M. Abdul Mannan dengan para ekonomi Islam lainnya, maka sebagian kelebihan pendapat Mannan sebagai berikut :

Karakteristik pertama, pemikiran ekonomi Islam Muhammad Abdul Mannan merefleksikan keunikannya, dan dari keunikannya itu sekaligus sebagai kelebihannya dibandingkan dengan ekonomi lainnya¹. Kelebihannya dapat dikemukakan dalam beberapa hal. Pertama, pandangan dan pemikirannya sangat detail dan terhubung mengenai teori dan praktik ekonomi Islam, menghadirkan gambaran keseluruhan dan bukan hanya potongan-potongannya. Mannan melihat sistem ekonomi Islam dalam perspektifnya yang tepat. Dalam hal ini, pemikiran Mannan memenuhi kebutuhan besar dan berfungsi sebagai antibodi terhadap sebagian penyakit rasa puas yang menimpa kalangan-kalangan Islam. Ia tidak saja mengulang pernyataan posisi Islam terhadap kebijakan Produksi, perilaku konsumen, distribusi pendapatan dan kekayaan dala suatu cara yang otentik komprehensif dan tepat, melainkan juga mengidentifikasi kesenjangan dalam beberapa pendekatan yang berlaku.

Penekanan Muhammad Abdul Manan pada perubahan struktural pada perlunya membersihkan kehidupan ekonomi dari

¹ Imamudin Yuliadi, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta : LPPI, 2001), h, 53

segala bentuk eksplorasi dan ketidakadilan serta terhadap saling ketergantungan dari berbagai unsur dalam lingkup kehidupan Islam, tidak saja merupakan pengingat yang tepat, melainkan juga berfungsi sebagai adenda kuat untuk reformasi dan rekonstruksi masa depan umat Islam dalam menata kebijakan produksi.

Karakteristik kedua dari pemikirannya adalah terintegrasinya teori dengan praktik ekonomi Islam. Muhammad Abdul Mannan sangat baik mengembangkan argumen yang jitu dalam menggulirkan konsep ekonomi Islam termasuk masalah kebijakan produksi dalam Islam². Dari sini tampaknya ia telah berhasil menunjukkan dengan ketelitian akademik tidak saja kebaikan, melainkan juga keunggulan sistem ekonomi Islam. Ia tidak saja melihat ulang secara kritis ekonomi Islam, kebijakan produksi dan perilaku konsumen yang berlaku, melainkan juga mengajukan saran-saran untuk meningkatkannya dan memungkinkannya mencapai tujuan-tujuan Islam secara lebih efektif.

Ketiga, karakteristik gagasan dan pemikirannya ini telah meningkatkan tingkat perdebatan mengenai ekonomi Islam, kebijakan produksi dan perilaku konsumen, oleh evaluasi kritis dari sebagian gagasan baru yang berkembang selama dekade baru, dengan menghadirkan pandangan-pandangan baru dan saran kebijakan yang relevan. Evaluasinya tentang sebagian usulan dari laporan Dewan Ideologi Islam Bangladesh telah memperkaya perdebatan. Pandangannya tentang konsep kebijakan produksi, perilaku konsumsi, uang, perbankan Islam, kerangka mikro dan makro ekonomi,

² M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, terj. M. Nastangin, (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1997), h. 53

kebijakan fiskal dan Anggaran Belanja dalam Islam di dasarkan atas pemahaman yang luas dan akurat.

Meskipun pemikirannya mencakup nilai yang luas dalam bidang ilmu ekonomi Islam dan perbankan, namun pembahasan tentang hubungan produksi dan kesejahteraan ekonomi dan bagaimana membersihkan dari riba dan bentuk-bentuk eksplorasi lain perlu dikembangkan, diperkokoh, dan diperluas dalam beberapa hal. Berpijak dari itu semua, tampaknya para ekonom muslim lain akan terus menghadapi tantangan yang datang dari sistem produksi ekonomi konvensional. Untuk itu perlu dikembangkan visi yang lebih tegas tentang peran produksi, konsumsi dan distribusi di dunia internasional yang bebas dari unsur eksplorasi dan mengarah kepada munculnya sebuah tata ekonomi dunia yang adil.

Adapun kekurangannya, bahwa Muhammad Abdul Mannan dalam menguraikan prinsip konsumsi dalam Islam kurang banyak memberi contoh, padahal materi dan cakupan dari konsumsi sangat kompleks, sehingga solusi yang ditawarkan masih terlalu umum dan bersifat global. Dengan demikian masih perlu rincian lebih spesifik. Jika pendapatnya diaplikasikan maka akan terasa bahwa konsepnya masih terlalu murni, artinya konsep yang ditawarkan sulit diaplikasikan dan lebih tepat dijadikan wacana, namun demikian, terlepas dari kekurangannya, bila melihat pemikirannya tampak sangat menarik. Ia adalah seorang ekonom ternama dan seorang sarjana Islam yang mempunyai komitmen. Pada dirinya, seseorang akan melihat gabungan model baru sarjana Islam, di mana arus pengetahuan tradisional dan modern saling memenuhi satu sama lain. Ia memiliki sumber pengetahuan terbaik dari pusat pendidikan ekonomi modern. Dia bekerja keras, sangat berhasil menguasai

bahasa Arab dan kajian Islam dari sumber-sumber yang asli. Dia telah melakukan pengajaran penting dan riset.

1. Nilai-nilai Konsumsi Menurut Mannan

Menurut Mannan, ketentuan Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu :

a. Keadilan (Righteousness)

Prinsip ini mengandung arti ganda mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang oleh syari'at Islam. Artinya, sesuatu yang dikonsumsi itu didapatkan secara halal dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. Karena itu, berkonsumsi tidak boleh menimbulkan kezaliman, berada dalam koridor aturan atau hukum Islam, serta menjunjung tinggi kepentasan atau kebaikan. Dalam Islam terdapat berbagai ketentuan tentang benda ekonomi yang boleh dikonsumsi dan yang tidak boleh dikonsumsi. Yang boleh dikonsumsi adalah yang halal dan baik.

Allah SWT berfirman dalam surat al-Baqarah ayat 168 :

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا حُطُومَاتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaithan, karena sesungguhnya syaithan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. al-Baqarah[2]:168).

Keadilan yang dimaksud dalam aktivitas konsumsi adalah mengonsumsi sesuatu yang halal, tidak haram, dan baik, tidak membahayakan tubuh. Barang yang haram dan membahayakan tubuh dilarang oleh Islam, misalnya makan babi dan bangkai

serta minum khamar yang dinilai sebagai barang najis dan membahayakan.

