



Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah  
ISSN: 2527 - 6344 (Printed), ISSN: 2580 - 5800 (Online)  
Accredited No. 30/E/KPT/2019  
DOI: <http://dx.doi.org/10.30651/jms.v8i2.19403>  
Volume 8, No. 2, 2023 (1281-1295)

---

# ANALISIS KRITIS ATAS SIKAP RASIONAL BERFAHAM UTILITY PADA KONSUMEN KONVENSIONAL SERTA PENAWARAN ALTERNATIF SIKAP RASIONAL ISLAMI BERFAHAM MASLAHAH PADA KONSUMEN MUSLIM

**Dwi Umardani**

STIE Rahmadiyah, Musi Banyuasin, Sumatera Selatan  
E-mail: [Umardani\\_sumsel@yahoo.com](mailto:Umardani_sumsel@yahoo.com)

## **Abstract**

This research is intended to find out the weaknesses of the rational attitudes of consumer based on utility in conventional economics and to offer the alternative solution to the Islamic rational attitudes of consumer based on maslahah in Islamic economics. The research method used is a qualitative method with primary and secondary data collected through literature review and analyzed in depth to clarify the cases being studied. After critical analysis, the rational attitudes of consumer based on utility in conventional economics turn out to be independent depending on each individual perception. Therefore, the rational attitudes based on utility must be perfected into the Islamic rational attitudes based on maslahah which is restricted-free with guidance of wahyu so that those can be applied to consumer activities in Islamic economics.

**Keywords:** Rational attitudes, Islamic rational attitudes, utility, and maslahah.

## **Abstrak**

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui kelemahan sikap rasional berfaham utility pada konsumen dalam ekonomi konvensional serta menawarkan solusi alternatif sikap rasional Islami berfaham maslahah pada konsumen dalam ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan data primer dan sekunder yang dikumpulkan melalui kajian pustaka kemudian dianalisa secara mendalam untuk memperjelas masalah yang sedang ditelaah. Setelah dilakukan analisa secara kritis, sikap rasional berfaham utility pada konsumen di dalam ekonomi konvensional ternyata bersifat bebas tergantung pada persepsi individu masing-masing. Sebagai solusi alternatif sikap rasional berfaham utility harus disempurnakan

menjadi sikap rasional Islami berfaham masalah yang bersifat bebas terbatas dengan bimbingan wahyu sehingga dapat diaplikasikan dalam aktifitas konsumen di dalam ekonomi Islam.

**Kata kunci:** Sikap rasional, sikap rasional Islami, utility, dan masalah.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam kajian ekonomi konvensional, konsumen akan selalu diasumsikan bersikap rasional dengan tujuan memaksimalkan utility. Rasional adalah pola pikir di mana seseorang akan cenderung bersikap atau bertindak berdasar pada nalar logika manusia sementara utility adalah nilai manfaat dari produk yang dirasakan konsumen pada saat mengkonsumsi berbagai jenis produk baik barang maupun jasa atau kepuasan yang diperoleh konsumen setelah merasakan nilai manfaat dari produk yang dikonsumsi baik barang maupun jasa.

Berdasar pada sikap rasional dengan tujuan memaksimalkan utility pada konsumen dalam perspektif ekonomi konvensional tersebut serta dengan mempertimbangkan anggaran yang dimiliki, apabila dimisalkan ada dua pilihan produk yang tersedia, konsumen akan cenderung memilih salah satu dari keduanya yang memiliki tingkat utility lebih tinggi dari yang lain. Pertanyaannya adalah apakah pertimbangan sikap rasional, peningkatan utility, dan anggaran saja sudah cukup menjadi dasar seorang konsumen menentukan pilihan ? apakah ketiga pertimbangan tersebut dapat menjamin kebaikan yang utuh pada diri konsumen ? jika pertanyaan tersebut diajukan kepada konsumen dengan paradigma ekonomi konvensional jawabannya “iya, sudah cukup, dan dapat menjamin kebaikan yang utuh pada diri konsumen”, namun jika pertanyaan tersebut diajukan kepada konsumen dengan paradigma ekonomi Islam jawabannya “tidak, belum cukup, dan belum dapat menjamin kebaikan yang utuh pada diri konsumen”.

Mengapa demikian ? jawaban singkatnya adalah karena sumber pengetahuan ekonomi konvensional adalah akal sementara sumber pengetahuan ekonomi Islam adalah akal plus wahyu. Karena ekonomi konvensional mendasarkan pengetahuannya hanya pada akal, ia membatasi analisa dan prediksi ekonomi hanya pada variable-variabel yang bersifat materi seperti harga, pendapatan, dan lain sebagainya. Sementara itu, karena ekonomi Islam mendasarkan pengetahuannya pada akal plus wahyu, selain melakukan analisa dan prediksi ekonomi pada variable-variabel yang bersifat materi seperti harga, pendapatan, dan lain-lain ia juga harus melibatkan wahyu dalam analisa dan prediksi ekonominya. Akibat dari penggunaan sumber pengetahuan yang berbeda tersebut, dapat difahami apabila kemudian kedua sistem ekonomi tersebut memiliki banyak perbedaan cara pandang dalam kegiatan ekonominya termasuk diantaranya adalah perbedaan cara pandang keduanya terhadap sikap rasional dan pemahaman utility pada konsumen.

