

ANALISIS PERILAKU KONSUMEN: PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM

Imamudin Yuliadi

Abstract

In economics terms, consumption is a human behavior to use goods and services for fulfill their needs. So, consumption is not only related to eating and drinking, but the others economic behavior like buying and wearing a clothing, buying and riding a car, etc.

In an Islamic perspectives, consumption behavior based on some assumption (Monzer Kahf): (1) Islam is the religion in society, (2) zakat is the obligation, (3) there are no riba in society, (4) mudharabah is implemented in business activities, and (5) consumer behavior is rational, that is to optimize utility.

Key words: consumption, zakat, mudharabah, rational

PENDAHULUAN

Ilmu ekonomi didefinisikan dengan suatu studi tentang perilaku masyarakat dalam menggunakan sumberdaya yang terbatas (*scarcity*) dalam rangka memproduksi berbagai komoditi untuk kemudian menyalurkan (distribusi) komoditi tersebut kepada berbagai individu dan kelompok yang ada dalam suatu masyarakat (Samuelson dan Nordhaus, 1992). Jadi, secara sederhana, ekonomi adalah suatu ilmu

yang mempelajari mengenai tentang organisasi pekerjaan.

Secara teoritis ekonomi dibagi menjadi dua bagian, yaitu teori mikro ekonomi dan teori makro ekonomi. Teori mikro ekonomi sering juga disebut dengan teori harga (*price theory*) yang menjelaskan mengenai bagaimana perilaku pengambil keputusan individual yaitu konsumen dan produsen. Teori mikro ekonomi mengandung arti pemecahan atau disagregasi dari variabel makroekonomi seperti

konsumsi, investasi dan tabungan. Mikroekonomi menjelaskan komposisi dan pembebanan dari produksi total sedangkan dalam makro ekonomi menjelaskan tingkat produksi secara total.

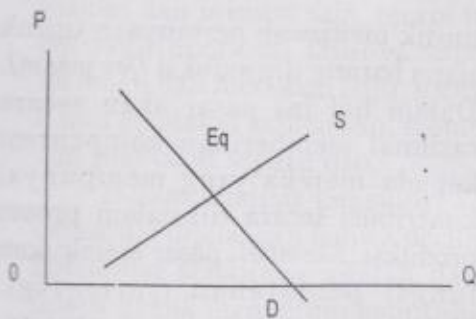
Dalam teori mikroekonomi (teori harga) terutama membahas mengenai arus barang dan jasa dari sektor perusahaan ke sektor rumah tangga juga menjelaskan arus faktor produksi dari rumah tangga ke sektor perusahaan. Dari susunan arus faktor produksi dan produksi barang/ jasa tersebut akan menentukan tingkat harga dan komposisi dari arus tersebut. Penjelasan tersebut sekaligus menerangkan mengenai permasalahan yang esensial dalam ilmu ekonomi yaitu masalah kelangkaan (*scarcity*) yang diartikan bahwa jumlah relatif tidak mencukupi untuk memenuhi semua kebutuhan masyarakat konsumen.

Mengenai masalah kelangkaan ini Islam memberikan suatu pandangan bahwa sebenarnya secara total kebutuhan manusia dapat terpenuhi dengan sumber daya ekonomi yang ada. Hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT "Dialah yang menciptakan untuk kalian semua, apa saja yang ada di bumi" (QS Al-Baqarah: 29) dan juga dalam firman Allah lainnya "Allahlah yang telah menundukkan untuk kalian apa yang ada di langit dan apa yang ada di bumi" (QS A-Jatsiah: 13).

Dalam hal ini Islam melihat bahwa keberadaan harta menyangkut bagaimana tata cara memperoleh, memanfaatkan dan kemudian mendistribusikan harta di antara kelompok dalam masyarakat yang sesuai dengan syariat Islam. Sebab semua tindakan manusia di dunia ini termasuk aktivitas ekonomi akan dimintai pertanggungjawaban di akhirat kelak.

Dalam pembahasan tentang bekerjanya ekonomi pasar dikenal dengan istilah ilmu ekonomi positif yang melihat persoalan sebab dan akibat dari suatu aktivitas ekonomi dan ilmu ekonomi normatif yang berhubungan dengan masalah bagaimana menentukan sistem yang bekerja paling baik. Seringkali terjadi kerancuan antara ilmu ekonomi positif dengan ilmu ekonomi normatif. Contohnya tentang monopoli, persoalannya adalah apakah monopoli itu baik atau buruk. Di sinilah nanti ekonomi Islam akan memberikan justifikasi secara moral mengenai berbagai persoalan ekonomi di lihat dalam perspektif nilai-nilai Islam.

