

KEDUDUKAN *MASLAHAH* DAN *UTILITY* DALAM KONSUMSI (*MASLAHAH* VERSUS *UTILITY*)

Aisa Manilet

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Ambon

Email: ichamanilet@yahoo.co.id

ABSTRACT

Requirement in Islam consists of *dharuriyat* needs, *hajiyat*, and *tahsiniyat*. The third is the need to have priorities that must be accomplished, and can not be postponed. In practice consumption, sometimes difficult to distinguish between needs (*hajjah*) with the desire (*raghbah*). Consumption aims to maximize *maslahah*, not satisfaction. *Maslahah* is good that one feels along the other side. While the utility is the satisfaction felt by someone who could be contradictory to the interests of others. So, *maslahah* and utilities alike the goal and can be achieved both by not bringing harm. Islamic consumer behavior based on rationality enhanced and integrate faith and truth that goes beyond human rationality is limited based on the Qur'an and Sunnah. Islam gives the concept of satisfying needs accompanied by moral force, without distress and the harmonious relationship among men.

Keywords: *maslahah*, utility, consumption

ABSTRAK

Kebutuhan dalam Islam terdiri dari kebutuhan *daruriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*. Ketiga kebutuhan ini memiliki prioritas yang harus ditunaikan, dan tidak bisa ditunda. Dalam praktek konsumsi, terkadang sulit dibedakan antara kebutuhan (*need/hajah*) dengan keinginan (*want/raghbah*). Konsumsi bertujuan untuk memaksimalkan *maslahah*, bukan kepuasan. *Maslahah* adalah kebaikan yang dirasakan seseorang bersama pihak lain. Sedangkan utility merupakan kepuasan yang dirasakan seseorang yang bisa jadi kontradiktif dengan kepentingan orang lain. Jadi, *maslahah* dan utility sama-sama menjadi tujuan dan dapat tercapai keduanya dengan tidak mendatangkan mudarat. Perilaku konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Alquran dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan dibarengi kekuatan moral, tanpa tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antara sesama.

Kata kunci: *maslahah*, utility, konsumsi

PENDAHULUAN

Konsumsi merupakan pekerjaan rutinitas yang harus dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupannya, dalam memenuhi setiap kebutuhannya baik sandang, pangan maupun papan. Kebutuhan dalam Islam disebut kebutuhan *daruriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*. Ketiga kebutuhan ini memiliki prioritas yang harus ditunaikan, dan tidak bisa ditunda. Dalam praktek konsumsi, terkadang sulit dibedakan antara kebutuhan (*need/hajah*) dengan keinginan (*want/raghbah*). Pengabaian terhadap konsumsi berarti mengabaikan kehidupan. Manusia diperintahkan untuk

mengonsumsi pada tingkat yang layak bagi dirinya, keluarga, dan orang paling dekat di sekitarnya. Manusia dilarang beribadah secara mutlak tanpa mementingkan kebutuhan jasmani.

Setiap hari manusia membuat sejumlah keputusan tentang bagaimana mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi berbagai kebutuhan, seperti memilih dalam menggunakan waktu, dan uang untuk membeli barang, serta jasa yang dibutuhkan. Dalam penentuan pilihan seseorang harus menyeimbangkan antara kebutuhan, preferensi dan ketersediaan sumber daya. Keputusan seseorang untuk memilih alokasi itulah yang akan melahirkan adanya permintaan, yang akan diikuti dengan produksi. Karena itu konsumsi, atau permintaan, produksi atau penawaran dan distribusi adalah mata rantai ekonomi yang tidak dapat dipisahkan.

Budaya konsumerisme¹ sudah menjadi ideologi, dan tuntutan gaya hidup manusia dewasa ini. Jean Baudrillard² mengatakan, bahwa konsumerisme merupakan budaya konsumsi modern, yang dapat menciptakan pergeseran dari *mode of production* menjadi *mode consumption*, dari rasio menjadi hasrat konsumsi. Sehingga hal ini menjadi mitos yang mengarah pada pemborosan yang tidak terhentikan, karena orang tidak lagi memikirkan eksploitasi dan produksi dari manusia (jasa) dan alam (barang), tetapi mereka diliputi dengan pemikiran untuk konsumsi terus menerus.