Karena sumber pengetahuan ekonomi konvensional hanya akal, cukup logis apabila konsumen konvensional cenderung akan memilih salah satu dari dua produk yang memiliki tingkat utility lebih tinggi dari yang lain. Hal itu disebabkan karena analisa pemilihan produknya hanya mempertimbangkan variable-variabel yang bersifat materi

saja; pertimbangan-pertimbangan lain yang bersifat immateri tidak diperlukan. Disisi lain, karena sumber pengetahuan ekonomi Islam adalah akal plus wahyu, meski cukup logis apabila konsumen muslim cenderung akan memilih salah satu dari dua produk yang memiliki tingkat utility lebih tinggi dari yang lain, dalam ekonomi Islam pertimbangan logis saja belum cukup dijadikan alasan menjatuhkan pilihan. Hal itu disebabkan karena analisa pemilihan produknya tidak hanya mempertimbangkan variable-variabel yang bersifat materi, tetapi juga harus mempertimbangkan nilai-nilai wahyu seperti apakah wahyu dapat membenarkan pilihan tersebut atau tidak ? bagaimana jika produk tersebut meski memiliki tingkat utility lebih tinggi dari produk lain namun misalnya ternyata bahan bakunya diperoleh melalui cara illegal, merusak lingkungan, dst (QS Ar-Rum [30] : 41, Al-Qasas [28] : 77), proses produksinya menyebabkan polusi, mencemari lingkungan, dst (QS Al-A'raf [07] : 56), produknya tidak ikut serta memelihara kehidupan (QS Al-Maidah [05] : 32), produknya tidak ikut serta memelihara akal atau intelektual (QS Al-A'raf [07] : 179, Al-Maidah [05] : 90-91, Al-Alaq [96: 1-5), produknya tidak halal atau tidak thayyib alias tidak proporsional (QS Al-Baqarah [02]: 75), dst. Demikian masih banyak lagi pertanyaan serupa yang dapat diajukan untuk mengetahui apakah wahyu dapat membenarkan pilihan tersebut atau tidak.

Apabila pertimbangan akal dan pertimbangan wahyu secara bersamaan terpenuhi, dalam ekonomi Islam konsumen muslim dapat memilih salah satu dari kedua produk yang memiliki tingkat utility lebih tinggi dari yang lain. Namun jika pertimbangan keduanya tidak terpenuhi secara bersamaan, seperti jika pertimbangan akal terpenuhi tetapi pertimbangan wahyu tidak terpenuhi, konsumen muslim harus menjatuhkan pilihan pada produk lain yang bisa saja dianggap memiliki tingkat utility lebih rendah misal karena harganya lebih tinggi, tetapi dibenarkan wahyu.

Jika demikian, cara pandang kedua ekonomi konvensional dan ekonomi Islam atas sikap rasional dan pengertian utility pada konsumen berbeda; cara pandang keduanya terhadap pola pikir rasional dan pengertian nilai manfaat atau kepuasan berbeda. Jika demikian, cara pandang ekonomi konvensional atas sikap rasional serta pemahaman utility pada konsumen konvensional tidak memadai diaplikasikan pada aktifitas ekonomi konsumen muslim. Jika demikian, harus ada alternatif lain yang memadai, yang lebih utuh, yang dapat menyempurnakan pemahaman sikap rasional dan utility agar dapat mewadahi aktifitas konsumen muslim dalam kegiatan ekonomi Islam.

Penelitian singkat ini akan mencoba melakukan analisa sekaligus kritik atas sikap rasional dan pemahaman utility pada konsumen dalam ekonomi konvensional serta menawarkan alternatif lain yaitu sikap rasional Islami dan pemahaman masalah yang dapat menyempurnakan sikap rasional dan pemahaman utility sebelumnya, hingga mampu mewadahi perilaku konsumen muslim dalam aktifitas ekonomi Islam.

## 2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan data primer dan sekunder. Data primer yang dimaksud adalah buku *Prinsip-Prinsip Ekonomi* yang ditulis oleh Karl E. Case dan Ray C. Fair, buku *al-Madkhal li al-Fikr al-Iqtishad fi al-Islam* yang ditulis oleh Said Sa'ad Marthon, buku *Ekonomi Islam* yang

ditulis oleh PPPEI Universitas Islam Indonesia, dan buku Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam yang ditulis oleh Mustafa Edwin Nasution dkk. Sementara data sekunder yang dimaksud adalah buku-buku atau literatur-literatur lain yang relevan dengan tema bahasan tersebut. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui kajian pustaka yaitu dengan mengumpulkan data melalui keempat sumber bacaan utama di atas serta buku-buku atau literatur-literatur lain yang relevan dengan tema bahasan yang sedang ditelaah hingga memperoleh informasi yang cukup untuk mengidentifikasi masalah yang sedang dibahas. Metode analisa data yang digunakan adalah metode kritis serta solutif dengan cara mengidentifikasi titik-titik kelemahan sikap rasional berfaham utility pada konsumen konvensional serta menawarkan solusi alternatif sikap rasional Islami berfaham masalah pada konsumen muslim.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Sikap Rasional dan Pemahaman Utility pada Konsumen Konvensional**

Menurut ekonomi konvensional akal lah yang bekerja memproses pengalaman-pengalaman indrawi yang terjadi di sekelilingnya untuk memperoleh pengetahuan, sementara sumber lain seperti wahyu cakupannya dianggap melebihi jangkauan panca indra yang sulit diproses oleh akal. Karena alasan-alasan serupa, ia menjadikan akal sebagai satu-satunya sumber pengetahuan di dalam ilmu ekonominya.

Namun telah demikian maklum bahwa akal memiliki kemampuan terbatas, akal dapat melakukan analisa dan prediksi terhadap faktor-faktor yang bersifat materi tetapi akal tidak dapat melakukan analisa dan prediksi terhadap faktor-faktor lain yang bersifat immateri. Karena faktor-faktor lain di luar materi dianggap tidak dapat dianalisa dan diprediksi oleh akal, faktor-faktor lain di luar materi menurutnya tidak dapat dipertimbangkan sebagai sumber pengetahuan untuk membangun ilmu ekonomi.