Demikian pula, mengonsumsi harta orang lain secara batil misalnya dengan cara menipu, mencuri, menggelapkan, dan sebagainya termasuk kategori zalim³. Allah melarang aktivitas ini sebagaimana disebutkan dalam firman-Nya :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ

رَحِيمًا تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

“ Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling makan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah Maha Penyayang kepada mu ”
(QS. An-Nisa’[4]:29)

Implikasi ekonomi dari prinsip keadilan ini adalah bahwa pelaku konsumsi tidak dibolehkan mengejar keuntungan dan kepuasan pribadi saja. Bila hal itu merugikan orang lain atau merusak alam. Tanpa prinsip keadilan, manusia akan terkotak-kotak dalam berbagai golongan. Golongan yang satu akan menzalimi golongan yang lain, sehingga terjadi eksploritasi di antara mereka. Masing-masing berusaha mendapatkan hasil yang lebih besar daripada usaa yang dikeluarkannya karena kerakusannya. Dalam surah al-Furqan ayat 20, Allah berfirman :

³ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), h. 115

وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الرُّسُلِ إِلَّا لِيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَقَسْطُونَ فِي
الْأَسْوَاقِ ۝ وَجَعَلْنَا بَغْضَكُمْ لِيَغْصِبُ فِتْنَةً أَتَصْبِرُونَ ۝ وَكَانَ رَبُّكَ بَصِيرًا

“Dan Kami tidak mengutus rasul-rasul sebelummu, melainkan mereka sungguh makan makanan dan berjalan di pasar-pasar. Dan Kami jadikan sebagian kamu cobaan bagi sebagian yang lain. Maukah kamu bersabar? Dan adalah Tuhanmu Maha Melihat”.(QS. A-Furqan:20).

Dua ayat di atas menjelaskan kemungkinan terjadinya fitnah (cobaan) antara satu golongan manusia dengan golongan yang lain karena munculnya persoalan di antara mereka yang terkait dengan masalah ekonomi. Seakan ayat pertama hendak menginformasikan bahwa para rasul juga melakukan aktivitas ekonomi seperti makan dan berbelanja di pasar tetapi mereka tidak melakukan hal-hal yang merugikan orang dirinya sendiri sehingga mengganggu kepentingan orang lain. Hal ini disebabkan, sebagaimana dijelaskan dalam ayat kedua, karena mereka mencintai harta benda secara berlebihan.

b. Prinsip Kebersihan

Prinsip yang kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an dan Sunnah Nabi bahwa dalam mengonsumsi sesuatu, seseorang haruslah memilih barang yang baik dan cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua barang konsumsi diperkenankan, boleh dimakan dan diminum. Hanya makanan dan minuman

yang halal, baik, bersih, dan bermanfaat yang boleh dikonsumsi⁴. Allah berfirman :

فَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاشْكُرُوا نِعْمَتَ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ إِيمَانًا
تَعْبُدُونَ

“Maka makanlah yang halal lagi baik dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu, dan syukurilah nikmat Allah, jika hanya kepada-Nya kamu menyembah”. (QS. An-Nahl :114).

Menurut Mahmud al-Babili, pengaitan kata thayyib dan halal dalam ayat di atas mengandung tuntutan kepada kewajiban untuk menjauhi cara-cara yang tidak halal dalam memperoleh makanan dan minuman yang baik dan bersih atau menggunakannya pada hal-hal yang haram atau bisa menimbulkan keharaman. Dalam ayat yang lain, Allah mengharamkan makanan yang buruk (*al-khabaits*), yaitu makanan yang kotor dan menjijikan, sebagaimana firman-Nya dalam surat al-A’raf:157 :

وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحِرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ

“Allah menghalalkan bagi mereka segala yang baik (bersih) dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk (kotor dan menjijikan).”

Dalam arti sempit, yang dimaksud dengan bersih adalah bebas dari kotoran, najis, atau penyakit yang dapat merusak fisik dan mental manusia, tidak menjijikan sehingga merusak selera. Sementara dalam arti luas, bersih adalah bebas dari

⁴ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), h. 117

segala sesuatu yang tidak diberkahi atau tidak diridhai Allah. Makna bersih ataupun suci, dalam aktivitas ekonomi tidak saja secara fisik, tetapi juga nonfisik yang berupa kesucian jiwa dan harta manusia sehingga terbebas dari segala bentuk kotoran rohani.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur manusia agar dalam memenuhi kebutuhan hidupnya tidak terlalu berlebihan. Sikap berlebih-lebihan (*israf*) sangat dibenci oleh Allah dan merupakan pangkal dari berbagai kerusakan di muka bumi. Sikap berlebih-lebihan ini mengandung makna melebihi dari kebutuhan yang wajar dan cenderung memperturutkan hawa nafsu atau sebaliknya terlampau kikir sehingga justru menyiksa diri sendiri. Islam menghendaki kuantitas dan kualitas konsumsi yang wajar bagi kebutuhan manusia sehingga tercipta pola konsumsi yang efisien dan efektif secara individual maupun sosial⁵.

Menurut Monzer Kahf, konsumsi berlebih-lebihan yang merupakan ciri khas masyarakat yang tidak mengenal Tuhan, dikutuk dalam Islam dan disebut dengan istilah *israf* (pemborosan) atau *tabzir* (menghambur-hamburkan harta tanpa guna). Tabzir berarti menggunakan harta dengan cara yang salah, yakni untuk menuju tujuan-tujuan yang terlarang, seperti penyuapan atau hal-hal yang melanggar hukum atau dengan cara yang tiba-tiba. Setiap kategori ini mencakup beberapa jenis penggunaan harta yang hampir-hampir sudah menggejala pada masyarakat yang berorientasi konsumen.

⁵ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), h, 118

Pemborosan berarti penggunaan harta secara berlebih-lebihan untuk hal-hal yang melanggar hukum dalam hal seperti makanan, pakaian, tempat tinggal atau bahkan sedekah⁶. Perilaku berlebihan sangat dilarang dalam Islam sebagaimana firman Allah dalam surah al-A'raf ayat 31 :

يَا بَنِي آدَمْ حُذُّوا زِينَتُكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُّوا وَاشْرُبُوا وَلَا تُسْرِفُوا
إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, tetapi jangan berlebihan, sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”.

Ayat di atas menerangkan tentang diperbolehkannya mengambil perhiasan, makanan dan minuman yang baik tanpa berlebih-lebihan dan melampaui batas. Berlebihan dapat diartikan pula dengan perilaku boros. Dalam ajaran Islam, perilaku boros merupakan perbuatan yang terlarang. Pada dasarnya dalam pandangan Islam, seorang pemilik harta (individu) tidak mempunyai hak mutlak terhadap harta yang dimilikinya. Dengan demikian, penggunaan harta tersebut haruslah sesuai dengan kebutuhannya. Dalam konsep Islam, harta yang dimiliki oleh manusia semata-mata merupakan milik Allah yang diamanatkan kepada manusia untuk digunakan sesuai dengan petunjuk-Nya dan untuk mengharap ridha-Nya.