Dalam analisis ekonomi mikro paling sederhana yaitu dengan model permintaan (*demand*) dan penawaran (*supply*). Interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran di pasar akan menentukan keseimbangan pasar.



Gambar 1.

Dalam Gambar 1. di atas, kenaikan harga di atas titik keseimbangan (E_q) akan menimbulkan kelebihan penawaran (*excess supply*) di pasar sebaliknya jika harga di bawah titik keseimbangan akan menimbulkan kelebihan permintaan (*excess demand*) di pasar. Hal ini berbagai untuk kepentingan peramaian baik dalam dunia bisnis maupun kebijakan ekonomi lainnya.

Teori harga dapat diterapkan pada kebijakan ekonomi (*economic policy*), yaitu untuk menganalisis bagaimana dampak kebijakan pemerintah terhadap perekonomian seperti harga dan upah serta mempengaruhi alokasi sumberdaya. Teori harga juga dapat menjelaskan secara normatif untuk mengetahui syarat-syarat kemakmuran ekonomi, yakni kepuasan seseorang secara subyektif dalam mengkonsumsi barang dan menikmati waktu santai (*leisure time*). Teori harga juga dapat diterapkan dalam dunia bisnis dan manajemen terutama menyangkut

analisis mikroekonomi dalam pengambilan keputusan perusahaan seperti analisis permintaan, elastisitas permintaan, analisis biaya produksi, dsb.

Pasar, dalam ilmu ekonomi, memiliki pengertian yang tidak sama dengan istilah sehari-hari yang diartikan dengan suatu tempat untuk bertransaksi. Pasar, dalam ilmu ekonomi, menunjukkan suatu interaksi antara permintaan dan penawaran sumberdaya, barang dan jasa.

Masalah ekonomi yang dihadapi oleh setiap individu atau kelompok dalam masyarakat adalah adanya kesenjangan antara jumlah barang dan jasa sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan manusia yang relatif terbatas dengan kebutuhan manusia yang terus berkembang seiring dengan dinamika kehidupan dan peradaban masyarakat. Untuk itulah ilmu ekonomi memberikan suatu sistematis penyelesaian masalah ekonomi tersebut.

Masalah ekonomi secara sederhana dapat dirumuskan dalam beberapa pertanyaan, yaitu apa jenis barang yang akan diproduksi dan berapa jumlahnya (*what*), bagaimana cara memproduksi (*how*), untuk siapa barang diproduksi (*for whom*). Pertanyaan di atas pasti dihadapi oleh setiap individu dan kelompok dalam masyarakat. Dan di sinilah peranan sistem ekonomi untuk

menyelesaikan masalah ekonomi tersebut.

Dalam sistem ekonomi pasar, maka masalah ekonomi di atas diselesaikan melalui bekerjanya mekanisme harga. Sedangkan pada sistem ekonomi sosialis, masalah ekonomi di atas diselesaikan dengan menerapkan sistem perencanaan. Bagaimana dengan sistem ekonomi Islam? Dalam sistem ekonomi Islam, permasalahan ekonomi bisa diselesaikan melalui mekanisme harga dan bisa diselesaikan melalui bekerjanya mekanisme perencanaan negara sepanjang hal itu dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Pasar mempunyai lima fungsi utama yang merupakan pertanyaan yang harus dijawab oleh suatu sistem ekonomi, termasuk sistem ekonomi Islam. *Pertama*, menerapkan nilai di mana dalam ekonomi pasar ditunjukkan oleh harga. Mekanisme pasar akan menjawab pertanyaan "Barang apakah yang akan diproduksi?" Di sinilah harga akan menjadi indikator ekonomi dan sekaligus menjawab pertanyaan tersebut.