Karena keterbatasan akal tersebut, pandangannya dalam banyak hal juga terbatas seperti diantaranya terbatasnya pandangan mengenai tujuan hidup manusia; karena akal melalui panca inderanya tidak dapat mengenali kehidupan lain selain kehidupan di dunia, pandangan tentang kehidupan lain selain kehidupan di dunia dianggap bersifat transendental melebihi jangkauan akal yang tidak dapat dicerna, ia kemudian menyimpulkan bahwa tujuan hidup manusia hanyalah kehidupan di dunia saja.

Karena sumber pengetahuannya adalah akal dan tujuan hidupnya adalah kehidupan dunia, ia hanya menganalisa dan memprediksi fakta-fakta empiris ekonomi terkait kepentingan manusia sebatas kehidupan di dunia saja. Karena pengaruh akal yang bersifat materi dengan tujuan hidup di dunia serta membangun ilmu ekonomi sebatas kepentingan manusia di dunia saja, kesan materinya sangat terasa sekali mempengaruhi hasil analisa dan prediksinya di dalam ekonomi termasuk analisisnya terhadap perilaku konsumen.

Salah satu analisa mereka terhadap perilaku konsumen menyatakan bahwa konsumen dalam kegiatan ekonomi akan selalu diasumsikan bersikap rasional. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) rasional adalah berfikir dan bersikap menurut fikiran dan pertimbangan yang logis, berfikir dan bersikap menurut fikiran yang sehat, serta berfikir dan bersikap yang cocok dengan akal; rasional adalah pola pikir dimana

seseorang akan cenderung bersikap atau bertidak berdasar pada nalar logika manusia.

Jadi pemikiran atau sikap rasional adalah kemampuan seseorang dalam mengambil kesimpulan berdasar pada fakta dan data yang ada serta dapat dibenarkan oleh nalar logika manusia. Sebagai contoh sikap rasional konsumen, dalam ilmu ekonomi konvensional, konsumen akan bersedia kehilangan uang hanya jika mendapatkan pengganti barang yang spesifikasinya sebanding dengan nilai uang yang hilang tersebut, atau sebaliknya ia akan bersedia kehilangan barang dengan spesifikasi tertentu hanya jika menerima pengganti uang yang nilainya sebanding dengan barang yang hilang tersebut.

Selanjutnya, menurutnya, sikap rasional konsumen tersebut didasarkan pada faham utility dimana pengertian utility adalah nilai manfaat dari produk yang dirasakan konsumen pada saat mengkonsumsi berbagai jenis produk baik barang maupun jasa. Selain itu, utility juga dapat diartikan dengan kepuasan karena akibat yang diperoleh konsumen setelah merasakan nilai manfaat dari produk yang dikonsumsi adalah kepuasan.

Menurut Jeremy Bentham, John Stuart Mill, dkk (Nasution dkk, 2006) tidak seorang pun mengetahui apa yang terbaik untuk dirinya kecuali dirinya sendiri. Setiap individu di dalam masyarakat bebas mengejar kepentingan dengan cara yang dipilihnya sendiri, meski dengan ketentuan bahwa kebebasan individu dibatasi oleh kebebasan individu lainnya; kebebasan individu tidak boleh mendatangkan kerugian bagi orang lain. Pembatasan kebebasan individu oleh individu lain atau negara tanpa alasan yang kuat adalah kejahatan. Dengan demikian pengertian nilai manfaat atau kepuasan yang dimaksud oleh ekonomi konvensional bersifat bebas tergantung pada persepsi individu masing-masing.

Jadi sikap konsumen dalam mengambil kesimpulan berdasar pada fakta dan data yang dapat diterima nalar logika tersebut bersifat bebas tergantung pada apa yang diinginkan oleh masing-masing individu selama tidak mendatangkan kerugian bagi orang lain. Dengan demikian masing-masing individu bebas menentukan ukuran atas apa yang mereka inginkan dan atas apa yang mereka anggap baik.

Atas sikap rasional yang dibangun berdasar pada faham utility tersebut, dalam ekonomi konvensional (Nasution dkk, 2006), konsumen akan selalu diasumsikan memiliki prinsip dasar sikap rasional sebagaimana berikut:

1. Kelangkaan dan terbatasnya pendapatan mempengaruhi pilihan.

Adanya kelangkaan dan terbatasnya pendapatan memaksa orang menentukan pilihan. Agar pilihannya maksimal, pengeluaran harus senantiasa berada pada anggaran yang sudah ditetapkan, sehingga meningkatkan konsumsi suatu barang atau jasa harus disertai dengan pengurangan konsumsi pada barang atau jasa yang lain.

2. Konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat.

Jika konsumen dihadapkan pada dua pilihan produk yang nilai manfaatnya sama, konsumen akan memilih salah satu produk yang biayanya lebih kecil. Demikian juga, Jika konsumen dihadapkan pada dua pilihan produk yang harganya sama, konsumen akan memilih salah satu produk yang nilai manfaatnya lebih maksimal.

3. Tidak selamanya konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat.

Terkadang pada saat konsumen membeli produk apakah itu barang atau jasa, manfaat yang diperoleh konsumen terasa tidak sesuai dengan harga yang ia bayar; segelas kopi Starbuck misalnya ternyata terlalu pahit untuk harga Rp40.000 per gelas. Menurutnya lebih nikmat kopi tubruk di warung kopi yang harganya hanya Rp3.000 per gelas. Pengalaman tersebut akan menjadi informasi penting bagi konsumen terkait sikapnya menentukan pilihan membeli kopi di masa yang akan datang.