Semestinya konsumen harus jujur, bahwa konsumsi yang dilakukan adalah semata-mata memenuhi kebutuhan. Namun dalam memenuhi kebutuhan itulah peranan keinginan lebih besar berpengaruh terhadap keputusan dalam memenuhi kebutuhan, yang pada akhirnya nafsu yang dikedepankan, sehingga menimbulkan adanya hal-hal yang merugikan bagi konsumen itu sendiri. Padahal seharusnya sumber daya dana yang ada dapat digunakan untuk hal-hal yang lebih bermanfaat, terutama kemaslahatan sosial. Perilaku mengikuti keinginan ini adalah untuk memenuhi kepuasan yang maksimal.

Perilaku konsumen konvensional³ yaitu seorang konsumen yang rasional akan berusaha memaksimalkan kepuasan dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa. Konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya. Setiap individu berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya melalui aktivitas konsumsi pada tingkat kepuasan yang maksimal berdasarkan tingkat pendapatannya.

¹ *Konsumerisme* adalah paham atau ideologi yang menjadikan seseorang atau kelompok melakukan proses konsumsi barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatasnya secara sadar dan berkelanjutan. Hal tersebut mengakibatkan manusia menjadi pecandu dari suatu produk, sehingga ketergantungan tersebut susah untuk dihilangkan. Sifat konsumtif yang ditimbulkan akan menjadikan penyakit jiwa yang tanpa sadar menjangkit manusia dalam kehidupannya

² Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005), h. 45, *La Societe de Consomation*, 1970, diterjemahkan dalam bahasa Inggris *The Consumer Society: Myths ND Structures*, 1998.

³ Bilson Simamora, *Panduan Riset Prilaku Konsumen* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 28.

Dalam ekonomi konvensional, kebutuhan dan keinginan merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan. Dalam kaitan itu setiap individu mempunyai suatu kebutuhan yang akan diterjemahkan oleh keinginan-keinginan mereka. Seseorang yang sedang membutuhkan makan karena perutnya yang lapar, akan mempertimbangkan beberapa keinginan dalam memenuhi kebutuhannya itu. Misalnya karena beberapa orang membutuhkan makanan karena laparnya, maka semua konsumen yang berbeda latar belakang kultur akan berbeda dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam perspektif Islam, kebutuhan ditentukan oleh *mashlahah*. Pembahasan pemenuhan kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian tentang perilaku konsumen dalam kerangka *maqāṣid al-syari'ah*. Jelasnya, tujuan syari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam.⁴ Konsumsi dilakukan dalam rangka mendekati diri kepada Allah swt.⁵ Hal ini berbeda dengan ekonomi konvensional, yang tidak memisahkan antara keinginan (*wants*), dengan kebutuhan (*needs*), sehingga memicu terjebaknya konsumen dalam lingkaran konsumerisme. Karena manusia banyak yang memaksakan keinginan mereka, seiring dengan beragamnya produk dan jasa. Banyak kalangan yang memprioritaskan keinginan mereka karena tuntutan gaya hidup dari pada mempertimbangkan kemaslahatan yang ada. Padahal seharusnya dipisahkan antara kebutuhan dengan keinginan, untuk menjembatani beberapa keinginan yang tak terbendung.

Untuk memberikan penjelasan apakah konsumsi dilakukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan, dan bagaimana perbedaan *maṣlahah* sebagai tujuan konsumsi dalam Islam, dan *utility* sebagai tujuan konsumsi secara konvensional, antara konsumsi secara *utility* dan *maṣlahah* mana yang lebih menguntungkan. Makalah ini, akan membahas lebih lanjut terhadap permasalahan tersebut.

MAKNA KONSUMSI, *UTILITY*, DAN *MASLAHAH* SERTA PROBLEMATIKA KONSUMSI

Konsumsi adalah pemakaian barang hasil produksi, berupa (bahan pakaian, makanan, dan sebagainya), seperti barang-barang yang langsung memenuhi kebutuhan hidup kita.⁶ *Utility* secara bahasa berarti berguna (*usefulness*), membantu (*helpfulness*) atau menguntungkan (*advantage*). Dalam konteks ekonomi, *utilitas* dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen ketika mengkonsumsi sebuah barang. Kegunaan ini bisa juga dirasakan sebagai rasa "tertolong" dari suatu kesulitan karena mengkonsumsi barang tersebut.