Kedua, mengorganisasi produksi. Mekanismenya melalui faktor biaya. Dalam teori harga diasumsikan bahwa proses produksi menggunakan metode produksi yang paling efisien. *Ketiga*, pasar berfungsi mendistribusikan barang. Hal ini

untuk menjawab pertanyaan untuk siapa barang diproduksi (*for whom*). Dalam hal ini pasar akan secara rasional memberikan kompensasi kepada mereka yang mempunyai kontribusi secara riil dalam proses produksi. *Keempat*, pasar melakukan fungsi penjatahan (*rationing*). Melalui mekanisme harga penjatahan akan dapat membatasi antara aktivitas konsumsi dengan produksi. *Kelima*, pasar berfungsi untuk menyediakan barang dan jasa di masa yang akan datang melalui aktivitas tabungan (*saving*) dan investasi (*investment*) sebagai bertukar perilaku ekonomi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

ANALISIS PERILAKU KONSUMSI ISLAM

Konsumsi adalah suatu bentuk perilaku ekonomi yang asasi dalam kehidupan manusia. Setiap makhluk hidup pasti melakukan aktivitas konsumsi termasuk manusia. Pengertian konsumsi dalam ilmu ekonomi tidak sama dengan istilah konsumsi dalam kehidupan sehari-hari yang diartikan dengan perilaku makan dan minum. Dalam ilmu ekonomi, konsumsi adalah setiap perilaku seseorang untuk menggunakan dan memanfaatkan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Jadi, perilaku konsumsi tidak hanya menyangkut perilaku

makan dan minum saja, tetapi juga perilaku ekonomi lainnya seperti membeli dan memakai baju, membeli dan memakai kendaraan, membeli dan memakai sepatu dsb.

Dalam analisis konsumsi konvensional dijelaskan bahwa perilaku konsumsi seseorang adalah dalam upaya untuk memenuhi kebutuhannya sehingga tercapai kepuasan yang optimal. Sedangkan dalam analisis konsumsi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan jasmani, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan rohani. Sehingga dalam perilaku konsumsi seorang muslim senantiasa memperhatikan syariat Islam. Misalnya, apakah barang dan jasa yang dikonsumsi halal atau haram, apa tujuan seorang muslim melakukan aktivitas konsumsi, bagaimana etika dan moral seorang muslim dalam mengkonsumsi, bagaimana bentuk perilaku konsumsi seorang muslim dikaitkan dengan keadaan lingkungannya, dsb.

Dalam perspektif ekonomi Islam, perilaku konsumsi seorang muslim didasarkan pada beberapa asumsi sebagaimana dikemukakan oleh Monzer Kahf, yaitu :

1. Islam merupakan suatu agama yang diterapkan di tengah masyarakat.
2. Zakat hukumnya wajib.
3. Tidak ada riba dalam masyarakat.

4. Prinsip *mudharabah* diterapkan dalam aktivitas bisnis.
5. Konsumen berperilaku rasional yaitu berusaha mengoptimalkan-kepuasan.

Dalam ekonomi Islam, unsur pendapatan masyarakat dialokasikan pada beberapa bentuk pengeluaran, yaitu untuk konsumsi, tabungan dan sebagian dari pendapatan itu dikurangkan untuk infak dan shadaqah. Hal ini selaras dengan makna hadits Nabi SAW yaitu "Yang engkau miliki adalah apa-apa yang engkau konsumsi dan apa-apa yang engkau infakkan". Dari penjelasan di atas, maka dapat dirumuskan suatu fungsi pendapatan dalam ekonomi Islam sebagai berikut :

$$Y = C + S + \text{Infaq}$$

$$Y = C + \text{Infaq} + S$$

JikaFS = C + Infaq

MakaY = FS + S

Di manaFS = *Final spending*

Dalam masyarakat Islam, secara sosiologis, dibagi menjadi tiga kelompok masyarakat yang menunjukkan kemampuannya dalam membayar pajak, tapi bukan menunjukkan tingkatan (*strata*) dalam masyarakat, yaitu :

- a) *Muzakki*, yaitu kelompok orang yang wajib membayar zakat
- b) *Middle*, yaitu kelompok orang yang memiliki pendapatan di bawah rata-rata dan tidak wajib untuk membayar zakat.

- c) *Mustahiq*, yaitu kelompok orang yang baru dapat memenuhi kebutuhan dasarnya (*basic needs*) saja.

Dalam perilaku konsumsi, seorang muslim harus memperhatikan prinsip moral konsumsi, yaitu :

1. Keadilan
2. Kebersihan
3. Kesederhanaan
4. Kemurahan hati
5. Moralitas

Bahwa dalam pandangan Islam perilaku konsumsi tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan jasmani tetapi juga sekaligus memenuhi kebutuhan rohani. Dalam artian bahwa perilaku konsumsi bagi seorang muslim juga sekaligus merupakan bagian dari ibadah sehingga perilaku konsumsinya hendaklah selalu mengikuti aturan Islam.