⁶ Monzer Kahf, *Ekonomi Islam : Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam* terj. Mahmun Husein (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 1995), h, 28 juga Yusuf al-qardhawi, Norma dan Etika, h, 147

d. Prinsip Kemurahan Hati

Prinsip keempat ini mempunyai dua makna, yaitu kemurahan Allah kepada manusia yang telah memberikan rahmat dan nikmat-Nya melalui sifat Rahman dan Rahim-Nya dan sikap murah hati manusia dengan menafkahkan sebagian hartanya untuk orang lain. Menurut M. Abdul Mannan, makan makanan dan minum minuman yang disediakan Allah karena kemurahan-Nya diperbolehkan, selama hal itu halal dan dimaksudkan untuk kelangsungan hidup dan menjaga kesehatan demi menunaikan perintah Allah sesuai dengan tuntutan-Nya disertai dengan perbuatan yang adil yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya⁷. Allah berfirman dalam surah al-Mâ'îdah ayat 96 :

أَحِلٌّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلشَّيَّارَةِ وَخُرُمٌ عَلَيْكُمْ

صَيْدُ الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرُمًا وَأَنْقُوا اللَّهُ الَّذِي إِلَيْهِ تُخْشِرُونَ

“Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal dari laut) sebagai makanan yang lezat bagi kamu dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan, dan diharamkan atasamu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. Dan bertaqwalah kepada Allah yang kepada-Nyalah kamu akan dikumpulkan.”

Disamping itu, Allah juga memerintahkan umat manusia agar bermurah hati dengan menyisihkan sebagian hartanya untuk membantu dan meringankan beban sesama manusia yang sedang diuji oleh Allah dengan kekurangan harta, sebagaimana firman Allah:

⁷ M. Abdul Mannan, *Teori dan Praktek*, h. 47

وَنَبْلُونَكُمْ بِشَيْءٍ مِّنَ الْخُوفِ وَالْجُوعِ وَنَقْصٍ مِّنَ الْأَمْوَالِ وَالْأَنْفُسِ

وَالثُّمَرَاتِ ۚ وَبَشِّرِ الصَّابِرِينَ

“Dan sungguh akan Kami berikan cobaan kepadamu, dengan sedikit ketakutan, kelaparan, kekurangan harta, jiwa, dan buah-buahan. Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar”. (QS. Al-Baqarah:155).

Perintah Allah untuk menyisihkan sebagian harta orang-orang kaya guna diberikan kepada orang-orang yang kurang mampu dalam hal kekayaan, misalnya dalam bentuk zakat, infaq, sedekah, wakaf, membeikan pinjaman (utang), maupun segala bentuk solidaritas sosial lainnya⁸. Sebagaimana terlihat dalam firman-Nya berikut :

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُرْكِيَّهُمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ ۖ إِنَّ صَلَاتَكَ

سَكَنٌ لَّهُمْ ۖ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلَيْهِمْ

“Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan menyucikan mereka, dan berdoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketentraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Mendengar lagi Maha Mengetahui.” (QS. At-Taubah:103).

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, seorang Muslim yang memiliki harta, tidaklah menggunakan harta yang diperolehnya tersebut (yang sesungguhnya merupakan titipan Allah) untuk pemenuhan kebutuhan pribadinya belaka.

⁸ Idri, *Hadis Ekonomi*, (Jakarta: Prenada Group, 2015), h, 122

Sebab di dalam harta seorang Muslim terdapat hak masyarakat, sebagaimana dinyatakan dalam firman Allah :

وَفِي أَمْوَالِهِنْ حَقٌّ لِلشَّاهِدِينَ وَالْمُحْرُومِ

“Dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”.
(QS. Adz-Dzariyat: 19).

Seorang Muslim yang mempunyai harta berkewajiban untuk mendistribusikan sebagian hartanya kepada masyarakat yang berkekurangan dan untuk kepentingan umum. Sarana pendistribusian ini di dalam agama Islam dikenal dengan istilah zakat (zakat diri dan harta), sedekah, infak, dan wakaf⁹. Menurut Yusuf al-qardhawi, dalam Islam memang diperbolehkan mengonsumsi barang-barang yang baik, bermanfaat dan memilikinya. Namun pemilikan harta itu bukanlah tujuan, dan hal ini hanya merupakan sarana untuk menikmati karunia Allah dan wasilah untuk mewujudkan kemaslahatan umum. Dan, memiliki harta untuk disimpan, dihitung-hitung adalah dilarang di dalam Islam¹⁰, sebagaimana firman Allah dalam surah al-Hadid ayat 7 :

أَمْنُوا بِاللهِ وَرَسُولِهِ وَأَنْفَقُوا مِمَّا جَعَلَكُمْ مُسْتَحْلِفِينَ فِيهِ مَا لَذِينَ آمَنُوا

مِنْكُمْ وَأَنَفَقُوا لَهُمْ أَجْرٌ كَبِيرٌ

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

⁹ Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, h, 27

¹⁰ Yusuf al-Qardhawi, *Norma dan Etika*, h, 138

e. Prinsip Moralitas

Pada akhirnya konsumsi seorang Muslim secara keseluruhan harus dibingkai oleh moralitas yang dikandung dalam Islam sehingga tidak semata-mata memenuhi segala kebutuhan. Allah memberikan makanan dan minuman untuk keberlangsungan hidup umat manusia agar dapat meningkatkan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang Muslim diajarkan untuk menyebutkan nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih setelah makan. Rasulullah bersabda :

عَنْ عَائِشَةَ قَالَتْ كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَأْكُلُ طَعَامًا فِي سِتَّةِ نَفَرٍ مِنْ أَصْحَابِهِ فَجَاءَ أَغْرِيَيْهِ فَأَكَلَهُ بِلُقْمَتَيْنِ فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَمَا أَنَّهُ لَوْ كَانَ قَالَ إِسْمَ اللَّهِ لَكَفَافُكُمْ فَإِذَا أَكَلْتُمُكُمْ طَعَامًا فَلْيَقُلْنَ إِسْمَ اللَّهِ فَإِنْ نَسِيَ أَنْ يَقُولَ إِسْمَ اللَّهِ فِي أُولَئِكَهُمْ فَلْيَقُلْنَ إِسْمَ اللَّهِ فِي أُولَئِكَهُمْ وَآخِرِهِ

"Dari 'Aisyah, katanya: Suatu ketika Rasulullah makan makanan bersama enam kelompok sahabat-sahabatnya, lalu seorang Arab datang dan makan dua suap, lalu Rasulullah bersabda, "Seandainya, ia mengucapkan 'bismillah' (dengan nama Allah), niscaya itu cukup bagi kalian, maka apabila salah seorang di antara kalian makan makanan, maka katakanlah 'bismillah' dan jika lupa hendaklah ia katakan, 'bismillah fi awwalih' (dengan nama Allah pada awalnya) atau ia katakan, bismillah fi aw walih wa akhirih' (dengan nama Allah pada awal dan akhirnya)". (HR. Ibn Majah).

Dalam Islam, konsumsi tidak hanya berkenaan dengan makanan, minuman dan pemenuhan kebutuhan material lainnya, tetapi juga berkenaan dengan tujuan akhir konsumsi, yakni untuk implementasi nilai-nilai moral dan spiritual dalam kehidupan masyarakat. Dengan diajarkan menyebut nama Allah sebelum makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelahnya, maka seorang Muslim akan merasakan kehadiran Allah pada waktu memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Hal ini penting karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai material dan spiritual sehingga tercipta kehidupan yang harmonis dan bahagia¹¹.