⁴Muhammad, *Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE, 2004), h.152.

⁵Mustafa Edwin Nsution, *et al.*, *Pengenalan eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 69.

⁶Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia* (Ed. III; Jakarta: Balai Pustaka, 1987), h. 590.

Karena adanya rasa inilah, maka sering kali *utilitas* dimaknai juga sebagai rasa puas atau kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengkonsumsi sebuah barang. Jadi, kepuasan dan *utilitas* dianggap sama, meskipun sebenarnya kepuasan adalah akibat yang ditimbulkan oleh *utilitas*.⁷

Maṣlahah menurut Imam al-Shatibi, adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.⁸ Menurut *maṣlahah* memiliki lima elemen dasar, yaitu: keyakinan (*al-din*), kehidupan atau jiwa (*al-nafs*), keluarga atau keturunan (*al-nasb*), property atau harta benda (*al-mal*), intelektual (*al-aql*) Kelima elemen ini disebut *maqāṣid al-syarī'ah*. Semua barang dan jasa yang mendukung tercapai, dan terpeliharanya kelima elemen tersebut pada setiap individu itulah yang disebut dengan *maṣlahah*. Semua aktivitas untuk memenuhi kesejahteraan dunia dan akhirat (*falah*) memiliki *mashlahah* bagi manusia disebut kebutuhan/*needs*, dan semua kebutuhan ini harus dipenuhi, usaha pencapaian tujuan itu adalah salah satu kewajiban dalam beragama.

Seseorang dalam melakukan pemenuhan terhadap keinginan, seorang konsumen sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- 1) Faktor-faktor kebudayaan: Kebudayaan, Subbudaya, Kelas social
- 2) Faktor-faktor sosial, yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status
- 3) Faktort pribadi: umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri
- 4) Faktor-faktor psikologi: motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

Keempat faktor tersebut sangat berpengaruh bagi seorang konsumen dalam mengambil keputusan untuk melakukan konsumsi guna memenuhi keinginannya, dan dalam proses pengambilan keputusan untuk pembelian suatu barang atau jasa spesifik yang terdiri dari urutan kejadian yaitu pengenalan masaalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.⁹ Seseorang dalam melakukan konsumsi, nampaknya tidak dapat dipisahkan antara kebutuhan dan keinginan, karena keduanya jika tidak dipenuhi akan menimbulkan efek yang sama yaitu adanya kelangkaan dalam ekonomi, sehingga ekonomi konvensional menyamakan antara keduanya. Upaya seseorang dalam menggunakan potensi waktu dan dana atau uang adalah untuk memenuhi kebutuhannya, karena semua manusia

⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 2014), h. 127.

⁸Lihat Mustafa Edwin Nasution, *et al.*, *Pengenalan Eksklusif Ekionomi Islam* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006), h. 62.

⁹Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumsi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 10-14.

memiliki kebutuhan yang tidak dapat diabaikan yang dalam ekonomi disebut dengan kebutuhan primer, sekunder dan pelengkap atau dalam ekonomi Islam dikenal dengan *daruriyat*, *hajiyat*, dan *tahsiniyat*.¹⁰ Kebutuhan primer atau *daruriyat*, merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, jika tidak, maka akan mendatangkan kerusakan pada jiwa seseorang.

Pemenuhan kebutuhan primer atau *daruriyat* inilah yang akan menimbulkan adanya pilihan, dan peranan keinginan sangat berpengaruh dalam menentukan pilihan, kendati pilihan sangat ditentukan dan dipengaruhi oleh kemampuan atau kesediaan dana. Keinginan seseorang akan sangat berkaitan dengan konsep kepuasan. Sehingga akan mengarah kepada pemenuhan kebutuhan dengan cara berlebih-lebihan (*israf*), dan *tabzir*. Keinginan inilah yang kemudian bertentangan dengan prinsip ekonomi Islam. Ketika seseorang "membutuhkan" makan karena lapar, ia bisa saja "berkeinginan" untuk membeli sepiring nasi mulai dari harga Rp. 5.000 yang biasa dibeli di warung hingga Rp. 1.000.000 dari restoran. Bahkan bisa saja lebih mahal lagi tergantung produk yang dimakannya. Ketika ia menginginkan makanan yang biasa-biasa saja, dan tidak menjerumuskan kepada perilaku konsumerisme, maka hal itu tidak akan menjadi masalah. Akan tetapi kemajuan ekonomi dewasa ini menjadikan makanan menjadi suatu gaya hidup yang menggelincirkan manusia ke dalam perilaku *israf*, dan *tabzir*.