Dalam kaitannya dengan perilaku konsumsi aspek kesucian merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan seseorang. Kesucian di sini tidak hanya diartikan bersih secara lahiriah dari unsur-unsur yang kotor dan najis, tetapi juga suci dan bersih dari hasil atau proses yang tidak sesuai aturan Islam dalam hal memperoleh suatu barang yang akan dikonsumsi seperti dari hasil korupsi, suap, menipu, mencuri, berjudi dsb.

Makanan dan minuman yang terkontaminasi dengan unsur-unsur yang kotor dan najis akan berakibat buruk bagi kesehatan. Islam menganjurkan umatnya untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal serta mengandung unsur yang dibutuhkan oleh tubuh seperti vitamin, protein dan mineral. Pada sisi lain Islam mengharamkan makanan seperti babi, anjing, darah, bangkai dan binatang sembelihan yang disembelih tidak atas nama Allah dan minuman.

Demikian juga makanan dan minuman yang diperoleh dari hal-hal yang menyimpang aturan Islam akan berakibat buruk secara rohaniyah dan psikologi bagi seseorang. Dalam suatu hadist, Rasulullah SAW mengingatkan bahwa manakala seseorang memasukkan dengan sengaja makanan yang haram ke dalam perutnya ibarat seperti memasukkan bara api neraka ke dalam perutnya. Hadist ini bisa kita maknai secara harfiah bahwa kelak di akhirat orang yang suka dan sengaja mengkonsumsi barang haram akan dimasukkan ke dalam neraka.

Tetapi, hadist Nabi tersebut juga bisa dimaknai dalam perspektif psikologi sosial, di mana orang yang mengkonsumsi makanan yang mengandung unsur yang

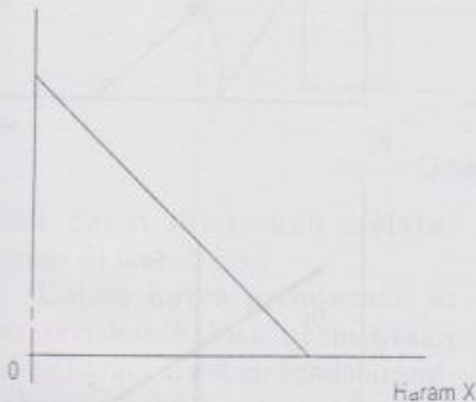
haram akan berpengaruh secara psikologis terhadap perilaku dan karakter yang bersangkutan sehingga mendorong munculnya perilaku negatif dan destruktif baik terhadap pribadi maupun lingkungannya.

Secara teoritis pilihan antara barang yang haram dan halal dapat digambarkan dengan kurva utilitas yang menghadap ke kiri atas, jika diasumsikan sumbu X merupakan barang haram sedangkan sumbu Y

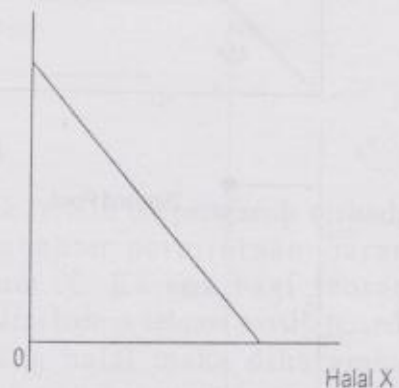
menggambarkan barang halal. Secara menarik pilihan antara barang halal dan haram dapat dilihat pada kurva di bawah ini :

Dalam grafik sebelah kiri di bawah ditunjukkan bahwa pergerakan kurva utilitas ke kiri atas menunjukkan bahwa semakin besar konsumsi barang halal dan semakin sedikit konsumsi barang haram akan meningkatkan utilitas sedangkan ini maka tidak memungkinkan terjadinya persing-

Halal Y



Haram Y



Gambar 2.

gungan (*tangency*) antara kurva utilitas dengan garis anggaran (*budget line*). Hal ini terjadi karena besarnya *marginal rate of substitution (MRS)* antara barang halal dengan barang haram selalu lebih kecil dibandingkan lereng (*slope*) garis anggaran.