Konsep moralitas dalam mengonsumsi barang atau jasa dalam Islam menunjukkan bahwa pendapat perbedaan mendasar antara seseorang uang hanya memburu kepuasan, kenikmatan, dan kebahagiaan semata tanpa mengindahkan aturan-aturan Islam dengan seorang yang menerapkan nilai-nilai moral Islam dalam kaitannya dengan konsumsi suatu barang atau jasa. karena itu, etika merupakan hal penting dalam aktivitas konsumsi. Sebagaimana dijelaskan diatas, Rasulullah juga mengajarkan kepada umat Islam agar memperhatikan etika dalam berkonsumsi. Misalnya, ia menganjurkan agar seseorang makan menggunakan tangan kanannya. Rasulullah bersabda :

عَنْ جَابِرٍ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا تَأْكُلُوا بِالشِّمَاءِ

فَإِنَّ الشَّيْطَانَ يُأْكُلُ بِالشِّمَاءِ

¹¹ Eko Supriyatno, *Ekonomi Islam : Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2005), h, 95.

"Dari Jabir dari Rasulullah Saw, ia bersabda, "Janganlah kalian makan dengan tangan kiri karena sesungguhnya setan itu makan dengan tangan kirinya." (HR. Muslim).

Ayat ini menekankan bahwa sangatlah tidak baik untuk makan dengan tangan kiri, karena sebaik baiknya melakukan sesuatu adalah menggunakan tangan kanan (yang baik). Disini adalah contoh mengonsumsi sebagian dari prinsip moralitas, dimana menjadikan masyarakat untuk cara mengonsumsi dengan baik dan benar.

Pada umumnya kebutuhan-kebutuhan manusia digolongkan ke dalam tiga hal yakni keperluan, kesenangan, dan barang-barang mewah. Konsumsi barang tersebut tanpa disertai rencana pembagian kembali kekayaan dan pendapatan tidak akan memecahkan permasalahan ekonomi. Tetapi penting ditegakkan adalah pemerataan dalam sistem masyarakat berdasarkan hukum Islam.

Kunci untuk memahami perilaku konsumen dalam Islam tidak terletak dengan hanya mengetahui hal-hal yang terlarang, tetapi juga dengan menyadari konsep dinamik tentang konsep moderat dalam konsumsi yang dituntun oleh perilaku yang mengutamakan kepentingan orang lain, yaitu seorang konsumen muslim. Larangan-larangan Islam mengenai makanan dan minuman harus dipandang sebagai usaha untuk memperbaiki perilaku konsumen.

B. Analisis Pola Masyarakat Indonesia

Saat ini, kegiatan konsumtif yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan tidak hanya didorong oleh adanya kebutuhan akan fungsi barang tersebut semata. Akan tetapi, juga didasari oleh keinginan

yang sifatnya untuk menjaga gengsi. Hal itu karena semakin banyaknya penawaran dari produk terbaru yang promosinya dilakukan melalui media cetak maupun elektronik bahkan melalui penjualan langsung di tempat yang membuat seseorang menjadi mudah terpengaruh untuk mencoba ataupun membeli barang tersebut walaupun sebenarnya barang tersebut tidak diperlukan.

Dalam kehidupan modern ini, masyarakat perkotaan menuntut untuk bergaya hidup konsumsi yang serba cepat dan instan. Hal itu dikarenakan padatnya aktivitas dan kegiatan di luar rumah yang dilakukan oleh keluarga khususnya pasangan suami dan istri yang mengakibatkan berkurangnya waktu untuk berkumpul bersama keluarga apalagi makan bersama anak-anaknya. Apabila dibandingkan dengan beberapa tahun yang lalu, yakni sekitar tahun 2000-an, makan sehari-hari cenderung dilakukan di rumah di mana makanan yang disajikan merupakan hasil dari olahan sendiri. Hal itu dilakukan agar dapat semakin mempererat rasa kasih sayang diantara mereka¹².

Masa sekarang ini dengan kesibukan yang luar biasa pada masing-masing anggota keluarganya terutama yang memiliki ibu pekerja, maka acara makan seringkali dilakukan sendiri-sendiri dan jarang dilakukan di rumah. Bila 10 tahunan yang lalu, makan di rumah merupakan saat untuk berkumpul bersama dengan keluarga, maka saat ini kebiasaan tersebut sudah mulai berubah di mana para anggota keluarga berkumpul di suatu tempat makan tertentu hanya untuk sekedar makan bersama. Makan di suatu tempat juga menjadi

¹² Sediaoetama, 1999 (dalam Lazuardi, 2008: 3), h, 25

sarana berkumpul dan bersosialisasi. Bahkan saat ini acara-acara seperti rapat, arisan, pernikahan, ulang tahun dan sekedar untuk berkumpul dengan kerabat atau teman pun sering juga diadakan di restoran baik itu restoran yang ada di foodcourt maupun yang berdiri sendiri dengan harapan akan tercipta suasana yang santai dan menghindari adanya kesan formal. Makan di luar juga merupakan solusi untuk mengatasi kebutuhan konsumsi bagi para keluarga khususnya yang memiliki ibu pekerja. Tinggal datang kesana berbagai jenis makanan dapat tersajikan dengan cepat tanpa menunggu waktu lama dan dapat menghemat waktu makan.

Saat ini bisnis restoran berkembang dengan pesat untuk menanggapi kebutuhan masyarakat akan nilai dari makanan dan pentingnya untuk berkumpul bersama keluarga itu sendiri. Oleh sebab itu, saat ini baik para pemilik restoran maupun foodcourt merespon kebutuhan ini dengan menawarkan berbagai keuntungan serta fasilitas yang tidak hanya sekedar menyajikan keunggulan makanan dari tempat tersebut saja, tetapi juga menambahkan suasana yang nyaman dan santai yang dapat membuat pelanggan betah berlama-lama di sana, seperti menambahkan fasilitas internet gratis, live music serta berbagai acara hiburan menarik lainnya. Selain itu, kebiasaan dan gaya hidup masyarakat Surabaya sekarang telah berubah menuju ke pola hidup mewah dan berlebihan yang berujung pada pola hidup konsumtif. Sekarang ini, mengkonsumsi makanan di luar rumah bukan lagi hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan, namun bisa dijadikan sebagai gaya hidup. Oleh sebab itu, saat ini makan di luar rumah menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat perkotaan yang sibuk dengan aktifitasnya sehingga tidak sempat memasak dan hampir tidak memiliki waktu untuk makan dan berkumpul bersama

dengan keluarganya. Dengan segala kemudahan serta fasilitas yang ada, kini mall hadir dengan kemunculan tempat-tempat makan, seperti restauran, foodcourt yang dapat mengisi kebutuhan konsumen khususnya keluarga mengenai makan, apalagi yang ingin memanjakan anaknya. Industri foodcourt yang ada di mall sepertinya bisa mengisi kehidupan mereka yang menginginkan sesuatu yang serba cepat, instan dan lengkap.