Islam memisahkan antara kebutuhan dengan keinginan, karena mengikuti keinginan akan mengarah kepada konsumerisme. Meski satu rumah tangga sudah mampu memenuhi tiga kebutuhan, Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan melarang pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, tidak bermanfaat, karena dapat mendatangkan kerusakan dan kebinasaan (QS al-Israa': 16). Namun itu semua tidak berarti membuat manusia boleh kikir, tetapi tetap harus bersikap pertengahan/*wasatan* (tidak kikir dan tidak boros) dalam mengeluarkan harta (QS. Al-Furqaan: 67, dan QS al Isra': 29). Islam menganjurkan pola konsumsi dan penggunaan harta secara wajar dan berimbang. Cara ini akan melahirkan banyak kesempatan untuk peduli dengan kehidupan sosial masyarakat. Dalam mewujudkan konsumsi yang moderat/wajar, harus mengikuti etika konsumsi, yaitu Tauhid (*Unity*/Kesatuan) (QS. Adz-Dzaariyat: 56), adil (*Equilibrium*/keadilan) (QS. Al-Baqarah: 168) dan (QS. al-A'raaf: 32, QS. al-Israa: 16), *Free Will* (Kehendak Bebas), Amanah (*Responsibility*/pertanggungjawaban), Halal (QS. al-Baqarah: 173 dan QS. Thaha: 81), Sederhana (QS. al-A'raaf: 31 dan QS. al-Maidah: 87). Adapun sasaran konsumsi¹¹ adalah untuk diri sendiri dan keluarga (QS. Ath-Thallaq: 7), Tabungan (QS. Yusuf: 47-48), Konsumsi sebagai tanggung jawab social.

Memenuhi kebutuhan/*needes* merupakan tujuan dari aktivitas ekonomi Islam, dan usaha untuk mencapai tujuan tersebut merupakan salah satu kewajiban dalam agama, sebagaimana

¹⁰ Mustafa Edwin Nasution, *op.cit.*, h. 67.

¹¹ Monzher Khaf, *Ekonomi Islam: Suatu Telaah Analitik*, (Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995).

yang dikatakan oleh Siddiqi, bahwa tujuan aktivitas ekonomi yang sempurna menurut Islam, antara lain:

- 1) Memenuhi kebutuhan hidup seseorang secara sederhana
- 2) Memenuhi kebutuhan keluarga
- 3) Memenuhi kebutuhan jangka panjang
- 4) Menyediakan kebutuhan keluarga yang ditinggalkan
- 5) Memberikan bantuan sosial dan sumbangan menurut jalan Allah¹²

Kebutuhan (*need*) merupakan konsep yang lebih bernilai dari sekedar keinginan (*want*). *Want* ditetapkan berdasarkan konsep *utility*, tetapi *need* didasarkan atas konsep *masalah*. Tujuan syariah adalah mensejahterakan manusia (*masalah al-'ibad*). Karenanya semua barang dan jasa yang memberikan *masalah* disebut kebutuhan manusia. Masalah ini terwujud dari manfaat ditambah dengan *berkah*, yaitu:

MASLAHAH BAGI KONSUMEN

MANFAAT:

- Manfaat material = murah, kaya, dsb
- Manfaat fisik/psikis = aman, sehat, nyaman, dsb
- Manfaat intelektual = informasi pengetahuan
- Manfaat lingkungan = eksternalitas positif
- Manfaat inter-generation = kelestarian, keturunan

BERKAH:

- Kehalalan barang dan jasa
- Tidak *israf*
- Ridha Allah

Bila masyarakat menghendaki lebih banyak suatu barang atau jasa, maka hal ini akan tercermin pada kenaikan permintaan terhadap barang atau jasa tersebut. Kehendak seseorang untuk membeli/memiliki barang/jasa bisa muncul karena faktor kebutuhan atau keinginan. Kebutuhan ini terkait dengan segala sesuatu yang harus dipenuhi agar suatu barang dapat berfungsi secara sempurna, seperti pintu, jendela dan genting merupakan kebutuhan rumah tinggal. Demikian pula kebutuhan manusia adalah segala sesuatu yang diperlukan agar manusia

¹² Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economic Enterprise In Islam*, terj. Anas Sidik, *Kegiatan Ekonomi dalam Islam* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), h. 15.

berfungsi secara sempurna, berbeda dan lebih mulia dari makhluk lainnya, misalnya baju, dan lain-lain.