4. Sebagian produk baik barang maupun jasa dapat disubstitusi dengan barang atau jasa lainnya.

Untuk menggantikan suatu produk baik barang maupun jasa tertentu dengan barang atau jasa lainnya tidak harus identik sempurna; meski berbeda kemasan, berbeda merek, dst selama memiliki kegunaan yang sama konsumen dapat memilih salah satu diantaranya terutama pada saat barang atau jasa sejenis tidak ditemukan atau harganya meningkat. Dengan demikian konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara.

5. Konsumen tunduk kepada hukum *the law of diminishing marginal utility*.

Semakin banyak jumlah barang atau jasa yang dikonsumsi, semakin kecil tambahan manfaat atau kepuasan yang dihasilkan. Jika untuk setiap tambahan barang atau jasa diperlukan biaya sebesar harga barang atau jasa tersebut (P), konsumen akan berhenti membeli barang atau jasa tersebut manakala tambahan manfaat yang diperolehnya (MU) sama besar dengan tambahan biaya yang harus dikeluarkan. Jumlah konsumsi yang optimal adalah jumlah dimana  $MU=P$ .

Dengan pertimbangan-pertimbangan sikap rasional yang didasarkan pada faham utility sebagaimana penjelasan di atas, konsumen akan terus memenuhi kebutuhan mereka baik barang maupun jasa hingga mencapai tingkat sejahtera. Dengan kata lain sikap rasional yang diikuti dengan pemaksimalan utility adalah jalan konsumen menuju kesejahteraan; di mana keadaan sejahtera menurut ekonomi konvensional adalah manakala manusia memiliki keberlimpahan materi.

### **Sikap Rasional Islami dan Pemahaman Maslahah pada Konsumen Muslim**

Di dalam Islam, akal diakui memiliki kemampuan analisa dan prediksi tetapi sifatnya terbatas; ia dapat menganalisa dan memprediksi hal-hal terkait alam raya secara fisik, namun ia tidak dapat menganalisa dan memprediksi hal-hal lain selain yang terkait dengan alam raya secara fisik. Akal diakui dapat menganalisa dan memprediksi fakta-fakta empiris secara fisik untuk kepentingan hidup manusia, tetapi akal tidak dapat

menganalisa dan memprediksi fakta-fakta non empiris atau non fisik untuk kepentingan hidup manusia.

Padahal, sebagaimana dimaklumi manusia adalah makhluk kompleks; ia bukan hanya makhluk fisik tetapi juga makhluk non fisik, ia bukan hanya makhluk materi tetapi juga makhluk immateri, ia bukan hanya makhluk yang terdiri dari raga tapi juga jiwa, dst, sehingga melakukan analisa dan prediksi hanya kepada fakta-fakta empiris secara fisik untuk kepentingan hidup manusia tidak cukup. Karena memfokuskan perhatian hanya pada sesuatu yang bersifat fisik saja tidak cukup, perhatian harus difokuskan kepada keduanya baik fisik maupun non fisik agar pengetahuan yang diperoleh untuk kepentingan hidup manusia bersifat utuh.

Menurut Islam, Tuhan lah yang dianggap paling mengetahui kebenaran atas segala sesuatu baik fisik maupun non fisik. Oleh karenanya, agar pengetahuan yang diperoleh bersifat utuh, Tuhan harus dilibatkan dalam setiap analisa dan prediksi. Untuk melibatkan-Nya dalam setiap analisa dan prediksi manusia harus mengetahui petunjuk-Nya dan untuk mengetahui petunjuk-Nya, Ia telah mengirimkan wahyu kepada manusia melalui perantara nabi Muhammad SAW yang isinya adalah hukum-hukum yang mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya, manusia dengan manusia lainya, dan manusia dengan alam semesta.

Atas dasar pemikiran itu, sumber pengetahuan utama ekonomi Islam adalah akal plus wahyu. Karena sumber pengetahuan utamanya adalah akal plus wahyu, pandangan ekonomi Islam dalam banyak hal berbeda dengan ekonomi konvensional seperti diantaranya dalam memandang tujuan hidup manusia; meski akal melalui panca inderanya tidak dapat mengenali kehidupan lain selain kehidupan di dunia, namun wahyu memberi petunjuk bahwa ada kehidupan lain selain kehidupan di dunia yaitu kehidupan di akhirat. Kematian di dalam Islam bukan tentang punahnya kehidupan, kematian di dalam Islam bukan ketiadaan hidup, kematian di dalam Islam hanya ketiadaan hidup di dunia saja, kematian di dalam Islam sejatinya hanya berpindahnya kehidupan dari satu kehidupan menuju kehidupan berikutnya yaitu kehidupan di akhirat. Dengan demikian menurut Islam, perjalanan hidup manusia tidak terbatas hanya pada perjalanan hidup di dunia saja tetapi berlanjut hingga ke akhirat. Dengan demikian menurut Islam, tujuan hidup manusia bukan hanya sebatas pada tujuan hidup di dunia saja tetapi berlanjut sampai ke akhirat (QS Al Dhuha [93] : 04).

Karena sumber pengetahuan di dalam ekonomi Islam adalah akal plus wahyu dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat, selain menganalisa dan memprediksi fakta-fakta empiris secara fisik, ia juga mempertimbangkan nilai-nilai wahyu untuk kepentingan manusia tidak hanya sebatas pada kehidupannya di dunia saja tetapi sampai pada kehidupannya di akhirat kelak. Pengaruh wahyu disamping akal tersebut menciptakan kesan plus yaitu kesan materi dan spiritual sekaligus di dalam aktifitas ekonomi. Kesan tersebut salah satunya sangat terasa pada saat melakukan analisa terhadap perilaku konsumen.