Perubahan pola dari gaya hidup masyarakat perkotaan yang dapat digambarkan, yakni seberapa besar status atau kedudukan orang tersebut di dalam kehidupan bermasyarakat di sekitarnya. Tidak hanya itu saja gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi, karena semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup di dalam kehidupan masyarakat perkotaan sehari-hari. Dengan adanya hal tersebut, maka pengertian gaya hidup dapat diartikan sebagai cara untuk menumbuhkan kebersamaan yang dapat menciptakan simbol kebudayaan dengan menggunakan identitas pribadi. Dalam penelitian ini, difokuskan pada masyarakat perkotaan khususnya pada keluarga mengenai pemanfaatan foodcourt. Hal itu karena dalam diri keluarga tersebut terdapat keinginan untuk mendapatkan kepuasan agar memperoleh status dan gengsi dalam kedudukan mereka di dalam masyarakat serta dapat dijadikan sebagai sarana berkumpul. Satu hal lagi yang menjadi pilihan bagi para keluarga tersebut adalah kenyamanan empat serta efisiensi waktu, yakni sambil berbelanja maupun bekerja, mereka bisa berkumpul serta bisa mengawasi anak-anaknya. Selain itu, peneliti juga ingin mendeskripsikan tentang pemanfaatan foodcourt dan faktor-faktor apa sajakah yang

mempengaruhi para keluarga sehingga mereka memilih untuk memanfaatkan area foodcourt tersebut dibanding foodcourt di tempat yang lain. hal lagi yang menjadi pilihan bagi para keluarga tersebut adalah kenyamanan tempat serta efisiensi waktu, yakni sambil berbelanja maupun bekerja mereka bisa berkumpul serta bisa mengawasi anak-anaknya.

C. Relevansi Pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang Konsumsi dengan Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia.

1. Konsep Maslahah dalam Konsumsi sesuai dengan Maqashid Syariah

Dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan mempunyai tujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. *Utility* secara bahasa berarti berguna, membantu, atau menguntungkan. Dalam konteks ekonomi, utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengonsumsi suatu barang. Kegunaan ini bisa juga dirasakan sebagai rasa “tertolong” dari suatu kesulitan karena mengonsumsi barang tersebut. Dikarenakan adanya rasa inilah, maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang. Jadi, kepuasan dan utilitas dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan merupakan akibat yang ditimbulkan oleh utilitas.

Maka ketika tujuan konsumsi selalu identik dengan perolehan suatu kepuasan yang tertinggi, beberapa hal yang perlu digaris bawahi, di sini adalah apakah barang atau jasa tersebut membawa

suatu manfaat dan kemaslahatan. Karena bisa jadi seseorang menginginkan suatu kepuasan yang tinggi terhadap suatu barang ataupun jasa, akan tetapi justru barang/jasa tersebut membawa kerusakan kepada dirinya atau orang-orang di sekitarnya¹³.

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan (maslahah). Pencapaian maslahah tersebut merupakan tujuan dari maqashid as- syari'ah. Konsep utilitas sangat subjektif karena bertolak pada pemenuhan kebutuhan atau needs. Maslahah dipenuhi berdasarkan pertimbangan rasional normatif dan positif, maka ada kriteria yang objektif tentang suatu barang ekonomi yang memiliki maslahah maupun tidak. Adapun *utility* ditentukan lebih subjektif karena akan berbeda antara satu orang dengan lainnya. Sebagai ilustrasi, suatu pertanyaan “apakah minuman keras mempunyai utilitas?”, maka seorang pemabuk akan mengatakan “ya”, dan seorang produsen minuman keras juga akan mengatakan “ya” dengan alasan miras merupakan komoditas yang sangat menguntungkan sehingga dapat memberikan laba maksimum. Kemudian petugas pajak atau pemerintah juga akan mengatakan “ya”, karena minuman keras dapat memberikan pemasukan yang relatif cukup besar, maka pemerintah memberikan izin. Di sisi lainnya, aspek negatif yang ditimbulkan minuman keras lebih besar dari manfaat yang ada. Maka dengan menggunakan kacamata moral dan medis, maka timbul suatu pertanyaan,

¹³ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar ekonomi Islam perspektif maqashid syari'ah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015) h, 166

“apakah minuman keras mempunyai maslahah?” sudah tentu jawabnya “tidak”¹⁴.

Adapun perbedaan maslahah dan utilitas yaitu antara lain :

- a. Maslahah individual akan relatif konsisten dengan maslahah sosial, sebaliknya utilitas individu mungkin saja berseberangan dengan utilitas sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya yang relatif objektif, sehingga lebih mudah diperbandingkan, dianalisis dan discuaikan antara satu orang dengan yang lainnya, antara individu dan sosial. Konsistensi ini mereduksi konflik sosial dan mempermudah penyusunan kebijakan ekonomi.
- b. Jika maslahah dijadikan tujuan bagi pelaku ekonomi, maka arah pembangunan menuju titik yang sama. Maka hal ini akan meningkatkan efektifitas tujuan utama pembangunan, yaitu kesejahteraan hidup. Konsep ini berbeda dengan utilitas, di mana konsumen bertujuan memenuhi want-nya, adapun produsen dan distributor memenuhi kelangsungan dan keuntungan maksimal . dengan demikian ada perbedaan arah dalam tujuan aktivitas ekonomi yang ingin dicapai.
- c. Maslahah merupakan konsep pemikiran yang terukur dan dapat dibandingkan, sehingga lebih mudah dibuatkan prioritas dan pentahapan pemenuhannya. Hal ini akan mempermudah perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya akan tidak mudah mengukur tingkat utilitas dan membandingkan antara satu orang dengan

¹⁴ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar ekonomi Islam perspektif maqashid syari'ah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015) h, 167

lainnya, meskipun dalam mengonsumsi barang ekonomi yang sama dalam kualitas dan kuantitas.¹⁵

Pada dasarnya kegiatan konsumsi bukan semata mata untuk mencari tingkat kepuasan seseorang akan tetapi juga mengandung manfaat, sesuai dengan maqashid syariah.

2. Tujuan Konsumsi dalam Islam

Manusia mengonsumsi suatu barang pastilah mempunyai tujuan tertentu. Tujuan konsumsi adalah dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan manusia. Kebutuhan itu dapat dikategorikan menjadi 3 kebutuhan pokok, yaitu : Pertama, kebutuhan primer (*dharuriyah*), kedua, kebutuhan sekunder (*hajiyah*), ketiga, kebutuhan tersier (*tahsiniyyah*).

Dalam pemenuhan tiga kebutuhan tersebut, umat Islam tidak semata-mata memperhatikan aspek terpenuhinya salah satu atau semua kebutuhan itu. Ada aspek lain yang tidak kalah pentingnya, yaitu tujuan utama daripada pemenuhan kebutuhan umat Islam adalah sebagai sarana penolong untuk beribadah kepada Allah. Pemenuhan kebutuhan (konsumsi) dengan niat untuk meningkatkan stamina dalam bingkai ketaatan dan pengabdian kepada Allah akan menjadikannya bernilai ibadah yang berpahala. Sebab hal-hal yang mubah, apalagi wajib, bisa menjadi ibadah jika disertai niat pendekatan diri (*taqarrub*) kepada Allah, seperti makan, tidur, dan bekerja. Jika dimaksudkan untuk menambah potensi dalam mengabdi kepada Ilahi¹⁶. Tujuan tersebut merupakan kerangka besar dari tujuan penciptaan manusia,

¹⁵ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar ekonomi Islam perspektif maqashid syari'ah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015) h, 168

¹⁶ Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 112

termasuk segala aktivitas yang dilakukannya di muka bumi berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan atau konsumsinya di muka bumi, sebagai mana firman Allah dalam surat adz-Dzariyat ayat 56 :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّةِ وَالْإِنْسَانَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

“dan Aku tidak menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah (menyembah) kepada-Ku”.

Tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional yang didasarkan pada pemenuhan kebutuhan hidup jumlahnya tidak terbatas dengan tujuan memperoleh kepuasan yang maksimal, dengan menggunakan pernghasilan yang jumlahnya terbatas. Islam mengajarkan agar dalam memenuhi kebutuhan itu¹⁷ :

- a. Barang yang lebih berharga dan lebih bernilai dari barang yang lain sehingga lebih diutamakan.
- b. Barang yang tidak bernilai atau tidak berharga bahkan terlarang sehingga harus dihindari dan dijauhi.

Karena itu, pemilihan konsumsi dan pemenuhannya hendaklah memperhatikan hal-hal berikut :

- 1) Mengutamakan akhirat daripada dunia.
- 2) Konsisten dalam prioritas pemenuhannya, dan
- 3) Memperhatikan etika dan norma.

Tujuan konsumsi dalam Islam tidak terfokus pada penghabisan barang demi memuaskan keinginan, kebutuhan dan kepuasan semata. Islam tidak melarang konsumsi dalam upaya

¹⁷ M.B Hendri Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2005), h. 133

pemenuhan kebutuhan dan kepuasa manusia, sebagaimana yang ditunjukkan dalam pengertian dan tujuan konsumsi secara umum. Islam memberikan rambu-rambu dalam kegiatan konsumsi.

Makna konsumsi dalam Islam mencakup makna pemanfaatan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan jasmani dan rohani, materi dan immaterial, bahkan pemenuhan kebutuhan emosional dan spiritual demi mencapai kebutuhan pencapaian keridhaan Allah SWT. oleh karena itu, tujuan konsumsi dalam Islam memiliki peranan penting dalam membina kesejahteraan dan keteraturan yang ada dalam sebuah sistem kemasyarakatan, baik secara pribadi maupun sosial untuk mencapai kesejahteraan di dunia dan di akhirat.

Firman Allah :

وَابْتَغِ فِيمَا آتَكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَأَخْسِنْ

كُمَا أَخْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ وَلَا تَبْغِ الْفَسَادَ فِي الْأَرْضِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ

الْمُفْسِدِينَ

"Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagiamu dari (kenikmatan) dunia dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kau berbuat kerusakan di (muka) bumi sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan. (Q.S. Al- Qassas:77).

Dengan demikian, aktivitas konsumsi merupakan salah satu aktivitas ekonomi manusia yang bertujuan untuk meningkatkan ibadah dan keimanan kepada Allah dalam rangka mendapatkan kebahagiaan, kedamaian dan kesejahteraan akhirat (*salah*), baik

dengan membelanjakan uang atau pendapatannya untuk keperluan dirinya maupun untuk amal saleh bagi sesamanya.

Apabila mengkaji pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang pinsip konsumsi dalam Islam, tampaknya pemikiran dan sarannya sudah diterapkan di Indonesia meskipun belum sepenuhnya. Dikatakan belum sepenuhnya karena masih ada fenomena banyaknya konsumsi, produsen yang memproduksi barang-barang konsumtif yang tidak membawa ksejahteraan ekonomi, tidak berbasis nilai material, spiritual, moral dan bertentangan dengan ajaran Islam. Banyak produsen yang memproduksi barang konsumtif yang menimbulkan pencemaran lingkungan hidup atau perusakan ekosistem, dan banyak produksi konsumtif yang mengandung unsur penipuan dan tidak halal.

Berbagai media massa melansir adanya produksi yang bersifat konsumtif seperti mie untuk bakso menggunakan formalin, pabrik tahu yang menggunakan borak, makanan kaleng yang ditengarai adanya mata parasit, dan sejumlah barang konsumsi yang berlabel konsumsi yang berlabel halal, padahal tercampur yang haram. Pabrik-pabrik di Indonesia misalnya sering menimbulkan pencemaran di sekitar bangunan pabriknya. Kelompok yang paling menderita dari pencemaran itu justu masyarakat sekitar pabrik yang tidak mendapat manfaat langsung dari kegiatan pabrik tersebut. Baru belakangan ini masalah eksternalitas menjadi perhatian berkat perjuangan kalangan LSM.

Berdasarkan uraian di atas, bahwa relevansinya pemikiran M. Abdul Mannan tentang prinsip konsumsi dalam Islam dengan prinsip konsumsi di Indonesia yaitu sebagian pemikiran Muhammad Abdul Mannan tentang prinsip konsumsi dalam Islam sudah diterapkan di

Indonesia. Setiap usaha yang bergerak di bidang produksi, konsumsi, distribusi dan jasa harus memiliki izin sehingga memiliki legalitas hukum. Demikian juga barang-barang konsumtif yang diproduksi di pasar seperti makaman, harus terdapat label dan izin departemen kesehatan dan instansi lainnya. Akan tetapi sebagian barang makanan masih banyak yang tidak memiliki izin resmi apalagi label halal. Demikian juga masih banyak ditemukan makanan atau barang-barang yang sudah kadaluarsa (lewat waktu). Dengan demikian kebijakan konsumsi, produksi dan distribusi di Indonesia belum seratus persen mencerminkan nilai material dan spiritual secara bersamaan dan berimbang. Konsumsi di Indonesia belum seratus persen mencerminkan konsumsi Islami.

Mekipun demikian sebagaimana telah dijelaskan sebelumnya bahwa pada prinsipnya pemikiran Mannan sudah diterapkan di Indonesia melalui kebijakan pemerintah yang dalam hal ini menteri perdagangan dan perindustrian¹⁸. Kebijakan menteri tersebut antara lain :

Pertama, pemerintah (eksekutif dan legislatif) mengeluarkan sejumlah peraturan perundang-undangan yang mengatur masalah izin usaha, perdagangan, produksi, undang-undang perlindungan konsumen, undang-undang lingkungan hidup yang terus diperbaharui dengan dirubah dan atau diganti sehingga orang tidak dapat sembarangan memproduksi barang yang dapat mencemarkan lingkungan hidup dan ekosistem, dikenal istilah analisis dampak

¹⁸ Menteri Perdagangan Kabinet Kerja Jokoqi/JK yaitu Rahmat Gobel dan Menteri Perindustrian RI Saleh Husin. Rahmat Gobel menggantikan Muhammad Lutfi sebagai Menteri Perdagangan pada Kabinet Indonesia Bersatu II di era pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono 2009-2014.

lingkungan. Kedua, sudah ada departemen-departemen yang mengawasi peredaran atau distribusi barang.

Ketiga, kebijakan pemerintah yang menekankan pendirian perusahaan/industri yang dapat menyerap tenaga kerja dengan memperhatikan izin usaha. Keempat, distribusi barang yang merata ke semua lapisan masyarakat dengan memperhatikan dampak dari barang produksi terhadap tingkat kesehatan masyarakat, daya beli masyarakat, dan aspek agama.