KEBUTUHAN DAN KEINGINAN

Keinginan adalah terkait dengan hasrat/harapan seseorang yang jika dipenuhi belum tentu akan menimbulkan kesempurnaan fungsi manusia atau barang. Misalnya, seseorang dalam membangun rumah ia menginginkan warna yang nyaman, interior yang rapi dan indah, dan sebagainya. Kesemuanya belum tentu menambah fungsi suatu rumah, namun akan memberikan kepuasan bagi pemilik rumah. Suka atau tidaknya seseorang terhadap barang/jasa, bersifat subjektif, tidak bisa dibandingkan antar satu orang dengan lainnya, perbedaan ini merupakan cerminan dari perbedaan keinginan. Secara umum, pemenuhan kebutuhan akan memberikan tambahan manfaat fisik, spiritual, intelektual ataupun material, sedangkan pemenuhan keinginan akan menambah kepuasan/manfaat psikis di samping manfaat lainnya. Jika suatu kebutuhan diinginkan oleh seseorang, maka pemenuhan kebutuhan tersebut akan melahirkan *maslahah* sekaligus kepuasan, namun jika, kebutuhan tidak dilandasi keinginan, maka hanya akan memberikan manfaat semata, jika yang diinginkan bukan merupakan kebutuhan, maka pemenuhan keinginan hanya akan memberikan kepuasan saja. Secara umum dapat dibedakan antara karakteristik kebutuhan dan keinginan¹³ sebagai berikut:

Karakteristik kebutuhan dan Keinginan

KARAKTERISTIK	KEINGINAN	KEBUTUHAN
Sumber	Hasrat/nafsu manusia	Fitrah manusia
Hasil	Kepuasan	manfaat dan berkah
Ukuran	Preferensi/selera	Fungsi
Sifat	Subjektif	Objektif
Tuntunan Islam	Dibatasi/dikendalikan	Dipenuhi

Perbedaan antara kebutuhan dan keinginan tersebut, jelas menunjukkan, bahwa kebutuhan merupakan hal yang tidak bisa ditunda, karena menjadi tuntutan bagi setiap orang, semua orang dapat merasakan fungsi, manfaat dan berkah (*mashlahah*) dari apa yang dikonsumsi, sedangkan keinginan adalah timbul dari hasrat manusia, dalam pilihan untuk mengkonsumsi sesuai dengan selera, dan sifatnya subjektif, bisa berbeda antara seseorang dengan orang lain, tetapi keinginan ini dapat dikendalikan, jika ditunda atau tidak dipenuhi tidak akan mendatangkan *kemudharatan* bagi manusia.

¹³ Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII, *op.cit.*, h. 131.

Seluruh barang dan jasa yang mendorong dan berkualitas dalam memelihara kelima elemen dalam *maqasid al syari'ah* disebut *maslahah*. Seseorang muslim didorong oleh keberagamaannya memerlukan atau memproduksi seluruh barang dan jasa yang merupakan *maslahah* bergantung pada barang atau jasa yang cenderung mempertahankan elemen mendasar. Barang atau jasa yang melindungi elemen ini akan lebih bermaslahat diikuti oleh barang atau jasa yang akan meningkatkan dan barang-barang yang sekedar memperindah kebutuhan dasar. Dalam ekonomi Islam *maslahah* lebih objektif dari pada konsep *utility* untuk menganalisis perilaku pelaku ekonomi. Beberapa perbedaan keunggulan konsep *maslahah* dibandingkan dengan *utility*.¹⁴