Tidak sebagaimana konsumen di dalam ekonomi konvensional, konsumen di dalam ekonomi Islam tidak hanya diasumsikan selalu bersikap rasional semata, tetapi diasumsikan akan selalu bersikap rasional plus atau rasional islami. Oleh karena itu, konsep rasional dalam ekonomi Islam adalah pola pikir dimana seseorang akan cenderung bersikap atau bertindak berdasar pada nalar logika manusia plus dengan

bimbingan wahyu. Oleh karena itu, sikap rasional plus atau sikap rasional Islami tidak hanya akan menghasilkan pilihan-pilihan logis yang dapat diterima akal saja, tetapi harus menghasilkan pilihan-pilihan logis yang dapat diterima akal sekaligus dapat diterima wahyu.

Karena sumber pengetahuannya adalah akal plus wahyu, tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat, serta analisa dan prediksinya untuk kepentingan hidup manusia di dunia dan di akhirat, tidak sebagaimana konsep rasional dalam ekonomi konvensional yang mendasarkan sikap rasionalnya pada paham utility, konsep rasional Islami dalam ekonomi Islam mendasarkan sikap rasionalnya pada paham masalah. Mengapa mendasarkan sikap rasionalnya pada masalah? menurut Imam As-Syatibi, Allah SWT menurunkan wahyu ke muka bumi ini tujuannya adalah untuk memelihara kemaslahatan umat manusia. Sebagaimana Allah SWT ingin agar kemaslahatan umat manusia terpelihara, maka sudah semestinya manusia harus sedemikian rupa berusaha memelihara kemaslahatan tersebut untuk dirinya. Masalah ada lima; (1). Memelihara jiwa atau kehidupan (2). Memelihara akal atau intelektual (3). Memelihara agama atau spiritual (4). Memelihara keluarga atau keturunan (5). Memelihara harta benda atau properti.

Menurutnya masalah memiliki tiga tingkatan:

#### 1. Dharuriyah

Adalah tingkat dasar yang harus ada agar tercipta kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat. Karena sifatnya yang mendasar dan harus ada, tingkat ini tidak dapat diabaikan, jika diabaikan, kemaslahatan manusia akan terganggu atau bahkan dapat menyebabkan kebinasaan. Hal tersebut dimaksudkan agar kelima masalah manusia diatas dapat terpelihara eksistensinya.

#### 2. Hajjiyah

Adalah tingkat yang tidak harus ada namun keberadaannya dapat mempermudah terpeliharanya kelima masalah manusia diatas. Dengan demikian kelima masalah manusia tersebut dapat terpelihara lebih baik lagi. Tingkat ini bisa diupayakan jika tingkat dharuriyah sudah dapat dipenuhi.

#### 3. Tahsiniyah

Adalah tingkat yang tidak harus ada, tidak dimaksudkan hanya untuk mempermudah, tetapi lebih dari itu ia dimaksudkan untuk memberikan kenyamanan atas terpeliharanya kelima masalah manusia di atas. Tingkat ini bisa diupayakan jika tingkat dharuriyah dan hajjiyah sudah dapat dipenuhi.

Dengan demikian sikap rasional Islami tidak bersifat bebas berdasar pada selera individu sebagai mana sikap rasional dalam ekonomi konvensional, sikap rasional Islami terikat dengan nilai-nilai wahyu atau terikat dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian sikap rasional Islami bersifat bebas terbatas; masing-masing individu bebas tapi terbatas pada yang dikehendaki oleh wahyu atas apa yang mereka butuhkan atau atas apa yang mereka inginkan.

Barang ataupun jasa yang menopang terpeliharanya kelima masalah di atas adalah kebutuhan sementara barang ataupun jasa yang tidak menopang terpeliharanya kelima masalah di atas adalah keinginan. Kebutuhan sifatnya harus dipenuhi tergantung tingkatannya apakah dharuriyah, hajjiah, atau tahsiniyah sementara keinginan sifatnya bisa dipenuhi atau tidak tergantung apakah masih dapat ditolelir atau tidak oleh wahyu; kalau masih dapat ditolelir oleh wahyu, bisa dipenuhi, tapi kalau tidak dapat ditolelir oleh wahyu harus ditinggalkan.

Dengan demikian pengertian masalah lebih luas dari hanya sekedar utility, nilai guna, manfaat, atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Tujuan konsumen di dalam ekonomi Islam adalah memaksimalkan masalah dalam pengertian memaksimalkan kebutuhan bukan memaksimalkan keinginan atau bahkan kepuasan yang bersifat bebas berdasar pada selera masing-masing individu.

Atas sikap rasional Islami yang dibangun berdasar pada faham masalah tersebut, dalam ekonomi Islam, konsumen tidak hanya diasumsikan memiliki prinsip dasar sikap rasional sebagaimana penjelasan di dalam ekonomi konvensional di atas; bahwa "kelangkaan dan terbatasnya pendapatan mempengaruhi pilihan konsumen, konsumen mampu membandingkan biaya dengan manfaat, tidak selamanya konsumen dapat memperkirakan manfaat dengan tepat, sebagian barang atau jasa dapat disubstitusi dengan barang atau jasa lainnya sehingga konsumen dapat memperoleh kepuasan dengan berbagai cara, dan konsumen tunduk kepada hukum *the law of diminishing marginal utility*", tetapi disamping itu semua ia juga akan mengakomodir nilai-nilai wahyu seperti keyakinan bahwa kepemilikan absolut hanyalah milik Allah SWT sementara kepemilikan manusia tidak absolut, tidak mutlak, atau bersifat nisbi sehingga manusia harus memanfaatkan kepemilikan tersebut sesuai kehendak pemilik yang sebenarnya (QS Al-Baqarah [02] : 284, Al-Maidah [05] : 17), hanya mengkonsumsi yang positif saja (QS An Najm [53] : 31), mengkonsumsi hanya yang halal dan proporsional (QS An Najm [53] : 31), mengkonsumsi sesuai kebutuhan, seperlunya, dan tidak berlebihan (QS Al Anam [06] : 141), semakin meningkat kekayaan seseorang semakin meningkat juga peran tanggung jawab sosialnya kepada kelompok yang tidak mampu (QS Ad Zariat [51] : 19, Al Ma'arij [70] : 24-25, Al Ma'un [107] : 1-3), dan masih banyak lagi nilai-nilai wahyu yang harus diakomodir oleh seorang konsumen di dalam ekonomi Islam.