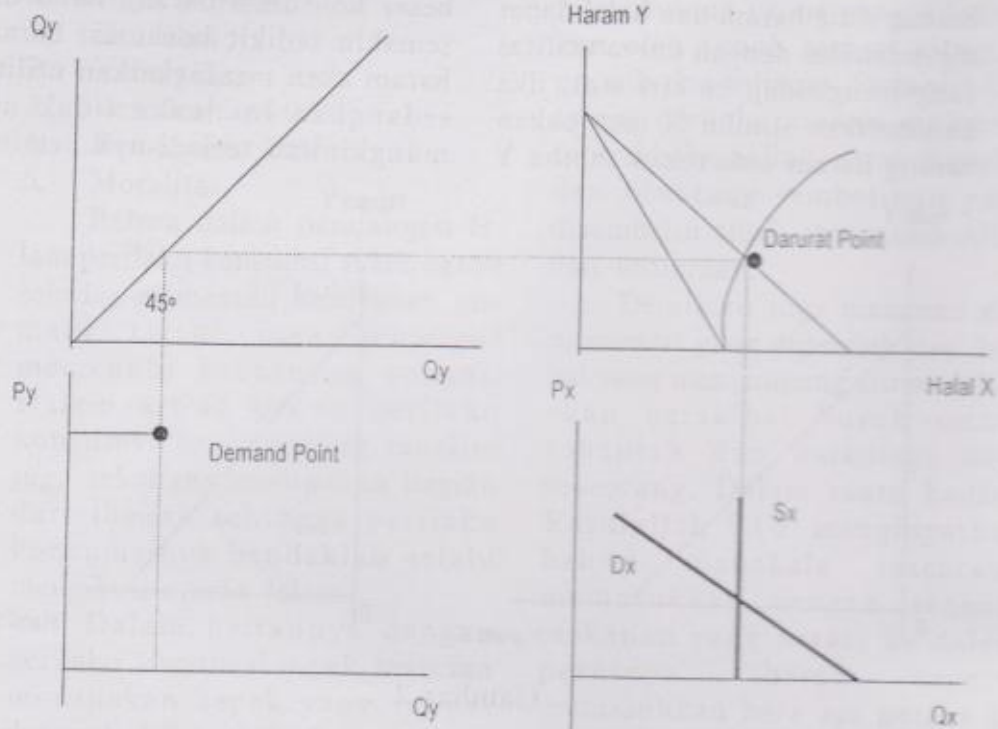
Konsumen yang menghadapi keadaan seperti itu akan berusaha

mengalokasikan seluruh pendapatannya untuk membeli barang halal untuk mencapai titik yang optimal. Titik dalam gambar yang menunjukkan pola konsumsi di mana konsumen akan meningkatkan utilitasnya dengan terus mengurangi konsumsi barang haram untuk mendapatkan barang halal sampai pada titik di mana ia tidak dapat

membelanjakan pendapatannya untuk barang haram, disebut dengan *corner solution*.

Bagaimana perilaku konsumen? Secara ekonomi permintaan barang haram dapat dijelaskan secara menarik pada kurva di bawah ini:

Pada kurva di atas digambarkan mengenai permintaan barang haram Y yang sifatnya darurat. Dalam keadaan darurat, Islam membolehkan seseorang mengkonsumsi barang haram dengan catatan bahwa konsumsi barang haram

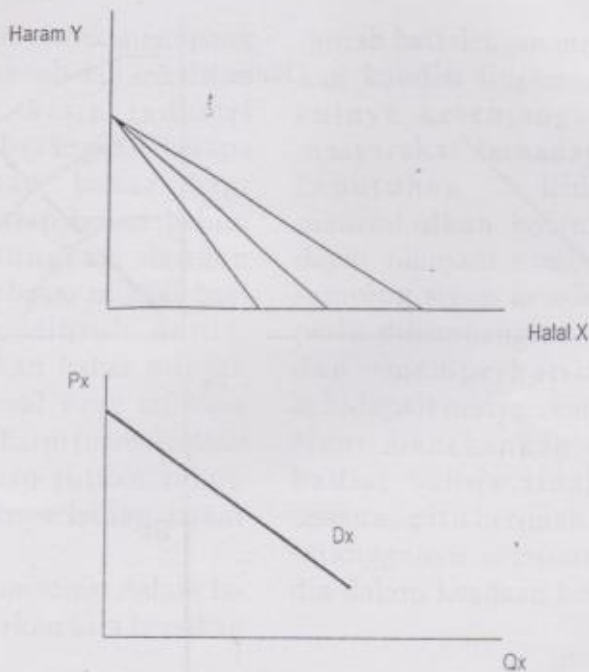


Gambar 3.