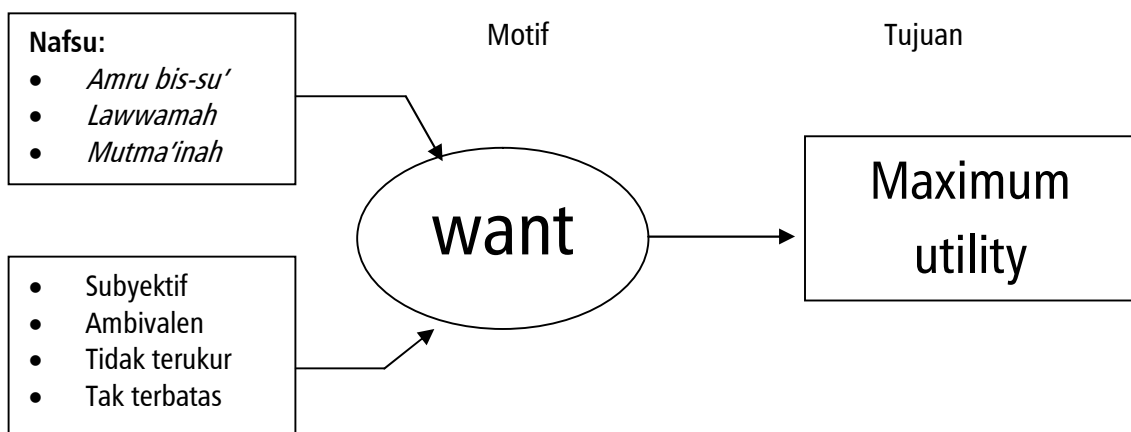
1. *Maslahah* lebih objektif, karena bertolak dari pemenuhan *need*. Karena *need* ditentukan berdasarkan pertimbangan rasional normatif, maka akan terdapat suatu kriteria yang objektif tentang apakah suatu benda ekonomi memiliki *maslahah* atau tidak. Sedangkan dalam *utilitas* orang mendasarkan pada kriteria yang bersifat subjektif, karena itu dapat berbeda antara satu orang dengan orang lain. Sebagai ilustrasi apakah alkohol memiliki *utility* atau tidak ditentukan secara berbeda berdasarkan kriteria yang berbeda-beda. Mungkin bagi pecandu alkohol, *utility* yang dimilikinya sangat tinggi karena bisa membantu menghilangkan permasalahan yang dialaminya, namun bagi yang lain, minuman alkohol hanya dapat menyebabkan *kemudharatan*. Demikian pula, apakah mobil Mercedes merupakan *utility* ditentukan berdasarkan kriteria yang berbeda-beda. Mobil memberikan kenyamanan sehingga merupakan *utility* ataupun untuk dipamerkan, kebanggaan dan prestise bagi seseorang atau karena suka dengan desainnya, hal ini juga *utility*. Jadi, banyak sekali kriteria yang menjadi dasar bagi seseorang untuk menentukan apakah segala sesuatu itu memiliki *utility* atau tidak. Hal ini tidak terdapat dalam konsep *maslahah*, kriteria jelas/pasti bagi setiap orang dan keputusan ditentukan atas dasar kriteria ini.
2. *Maslahah* bagi setiap individu selalu konsisten dengan *maslahah* sosial, berbeda *utility* pada seseorang sering konflik dengan kepentingan sosial. Hal ini terjadi karena dasar penentuannya yang lebih objektif, sehingga lebih mudah diperbandingkan, dianalisis dan disesuaikan antara satu orang dengan orang lain, antara individu dan sosial. Konsistensi ini akan mengurangi konflik sosial sehingga mempermudah penyusunan kebijakan ekonomi.
3. Jika *maslahah* dijadikan tujuan dari seluruh pelaku ekonomi (produsen, konsumen, distributor) maka arah pembangunan ekonomi akan menuju pada titik yang sama. Hal ini akan mempercepat dan meningkatkan kualitas pencapaian tujuan pembangunan, yaitu

¹⁴ M. Fahmi Khan, *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective* dalam Sayyid Tahir, *et al.* (Ed.), *Readings in Microeconomics: An Islamic Perspective*, (Selangor: Longman Malaysia, 1992), h74-75, dan M.B. Hendrie Anto, *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003), h. 126-128.