Dengan pertimbangan-pertimbangan sikap rasional Islami yang didasarkan pada faham masalah sebagaimana tersebut di atas, konsumen di dalam Islam akan berupaya memenuhi kebutuhan hidupnya baik barang maupun jasa hingga mencapai tingkat sejahtera. Dengan memaksimalkan sikap rasional Islami yang didasarkan pada faham masalah tersebut diharapkan kesejahteraan akan terwujud. Namun pengertian kesejahteraan yang diperoleh melalui proses maksimalisasi sikap rasional Islami yang didasarkan pada faham masalah dan kesejahteraan yang diperoleh melalui proses maksimalisasi sikap rasional yang didasarkan pada faham utility jelas berbeda.

Pengertian sejahtera dalam ekonomi Islam bersifat lebih luas cakupannya dibandingkan dengan pengertian sejahtera dalam ekonomi konvensional. Pengertian sejahtera dalam ekonomi Islam tidak hanya terbatas pada terpenuhinya kebutuhan materi atau memperoleh kekayaan yang banyak dalam jangka pendek pada saat hidup di dunia saja, tetapi lebih dari itu pengertian sejahtera dalam ekonomi Islam adalah

terpenuhinya kebutuhan materi dan sepirtual sekaligus baik dalam jangka pendek pada saat hidup di dunia maupun dalam jangka panjang pada saat hidup di akhirat kelak.

### **Rasional-Utility Konsumen Konvensional Vs Rasional Islami-Maslahah Konsumen Muslim**

Karena perbedaan cara pandang sikap rasional berfaham utility dalam ekonomi konvensional dan sikap rasional Islami berfaham masalah dalam ekonomi Islam sebagaimana penjelasan di atas, bisa saja perilaku ekonomi tertentu dianggap rasional dalam ekonomi konvensional tapi dianggap tidak rasional dalam ekonomi Islam, sebaliknya bisa saja perilaku ekonomi tertentu dianggap rasional dalam ekonomi Islam tapi dianggap tidak rasional dalam ekonomi konvensional.

Untuk menyederhanakan pemahaman, mari kita buat contoh perbandingan sikap rasional konsumen konvensional berdasar faham utility dengan sikap rasional Islami konsumen muslim berdasar faham masalah dalam beberapa kasus keputusan konsumen:

#### 1. Keputusan konsumen membelanjakan uang

Konsumen konvensional:

Ia bersedia kehilangan uang untuk barang atau jasa yang spesifikasinya sesuai dengan nilai uang yang hilang, sebaliknya ia tidak akan bersedia kehilangan uang untuk barang atau jasa yang spesifikasinya tidak sesuai dengan nilai uang yang hilang.

Konsumen muslim:

Ia bersedia kehilangan uang untuk barang atau jasa yang spesifikasinya sesuai dengan nilai uang yang hilang, sebaliknya ia tidak akan bersedia kehilangan uang untuk barang atau jasa yang spesifikasinya tidak sesuai dengan nilai uang yang hilang. Namun di sisi lain, secara khusus konsumen muslim akan mengalokasikan sebagian uang yang ia miliki untuk kepentingan sosial tanpa pengganti materi apapun.

Terkait kehilangan uang harus mendapatkan pengganti barang atau jasa yang spesifikasinya sesuai dengan nilai uang yang hilang atau sebaliknya secara umum keduanya memiliki sikap yang sama, namun secara khusus karena konsumen muslim mempertimbangkan nilai-nilai wahyu, ia akan termotivasi untuk menyisihkan sebagian uang yang ia miliki untuk kepentingan sosial baik melalui instrumen yang bersifat wajib maupun suka rela dalam bentuk zakat, infak, sedekah, atau wakaf. Hal itu disebabkan karena menurut nilai-nilai wahyu meski menyisihkan sebagian uang untuk kepentingan sosial terlihat seperti tidak mendapatkan pengganti yang sesuai secara materi di dunia namun sejatinya akan mendapatkan pengganti immateri yang berlimpah di akhirat kelak.

#### 2. Keputusan konsumen memilih produk



Konsumen konvensional:

Jika ia memiliki anggaran yang cukup, ia akan memilih salah satu produk baik barang maupun jasa yang memiliki tingkat utility paling tinggi. Namun jika ia tidak memiliki anggaran yang cukup, ia akan memilih salah satu produk baik barang maupun jasa yang memiliki tingkat utility lebih rendah tetapi terjangkau.

Konsumen muslim:

Jika ia memiliki anggaran yang cukup, ia akan memilih salah satu produk baik barang maupun jasa yang memiliki tingkat masalah paling tinggi. Namun jika ia tidak memiliki anggaran yang cukup, ia akan memilih salah satu produk baik barang maupun jasa yang memiliki tingkat masalah lebih rendah tetapi terjangkau.