Contoh peraturan-peraturan yang mengatur tentang konsumsi dan produksi yang bertujuan melindungi konsumen dan umat Islam antara lain Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Perjuangan panjang para pemerhati perlindungan konsumen telah membawa hasil, yakni dengan diundangkannya Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen sebenarnya bukanlah ketentuan hukum pertama yang memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, karena berbagai undang-undang sebelumnya juga sudah banyak yang memberikan perlindungan hukum bagi konsumen, hanya saja dalam peraturan perundang-undangan tersebut tidak menggunakan istilah konsumen, tapi menggunakan berbagai istilah yang sebenarnya memiliki makna yang sama dengan konsumen, sebagaimana yang tercantum/dimaksudkan dalam UUPK.

Di Indonesia, perilaku konsumtif masyarakat terhadap barang dan jasa tumbuh dan berkembang dikarenakan pengaruh dari arus globalisasi ekonomi (kapitalis) yang masuk ke Indonesia. Ditandai dengan menjamurnya pusat perbelanjaan semacam shopping mall, industri mode, kawasan hunian mewah, kegandrungan terhadap merk asing, makanan serba instan (*fast food*), telepon seluler dan lain

sebagainya, sehingga masyarakat Indonesia mendapatkan kemudahan akses pasar untuk berperilaku konsumtif.

Dengan demikian, masyarakat Indonesia dapat terkondisikan dengan paradigma yang menganggap bahwa konsumsi tidak lagi sekedar berkaitan dengan memanfaatkan nilai guna suatu barang dan jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi konsumsi juga berkaitan dengan unsur-unsur simbolik untuk menandai kelas, gaya, status atau simbol sosial tertentu.

Dalam waktu dekat Badan Pusat Statistik (BPS) akan merilis angka pertumbuhan ekonomi pada kuartal I-2017. Sepanjang 2016 pemerintah Indonesia berhasil merealisasikan pertumbuhan ekonomi di level 5,02%. Ekonom dari Bank Permata, Josua Pardede memproyeksikan pertumbuhan ekonomi RI pada kuartal I-2017 mencapai 4,97% atau lebih tinggi dibandingkan dengan kuartal IV-2016 yang sebesar 4,94%. "Pertumbuhan ekonomi pada triwulan I-2017 diperkirakan mencapai 4,97%, meningkat dari kuartal sebelumnya yang sebesar 4,94%," kata Josua selaku Ekonom Bank Permata.¹⁹

Menurut Data pertumbuhan Ekonomi Indonesia menurut survei BPS (Badan Pusat Statistik) menyatakan pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan II-2017 mengalami peningkatan. Ekonomi Indonesia triwulan II-2017 terhadap triwulan II-2016 tumbuh 5,01 % (y-on-y). dari sisi produksi, pertumbuhan didorong oleh hampir semua lapangan usaha, dengan pertumbuhan tertinggi dicapai lapangan Usaha Informasi dan Komunikasi yang tumbuh 10,88 %. Dari sisi pengeluaran, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh

¹⁹ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3491794/analisa-para-ahli-soal-proyeksi-ekonomi-ri-kuartal-i-2017>, diakses pada tanggal 16/08/2017, pukul 22.36.

Komponen Pengeluaran Konsumsi Lembaga Non-Profit yang melayani Rumah Tangga (PK-LNPRT) yang tumbuh sebesar 8,49 persen.

Ekonomi Indonesia triwulan II-2017 terhadap triwulan sebelumnya meningkat sebesar 4,00 % (q-to-q). dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi pada Lapangan Usaha Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan sebesar 8, 44 %. Sementara dari sisi Pengeluaran dicapai oleh Komponen Pengeluaran Konsumsi Pemerintah yang meningkat signifikan sebesar 29, 37 %.²⁰

Rumah tangga merupakan konsumen atau pemakai barang dan jasa sekaligus juga pemilik faktor produksi tenaga kerja, lahan, modal dan kewirausahaan. Rumah tangga menjual atau mengelola faktor-faktor produksi tersebut untuk memperoleh balas jasa. balas jasa atau imbalan tersebut adalah upah, sewa, bunga dividen, dan laba yang merupakan komponen penerimaan atau pendapatan rumah tangga. Penerimaan lain yang mungkin diperoleh rumah tangga adalah transfer , perkiraan pendapatan dari rumah milik rumah tangga tersebut ditempati sendiri atau ditempati pihak lain dengan bebas sewa, dan hasil produksi barang/jasa dari kegiatan yang tidak digolongkan sebagai kegiatan usaha rumah tangga. Transfer yang diterima berasal dari pemerintah, badan usaha, lembaga nirlaba, rumah tangga lain, maupun dari luar negeri.

Ada dua cara penggunaan pendapatan. Pertama, membelanjakannya untuk barang-barang konsumsi. Kedua, tidak membelanjakannya seperti ditabung. Pengeluaran konsumsi dilakukan untuk mempertahankan taraf hidup. Pada tingkat pendapatan yang rendah, pengeluaran konsumsi umumnya dibelanjakan untuk

²⁰ <https://www.bps.go.id/Brs/view/id/1365>,

kebutuhan-kebutuhan pokok guna memenuhi kebutuhan jasmani. Konsumsi makanan merupakan faktor terpenting karena makanan merupakan jenis barang utama untuk mempertahankan kelangsungan hidup. Akan tetapi terdapat berbagai macam barang konsumsi (termasuk sandang, perumahan, bahan bakar, dan sebagainya) yang dapat dianggap sebagai kebutuhan untuk menyelenggarakan rumah tangga. Keanekaragamannya tergantung pada tingkat pendapatan rumah tangga. Tingkat pendapatan yang berbeda-beda mengakibatkan taraf konsumsi.²¹

Berkat pemaparan diatas terlihat bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat indonesia secara nyata tidak sinergis dengan upaya pemerataan (redistribusi) pendapatan di kalangan masyarakat. Artinya, pengeluaran konsumsi masyarakat Indonesia naik dan tingkat ketimpangan pendapatan juga naik. Bilamana pemerintah meng-klaim bahwa konsumsi agregat Indonesia saat ini mengalami kenaikan, berarti telah tercipta sebuah kenaikan konsumsi yang semu (tidak berkeadilan), yaitu konsumsi agregat yang hanya dapat dinikmati bilamana yang memiliki pendapatan menengah dan kaya. Sangat ironi bilamana masyarakat Indonesia disibukkan oleh aktivitas konsumtif dengan kemudahan akses pasar dan ekuitas, sedangkan di sisi lain penduduk miskin di Indonesia makin bertambah, distribusi pendapatan dan kekayaan semakin tidak merata, pandangan Muhammad Abdul mannan terhadap konsumsi menjadi salah satu rujukan untuk membuat pola konsumsi masyarakat yang benar, sebagaimana telah diuraikan menjadi 5 prinsip yaitu, keadilan, kebersihan, kesederhanaan, kemurahan hati, dan moralitas.