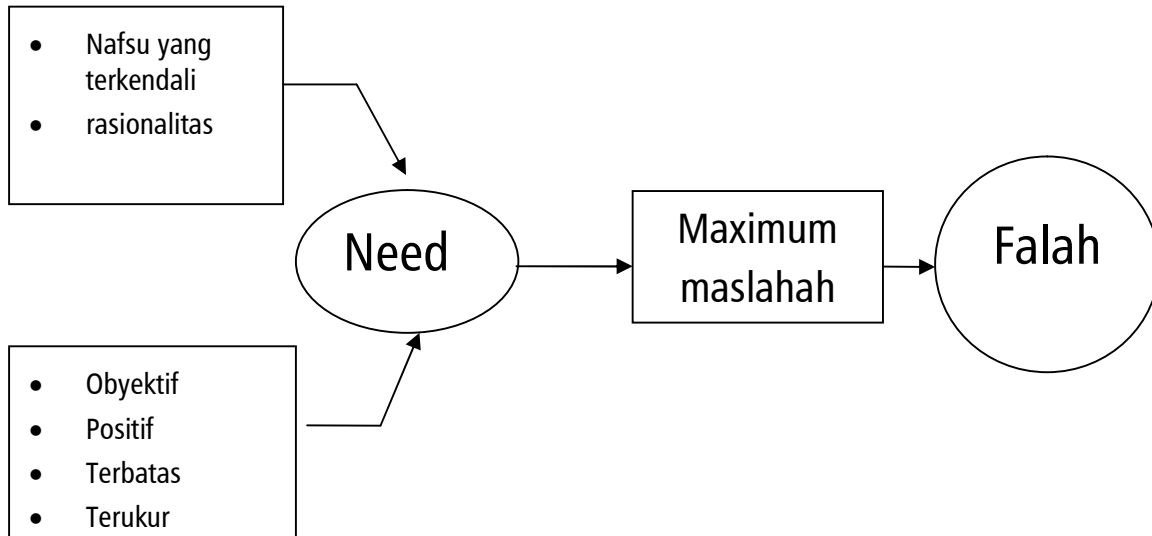
kesejahteraan hidup. Hal ini berbeda dengan *utilitas*, dimana konsumen mengukurnya dari pemenuhan *want*-nya sementara produsen dan distributor dari tingkat keuntungan yang dapat diperolehnya, sehingga berbeda tujuan dan arah yang ingin dicapainya.

4. *Maslahah* merupakan konsep yang lebih terukur (*accountable*) dan dapat diperbandingkan (*comparable*) sehingga lebih mudah disusun prioritas dan pentahapan dalam pemenuhannya. Hal ini akan mempermudah perencanaan alokasi anggaran dan pembangunan ekonomi secara keseluruhan. Sebaliknya, tidaklah mudah untuk mengukur tingkat utilitas dan membandingkannya antara satu orang dengan orang lain meskipun dalam mengkonsumsi benda ekonomi yang sama. Misalnya seorang A dapat mempertahankan kehidupannya dengan memakan sebuah apel sementara B memakannya untuk meningkatkan kesehatannya. Dalam hal ini *masalah* bagi A lebih tinggi daripada B.

Adapun motif dan tujuan konsumsi Islami dan konvensional dapat digambarkan sebagai berikut:



a. Motif dan tujuan konsumsi dalam ekonomi konvensional



b. Motif dan tujuan konsumsi dalam ekonom Islam

Menurut Imam as-Shatibi dan imam al-Ghazali¹⁵ *masalah* dari sesuatu harus memenuhi beberapa kriteria:

1. Jelas dan factual, jadi masalah itu obketif, terukur dan nyata
2. Bersifat produktif, jadi masalah itu memberikan dampak konstruktif bagi kehidupan yang Islami.
3. Tidak menimbulkan konflik keuntungan di antara swasta dan pemerintah. Jadi terdapat keselarasan masalah dalam pandangan pemerintah dengan pandangan swasta atau masyarakat.
4. Serta tidak menimbulkan kerdapat keselarasan masalah dalam pandangan pemerintah dengan pandangan swasta atau masyarakat.
4. Serta tidak menimbulkan keruugian bagi masyarakat, jadi tidak terdapat konflik antara masalah individu maupun masalah sosial.