Terkait anggaran dan harga produk, sikap konsumen konvensional dan konsumen muslim sama, namun terkait utility atau masalah sikap keduanya berbeda. Misalkan saja produknya adalah makanan instan X, konsumen konvensional akan memilih mengkonsumsi sesuai selera masing-masing individu secara bebas. Meski mungkin tetap mempertimbangkan apakah makanan X tersebut sehat atau tidak, namun pertimbangan seperti "halal" atau "tidak halal" tidak perlu dipertimbangkan, dst, sementara konsumen muslim harus mempertimbangkan apakah makanan X tersebut "sehat" atau "tidak sehat" ? jika jawabannya "sehat" dapat dipilih namun jika jawabannya "tidak sehat" sebaiknya ditinggalkan atau harus ditinggalkan (masalah ke 1), apakah makanan tersebut "berkontribusi atas rusaknya lingkungan sekitar" atau "tidak berkontribusi atas rusaknya lingkungan sekitar" ? jika jawabannya "berkontribusi atas rusaknya lingkungan sekitar" harus ditinggalkan namun jika "tidak berkontribusi atas rusaknya lingkungan sekitar" dapat dipilih (masalah ke 1). Apakah meningkatkan daya intelektualnya atau tidak ? atau justru merusak intelektualnya ? jika jawabannya "meningkatkan daya intelektualnya" dapat dipilih namun jika jawabannya "tidak meningkatkan daya intelektualnya" sebaiknya ditinggalkan, serta jika jawabannya "merusak intelektualnya" harus ditinggalkan (masalah ke 2), apakah termasuk kategori makanan "halal" atau "tidak halal" ? jika jawabannya "halal" dapat dipilih, jika jawabannya "tidak halal" harus ditinggalkan (masalah ke 3), dst.

### 3. Keputusan konsumen mensubstitusi produk

Konsumen konvensional:

Jika produk tertentu tidak tersedia atau harganya naik, konsumen konvensional akan memilih membeli produk lain yang memiliki spesifikasi sama dengan produk tersebut. Dengan demikian, alasan penggantian produk tersebut disebabkan karena alasan ketersediaan produk atau harga produk.

Konsumen muslim:

Sebagaimana konsumen konvensional, konsumen muslim juga akan bersikap sama, jika produk tertentu tidak tersedia atau harganya naik, konsumen muslim akan memilih membeli produk lain yang memiliki spesifikasi sama dengan produk tersebut. Namun demikian, alasan penggantian produk tersebut tidak hanya disebabkan karena alasan ketersediaan produk atau harga produk saja tetapi harus memperhatikan apakah produk lain tersebut sesuai dengan nilai-nilai wahyu atau tidak.

Terkait jika produk tertentu tidak tersedia atau harganya naik kedua konsumen konvensional dan konsumen muslim memiliki sikap yang sama keduanya akan memilih produk lain yang memiliki spesifikasi sama. Namun terkait alasan pemilihan produk lain konsumen muslim memiliki sikap berbeda, selain faktor ketersediaan produk dan harga produk, konsumen muslim harus mempertimbangkan hal lain seperti kehalalan produk. Substitusi produk hanya dapat dilakukan antara barang atau jasa yang halal saja; tidak dimungkinkan melakukan substitusi produk halal dengan produk haram kecuali dalam keadaan tertentu yang sangat ekstrim atau darurat dan itu hanya seperlunya saja.

#### 4. Keputusan konsumen menentukan permintaan

Konsumen konvensional:

Jika harga barang atau jasa tertentu naik, konsumen konvensional akan mengurangi jumlah pembelian barang atau jasa untuk mempertahankan utility yang ia terima. Pengurangan jumlah pembelian barang atau jasa tersebut dilakukan karena konsumen akan merasakan penurunan nilai manfaat dengan berkurangnya materi atau pendapatan jika tetap memilih membeli barang atau jasa dalam jumlah yang sama. Hal itu dilakukan selama tidak ada perubahan utility lainnya, namun jika harga barang atau jasa tertentu tersebut naik diikuti dengan perubahan utility lainnya, konsumen belum tentu akan mengurangi jumlah konsumsinya jika utility total yang diperolehnya belum maksimal; dalam kasus ini fokus utility adalah peningkatan utility dalam pengertian peningkatan nilai manfaat atau kepuasan.

Sebagai contoh jika harga mengakses informasi meningkat tanpa diikuti oleh peningkatan manfaat informasi, peningkatan harga tersebut akan meurunkan permintaan konsumen konvensional terhadap akses informasi tersebut. Namun, jika harga mengakses informasi meningkat tetapi diikuti oleh peningkatan manfaat informasi, peningkatan harga tersebut belum tentu akan meurunkan permintaan konsumen konvensional terhadap akses informasi tersebut. Peningkatan manfaat informasi dalam pengertian utility ini bisa bersifat positif atau negatif tergantung persepsi utility atau persepsi kepuasan masing-masing individu. Meski konten informasi tersebut mengandung konten negatif seperti mengumbar aib seseorang, kurang mendidik, kurang meningkatkan wawasan, dst jika individu tersebut menganggapnya sebagai manfaat yang meningkatkan kepuasan ia akan meningkatkan anggaran demi mempertahankan tingkat kepuasan.

Konsumen muslim:

Jika harga barang atau jasa tertentu naik, konsumen muslim akan mengurangi jumlah pembelian barang atau jasa untuk mempertahankan masalah yang ia terima. Pengurangan jumlah pembelian barang atau jasa tersebut dilakukan karena konsumen muslim akan merasakan penurunan nilai manfaat dengan berkurangnya materi atau pendapatan jika tetap memilih membeli barang atau jasa dalam jumlah yang sama. Hal itu dilakukan selama tidak ada perubahan masalah lainnya, namun jika harga barang atau jasa tertentu tersebut naik diikuti dengan perubahan masalah lainnya, konsumen muslim belum tentu akan mengurangi jumlah konsumsinya selama masalah total yang diperoleh tetap maksimal.