barang haram dengan catatan bahwa konsumsi barang haram itu hanya sekedar mempertahankan hidup, sementara barang yang halal belum diketemukan pada saat itu. Sehingga permintaan barang haram sifatnya diskrit, karena begitu permintaan barang haram tidak terikat dengan satuan waktu secara fungsional.

Dalam kurva di atas dijelaskan bahwa kurva permintaan bentuknya berupa titik (*demand point*) di mana persediaan barang halal Y (*supply Y*) sifatnya terbatas.

Sedangkan permintaan barang haram dalam keadaan tidak darurat artinya bahwa jumlah persediaan barang halal Y sifatnya mencukupi



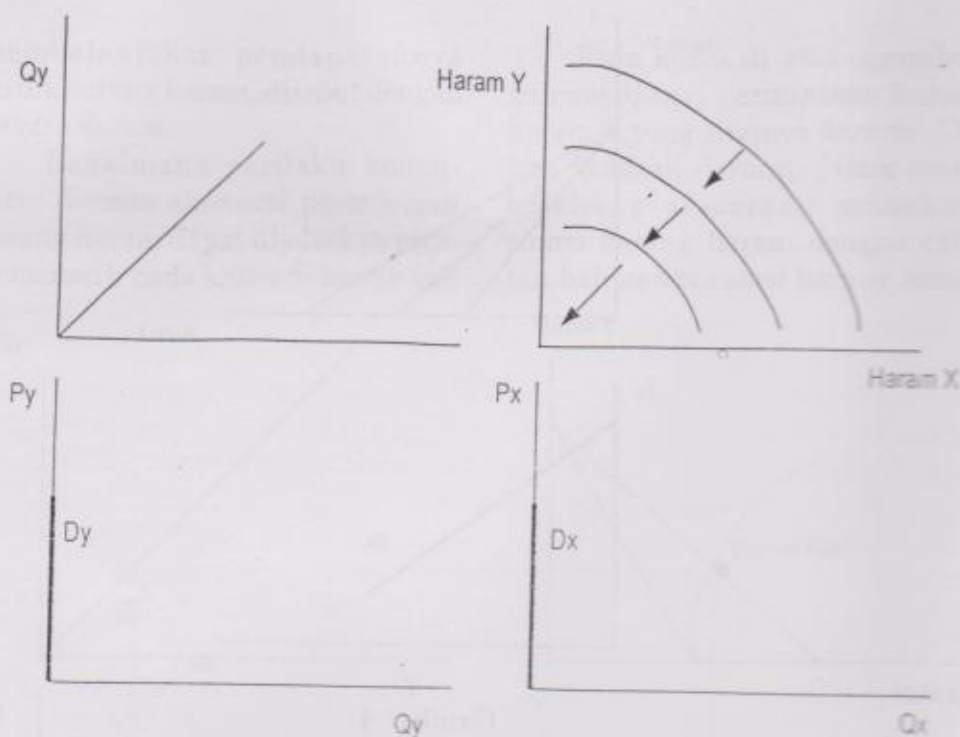
Gambar 4.

maka dapat dijelaskan melalui gambar di bawah ini :

Dalam kurva permintaan di atas terlihat bahwa permintaan barang haram X dalam keadaan supply barang halal Y yang mencukupi kelihatan sama dengan permintaan barang halal. Letak perbedaannya yaitu pada elastisitas permintaan atau lereng dari kurva permintaannya. Pada permintaan barang haram X yang supply barang halal Y mencukupi lereng kurva permintaannya agak curam (inelastis), artinya bahwa pengaruh perubahan harga

tidak terlalu berpengaruh terhadap perubahan permintaan barang haram X. Karena bagi seorang muslim bahwa selama masih tersedia barang halal maka diharamkan untuk mengkonsumsi barang haram. Namun demikian bagi kepentingan tertentu misalnya untuk kepentingan penelitian, persediaan dan sebagainya tetap dimungkinkan permintaan barang haram tersebut.