²¹ <https://www.bps.go.id/Subjek/view/id/5>

BAB V

A. KESIMPULAN

Setelah mempelajari uraian dari bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Menurut Muhammad Abdul Mannan perintah Islam mengenai konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip, yaitu 1. Prinsip keadilan, 2. Prinsip kebersihan, 3. Prinsip kesederhanaan, 4. Prinsip kemurahan hati, dan 5. Prinsip moralitas. Kelima prinsip ini menjadi pegangan dalam aktivitas konsumsi sejalan dengan Maqashidus Syar'iyah.
2. Saat ini Pola Konsumsi Masyarakat Indonesia lebih mengikuti tren modern seperti gaya hidup seseorang. Faktanya, Menurut survei BPS pertumbuhan konsumsi tersebut berdasarkan dari kegiatan perhotelan, restoran, tempat rekreasi dan lainnya.
3. Pada prinsipnya pemikiran Mannan sudah diterapkan di Indonesia melalui kebijakan pemerintah yang dalam hal ini menteri perdagangan dan perindustrian. Salah satu kebijakan antara lain seperti Kebijakan menteri tersebut antara lain: pemerintah mengeluarkan sejumlah peraturan perundangan - undangan yang mengatur masalah izin usaha, perdagangan, produksi, undang-undang perlindungan konsumen, undang - undang lingkungan hidup yang terus diperbaharui dengan dirubah dan atau diganti.

B. Saran-saran

Konsumsi merupakan faktor yang mendasari munculnya aktifitas produksi dan distribusi. Berdasarkan hal itu, maka meskipun pendapat M. Abdul Mannan terdapat kekurangan dan kelemahan, namun pemikirannya tentang prinsip konsumsi dalam Islam dapat dijadikan masukan dalam menata prinsip konsumsi di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

Abdul Manan,Muhammad, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995)

Abdul Mannan, Muhammad, *Economic Development and Social Peace in Islam*, (Bangladesh: Bangladesh Social Peace Foundation, 1989), h, 34

Abdul Mannan, Islamic Economic : *Theory and Practice Foundation of Islamic Economic* (England: Hodder and Stoughton Ltd, 1986), h, 18

Abdul Manan,Muhammad, *Islamic Economics, Theory and Practice*, (India: Idarah Adabiah, 1980)

Abu Usamah Salim bin 'Ied Al Hilali, *Bahjatun Nazhirin Syarh Riyadhis Sholihin*, terbitan Dar Ibnil Jauzi, cetakan pertama, tahun 1430 H.

Abu Yusuf, Khiyar, *Landasan Pengembangan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2000)

Aslam Haneef, Muhammad, *Pemikiran ekonomi Islam Kontemporer, Analisa Komparatif Terpilih*, (Surabaya: Airlangga University Perss, 2006)

Curatman, Aang, *Teori Ekonomi Makro*, (Cirebon: Swagati Press, 2002)h, 55

Djazuli,A, *Lembaga-lembaga Perekonomian Umat (Sebuah Pengenalan)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002)

Deliarnov, *Ilmu Pengetahuan Sosial Ekonomi*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006)

Gilarso, T, *Pengantar Ekonomi Mikro*, (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2003)

Gerke, Solvavy, *Global Lifestyles under Local Conditions : The New Indonesian Middle Class*, dalam Chua Beng-Huat (ed), *Consumptions in Asia. Lifestyles and Identities*, (London: Routledge, 2000) h, 135-158

Hendri, Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islam*, (Yogyakarta : Ekonosia, 2005), h, 133

Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 99

Kementrian Agama RI Tahun 2012, *Tafsir Al Qur'an Tematik Pembangunan Ekonomi Umat*, (Jakarta:PT Sinergi Pustaka Indonesia, 2012)

Moleong, Lexy, *Metodologi Penelitian Kualitatif, ed:revisi* (Bandung: PT Remaja Rosda Karya, 1997),

Manullang, M. dan Sragian L.D, *Ilmu Ekonomi I*, (Medan: Sinar Harapan, 1997)

Monzer, Kahf, *Ekonomi Islam telaah analitik terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995)

Nipan, M, Abdul Halim, *Ekonomi Islam Kontemporer* (Yogyakarta : Mira Pustaka, 2000), h, 34

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia, Ekonomi Islam, (Yogyakarta: PT. Raja Grafindo Persada bekerja sama dengan BI t.t.)

Rahman, Afzalur, *Economic Doktrines of Islam* terj. Soeroyo dan Nastangin Doktrin Ekonomi Islam, (Yogyakarta : Barma Bakti Wakaf, 1985), jilid II, h, 18-20 Bandingkan dengan Abu al A'la al Maududi, h, 199. Dalam Buku Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015)

Rangkuti, Freddy *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006),

Sa'ad Marthon, Said, *Al Madkhal li Al Fikri Al Iqtishaad fi Al Islam*, Alih Bahasa Ahmad Ikrom dan Dimyauddin, (Jakarta ; Zikrul Hakim, 2004)

Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001)

Qardhawi, Yusuf, *norma dan Etika Ekonomi Islam*, Terj. Zainul Arifin dan Dahlia Husin, (Jakarta : Gema Insani Press, 1997),

Suprayitno, Eko, *Ekonomi Islam Pendekatan Ekonomi Makro Islam dan Konvensional*, (jakarta: Graha Ilmu, 2005)

Syawali, Husni, dan Neni Sri Imaniyati, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Bandung:Mandar Maju, 2000)

Sudarsono, Heri, *Konsep Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2001)

Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*,

Sumardi, Mulyanto, dan Hans-Dieter Evrs. Ed, Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok, (Jakarta : CV. Rajawali dan Yayasan Ilmu-ilmu Sosial (YIIS), 1985)

Suheri, Ekonomi Mikro, Perilaku Konsumen,

Yusuf al- Qardawi, *Daur al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah) h, 217 dalam buku Idri, *Hadist Ekonomi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015) h, 108

Umar, Husein, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2005) .

Yahya bin Syarf An Nawawi , *Al Minhaj Syarh Shahih Muslim bin Al Hajjaj*, terbitan Dar Ibnu Hazm, cetakan pertama, tahun 1433 H

Yunia Fauzia, Ika dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar ekonomi Islam perspektif maqashid syari'ah*, (Jakarta : Prenamedia Group, 2015)

Yuliadi, Imamudin, *Ekonomi Islam Sebuah Pengantar*, (Yogyakarta : LPPI, 2001)

Internet

<http://kbbi.co.id/arti-kata/konsumsi>, diakses pada tanggal, 11/08/2017, pukul 21.06.

<https://perpuskampus.com/prinsip-motif-dan-tujuan-konsumsi-dalam-islam/>, diakses pada tanggal 06/08/2017, pukul 18.26

<http://www.jurnalhukum.com/pengertian-konsumen/>, diakses pada tanggal 07/08/2017, pukul 22.18

<http://www.gurupendidikan.co.id/kebutuhan-tersier-pengertian-faktor-contoh/>, diakses pada tanggal 10/08/2017, pukul 23.31

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/makro/17/08/14/ounti5-darmin-pola-konsumsi-masyarakat-indonesia-mulai-berubah>

<https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/3491794/analisa-para-ahli-soal-proyeksi-ekonomi-ri-kuartal-i-2017>, diakses pada tanggal 16/08/2017, pukul 22.36.