Sebagai contoh jika harga mengakses informasi meningkat tanpa diikuti oleh peningkatan manfaat informasi, peningkatan harga tersebut akan meurunkan permintaan konsumen muslim terhadap akses informasi tersebut. Namun, jika harga mengakses informasi meningkat tetapi diikuti oleh peningkatan manfaat informasi, peningkatan harga tersebut belum tentu akan meurunkan permintaan konsumen muslim terhadap akses informasi tersebut. Peningkatan manfaat informasi dalam pengertian masalah ini harus bersifat positif sesuai persepsi wahyu bukan sesuai persepsi kepuasan masing-masing individu. Oleh karena itu, konten informasi yang dimaksud harus terhindar dari konten negatif seperti mengumbar aib seseorang, kurang mendidik, kurang meningkatkan wawasan, dst. Dalam pengertian itu, konsumen muslim bersedia meningkatkan anggaran demi mempertahankan tingkat masalahnya.

Demikian beberapa contoh perbandingan sikap rasional konsumen konvensional berdasar faham utility dengan sikap rasional Islami konsumen muslim berdasar faham masalah.

#### **4. KESIMPULAN**

Dari penjelasan singkat di atas dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan nyata antara sikap rasional konsumen di dalam ekonomi konvensional dan sikap rasional konsumen di dalam ekonomi Islam serta ada perbedaan nyata antara pemahaman utility konsumen di dalam ekonomi konvensional dan pemahaman masalah konsumen di dalam ekonomi Islam. Perbedaan tersebut terjadi karena sumber pengetahuan dan tujuan hidup kedua sistem ekonomi tersebut berbeda; sumber pengetahuan ekonomi konvensional adalah akal dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia sementara sumber pengetahuan ekonomi Islam adalah akal plus wahyu dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat.

Karena sumber pengetahuannya adalah akal dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia, ekonomi konvensional melakukan analisa dan prediksi terhadap fakta-fakta empiris ekonomi untuk kepentingan manusia sebatas kehidupan mereka di dunia saja. Sementara itu, karena sumber pengetahuannya adalah akal plus wahyu dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat, ekonomi Islam tidak hanya melakukan analisa dan prediksi terhadap fakta-fakta empiris ekonomi untuk kepentingan manusia sebatas kehidupan mereka di dunia saja tetapi juga mempertimbangkan nilai-nilai wahyu untuk kepentingan manusia di dunia dan di akhirat.

Karena sumber pengetahuannya adalah akal dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia, ekonomi konvensional mengasumsikan bahwa konsumen konvensional akan selalu bersikap rasional dan berfaham utility; konsumen konvensional akan selalu mengambil keputusan berdasar pada fakta dan data yang logis serta akan selalu meningkatkan utility yang bersifat bebas tergantung individu masing-masing. Sementara itu, karena sumber pengetahuannya adalah akal plus wahyu dan tujuan hidupnya adalah kehidupan di dunia dan akhirat, ekonomi Islam mengasumsikan bahwa konsumen muslim akan selalu bersikap rasional Islami dan berfaham masalah; konsumen muslim akan selalu mengambil keputusan berdasar pada fakta dan data yang logis serta akan selalu meningkatkan masalah yang terikat oleh nilai-nilai wahyu alias bersifat bebas terbatas.

Dengan demikian, sikap rasional Islami berdasar faham masalah dalam terminologi ekonomi Islam memiliki pengertian lebih luas dari hanya sekedar sikap rasional berdasar faham utility dalam terminologi ekonomi konvensional. Dengan demikian, sikap rasional berfaham utility tidak cukup mampu mewadahi aktifitas ekonomi konsumen muslim. Dengan demikian, sikap rasional berfaham utility harus disempurnakan menjadi sikap rasional Islami berfaham masalah agar mampu mewadahi aktifitas ekonomi konsumen muslim.

## 5. Daftar Pustaka

- Abdul Aziz Ali Sa'ud, Abdullah, (1971), *al-Qur'an al-Karim wa Tarjamatu Ma'anihi ila al-Lughati al-Indunisia*, al-Madinah al-Munawarah: Majma' al-Malik Fahd Litiba'ati al-Mushaf as-Syarif.
- Antonio, M. Syafi'i (2012). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya, (2007), *Akad Dan Produk Bank Syariah*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Azar, Betty Schramper, (2006), *Understanding and Using English Grammar*, 3rd Edition, International Edition, USA: Longman.
- Case, Karl E dan Fair, Ray C, (2007), *Prinsip-Prinsip Ekonomi*, Edisi Kedelapan, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Collins COBUILD, (2006), *Advanced Learner's English Dictionary*. HarperCollins Publishers.
- Karim, Adiwarmanto A, (2008), *Ekonomi Mikro Islami*, Edisi kedua, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Karim, Adiwarmanto A, (2010), *Ekonomi Mikro Islami*, Edisi ketiga, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI, (2016), Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi Kelima, dapat diakses melalui [kbbi.kemdikbud.go.id](http://kbbi.kemdikbud.go.id).
- Marthon, Said Sa'ad, (2007), *al-Madkhal li al-Fikr al-Iqtishad fi al-Islam*, ar-Riyadh: Maktabah ar-Riyadh
- Nasution, Mustafa Edwin dkk, (2006), *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- PPPEI Universitas Islam Indonesia (2008), *Ekonomi Islam*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.

- Saeed, Abdullah, (1996), *Islamic Banking and Interest: A Study of Riba and Its Contemporary Interpretation*, New York: E.J. Brill.
- Shihab, M. Quraish, (1998), *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Maudhui Atas Berbagai Persoalan Umat*, Bandung: Mizan.
- Shihab, M. Quraish, (2011), *Tafsir Al-Mishbah, Pesan, Kesan, dan Keserasian al-Qur'an*, Jakarta: Lentera Hati.
- Sukirno, Sadono, (2010), *Makro Ekonomi Teori Pengantar*, cet 25, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sukirno, Sadono, (2010), *Mikro Ekonomi Teori Pengantar*, cet 25, Jakarta: RajaGrafindo Persada.