Sedangkan permintaan barang haram di mana semua barang yang ada adalah barang haram baik barang X maupun Y dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 5.

Permintaan barang haram baik X dan Y ditunjukkan dengan bentuk kurva vertikal (inelastis sempurna) artinya bahwa perubahan harga berapapun maka permintaan barang haram besarnya 0 bahkan meskipun harganya 0 tetap permintaan barang haram besarnya 0.

Islam juga mengajarkan umatnya agar berperilaku konsumsi secara sederhana (*moderation*). Dalam perspektif ekonomi dapat diartikan bahwa dalam berkonsumsi harus senantiasa memperhatikan

kemampuan daya beli agar tidak mengalami defisit anggaran. Perilaku konsumtif akan mendorong munculnya budaya materialistis, hedonistis dan pragmatis yang menyebabkan masyarakat tidak lagi memperhitungkan kondisi lingkungan dan daya dukung sumber daya alam bagi kepentingan generasi berikutnya.

Sebagai contoh misalnya betapa borosnya konsumsi bahan bakar masyarakat AS yang rata-rata menghabiskan anggaran kurang lebih 1,5

juta US \$ per hari untuk menopang perilaku hidup mewah dan sekaligus menggerakkan mesin industri mereka. Bisa dibayangkan berapa konsumsi bahan bakar bagi masyarakat AS tiap bulan belum kalau diperhitungkan dengan kebutuhan bahan bakar minyak bagi masyarakat di seluruh dunia. Padahal sifat bahan bakar minyak merupakan mineral yang sifatnya tidak bisa diperbaharui (*unrenewable*) dibutuhkan waktu jutaan tahun untuk terbentuknya bahan bakar minyak.

Perilaku konsumsi dalam Islam juga mengajarkan kita bersikap

murah hati dengan mempertimbangkan kondisi lingkungannya. Munculnya kesenjangan di tengah masyarakat terhadap pemenuhan kebutuhan hidup akan menimbulkan kecemburuan yang dapat menjadi sumber konflik. Di samping sikap kesederhanaan juga perlu dikembangkan sikap melihat dan memperhatikan kondisi kehidupan masyarakat di sekitarnya. Nabi menekankan dalam suatu hadist bahwa tidak dikatakan seseorang itu beriman manakala ada tetangganya kelaparan sementara dia dalam keadaan kekenyangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwarman A. Karim, (2000), *Islamic Microeconomics*, 1st edition, Muamalat Institute, Jakarta.
- Ahmad, Shaikh Mahmud, (1968), *Economics of Islam*, Lahore: Ashraf Publication, Edisi II.
- Ahmed K, (1980), *Economic Development in an Islamic Framework*, studies in *Islamic Economics*, ed. K Ahmed, Leicester.
- Al-Qur'an dan Terjemahannya, (1995), *Departemen Agama RI*.
- Basyir, Ahmad Asyhar, (1985), *Garis-garis Besar Ekonomi Islam*, BPFE, Yogyakarta.
- Chamberlin, Edward H, (1933), *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.

- Choudhury, Mashudul 'Alam, (1986), *Contributions to Islamic Economic Theory*, Mac Millan, London.
- Kahf, Monzer, (1999), *Ekonomi Islam Telaah Analitik atas Persoalan Ekonomi*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Keynes, John Maynard, (1964), *The General Theory of Employment, Interest and Money*, New York: Harbinger Book.
- Mannan, MA, (1998), *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Dana Bhakti Wakaf, Yogyakarta.
- Rahman Afzalur, (1975), *Economic Doctrines of Islam*, Lahore. Islamic Publications.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah, (1972). *Some Aspects of the Islamic Economy*, Delhi, Markazi Maktaba Islami.
- Syafii Antonio. M, (2001). *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Tazkia Cendekia, Jakarta.
- Umer Chapra, (1996), *Islam dan Pembangunan Ekonomi*. International Institute of Islamic Thought (IIIT). Malaysia.
- _____, (1992). *Towards a Just Monetary System*. Leicester. U.K. The Islamic Foundation.
- Yusanto. Ismail, (1999), *Islam Ideologi. Al-Izzah. Bangil*.
- Zarqa, Muhammad A, (1980), *Social Welfare Function and Consumer Behaviour: An Islamic Formulation of Selected Issues in Studies in Islamic Economics*, ed. K Ahmed, Leicester.