Apabila dalam ekonomi konvensional, konsumen diasumsikan selalu bertujuan untuk memperoleh kepuasan (*utility*), maka dalam ekonomi Islam konsumen bertujuan untuk mencapai suatu *masalah*. Pencapaian *masalah* merupakan tujuan dari syariat Islam (*maqasid al-syariah*) yang menjadi tujuan dari kegiatan konsumsi. *Maslahah* digunakan dalam ekonomi Islam, dikarenakan penggunaan asumsi manusia bertujuan untuk mencari kepuasan (*utility*) maksimum

¹⁵Mohammed Ahmed Sakr, *Islamic Concept of Ownership and Its Economic Implication*, dalam Ausaf Ahmad (ed), *Lecture on Isamic Economnics*, (Jeddah: *Islamic Research and Training Institute*, 1992) h.120, dalam M.B, Hendrie Anto, *op.cit.*, h. 128.

tidak mampu menjelaskan apakah barang yang memuaskan akan selalu identik dengan barang yang memberikan manfaat atau berkah bagi penggunanya. Selain itu batasan seseorang dalam mengkonsumsi hanyalah kemampuan anggaran, tanpa mempertimbangkan aturan dan prinsip syariat.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa:

1. Tujuan konsumsi adalah untuk memaksimalkan *masalahah*, bukan kepuasan. *Maslahah* adalah kebaikan yang dirasakan seseorang bersama pihak lain. Sedangkan *Utility* merupakan kepuasan yang dirasakan seseorang yang bisa jadi kontradiktif dengan kepentingan orang lain. Jadi, *masalahah* dan *utility* sama-sama menjadi tujuan dan dapat tercapai ke duanya dengan tidak mendatangkan mudarat.
2. Paradigma ekonomi konvensional perilaku konsumen didasari pada prinsip-prinsip dasar utilitarianisme dan rasionalitas semata. Prinsip ini menuntut adanya perkiraan dan pengetahuan mengenai akibat yang dilakukan. Prinsip ini mendorong konsumen untuk memaksimalkan nilai guna dengan usaha yang paling minimal dengan melupakan nilai-nilai kemanusiaan. Akibatnya tercipta individualisme dan *self interest*. Maka keseimbangan umum tidak dapat dicapai dan terjadilah kerusakan dimuka bumi. Sedangkan perilaku konsumen Islami didasarkan atas rasionalitas yang disempurnakan dan mengintegrasikan keyakinan dan kebenaran yang melampaui rasionalitas manusia yang sangat terbatas berdasarkan Alquran dan Sunnah. Islam memberikan konsep pemuasan kebutuhan dibarengi kekuatan moral, ketiadaan tekanan batin dan adanya keharmonisan hubungan antara sesama

DAFTAR PUSTAKA

Al Qur'an al-Karim

Ahmad, Ausaf (Ed.) *Lecture on Islamic Economics*, Jeddah: *Islamic Research and Training Institute*, 1992.

Anto, M.B. Hendrie. *Pengantar Ekonomika Mikro Islami*, (Yogyakarta: Ekonisia, 2003).

Baudrillard, Jean. *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2005, *La Societe de Consomation*, 1970, diterjemahkan dalam bahasa Inggris *The Consumer Society: Myths ND Structures*, 1998.

Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Ed. III, Jakarta: Balai Pustaka, 1987.

- Khan, M. Fahmi. *Theory of Consumer Behavior in An Islamic Perspective* dalm Sayyid Tahir, *et al.* (Ed.). *Readings in Micrieconomics: An Islamic Perspective*, Selangor: Longman Malaysia, 1992
- Khaf, Monzher. *Ekonomi Islam: Suatu Telaah Analitik*, Jakarta: Pustaka Pelajar, 1995.
- Muhammad. *Ekonomi Mikro dalam Prespektif Islam*, Yogyakarta: BPFE, 2004.
- Nasution, Mustafa Edwin, *et al.* *Pengenalan eksklusif Ekonomi Islam*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006.
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) UII. *Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Press, 2014.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen, Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumsi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah. *The Economic Enterprise In Islam*. Terj Anas Sidik. *Kegiatan Ekonomi dalam Islam*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004.
- Simamora, Bilson. *Panduan Riset Prilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Tahir, Sayyid, *et al.* (Ed.). *Readings in Micrieconomics: An Islamic Perspective*, Selangor: Longman Malaysia, 1992.